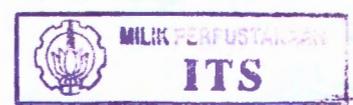


14.848/H/02



TESIS

" STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN UNTUK MENGOPTIMALKAN PEMASARAN LISTRIK PELANGGAN INDUSTRI (TARIF I-3) DI PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR CABANG SURABAYA SELATAN RAYON RUNGKUT DALAM MENUJU ERA RESTRUKTURISASI KETENAGA LISTRIKAN DAN GLOBALISASI "

Oleh :

R.DYANANTO
Nrp. 2299.204.011



RT
333.793 2
Dya
s1
2001

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNIK ELEKTRO
BIDANG KEAHLIAN TEKNIK SISTEM TENAGA
(MANAJEMEN SISTEM DISTRIBUSI TENAGA LISTRIK)
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2001**

PERPUSTAKAAN	
Tgl. Terima	25/09/01
Terima Oleh	H
No. Agenda Prp.	21.3621

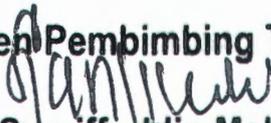
**" STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN UNTUK MENGOPTIMALKAN
PEMASARAN LISTRIK PELANGGAN INDUSTRI (TARIF 1-3) DI PT. PLN (PERSERO)
DISTRIBUSI JAWA TIMUR CABANG SURABAYA SELATAN RAYON RUNGKUT
DALAM MENUJU ERA RESTRUKTURISASI KETENAGA LISTRIKAN
DAN GLOBALISASI "**

**Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Teknik (MT)
di
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya**

Oleh :

**R.DYANANTO
Nrp. 2299.204.011**

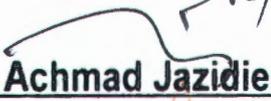
Dosen Pembimbing Tesis :

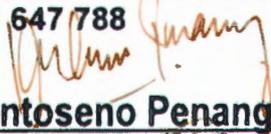

**1. Ir. Syariffuddin Mahmudsyah, M.Eng
NIP. 130 520 749**

**Tanggal Ujian :
21 Juli 2001**

**Periode Wisuda :
September 2001**

Disetujui oleh Tim Penguji Tesis :


**1. Dr. Ir. Achmad Jazidie, M.Eng
NIP. 131 647 788**


**2. Dr. Ir. Ontoseno Penangsang
NIP. 130 520 748**


**3. Dr. Ir. Patdono Soewignjo, MSc
NIP. 131 570 365**


**4. Dr. Ir. Mochamad Rameli
NIP. 130 938 507**

Direktur Program Pascasarjana


**Dr. Ir. Sekartedjo, M.Sc
NIP. 130 701 281**



**STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN UNTUK
MENGOPTIMALKAN PEMASARAN LISTRIK PELANGGAN
INDUSTRI (TARIF I-3) DI PT.PLN (PERSERO) DISTRIBUSI
JAWA TIMUR CABANG SURABAYA SELATAN RAYON RUNGKUT
DALAM MENUJU ERA RESTRUKTURISASI
KETENAGALISTRIKAN DAN GLOBALISASI**

Oleh : R.Dyananto

Pembimbing : Ir.Syariffuddin Mahmudsyah,M.Eng

ABSTRAK

PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur saat ini mempunyai 108 Ranting & Rayon dan Rayon Rungkut merupakan bagian dari salah satu Rayon yang ada di PLN Cabang Surabaya Selatan dengan data Perusahaan (lihat lampiran 2) , dari data tsb pelanggan dengan tarif I sejumlah 604 pelanggan diperoleh pendapatan penjualan energi listrik senilai ± Rp 88.449.981.980,-. (70 % dari total pendapatan keseluruhan ± Rp 127.160.567.900,- , sesuai data perusahaan s/d Juli 2000). Oleh Karena pelanggan – pelanggan tsb perlu dijaga mutu , keandalan dan pelayanannya.

Tesis ini akan melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut kepada pelanggan Industri (Tarif I - 3) dengan metoda Qualitative dan Quantitative Research , sementara pemilihan responden dilakukan secara langsung untuk pelanggan Industri dengan Tarif I -3 .

Hasil yang diperoleh dari Tesis ini akan memberikan informasi kondisi pasar jasa energi kelistrikan yang diperlukan untuk menentukan rekomendasi Strategi Pelayanan, sehingga *The real boss is customer* merupakan paradigma baru yang harus diaplikasikan dalam kehidupan proses bisnis perusahaan . Untuk itu sebelum kita terlambat ditinggal oleh pelanggan maupun kedatangan kompetitor lain maka seyogyanya PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut segera mengaplikasikan Strategi Pemasaran maupun Pelayanan yang berorientasi pada keinginan , keperluan , tuntutan dan kepuasan pelanggan di masa mendatang .

**THE SERVICE IMPROVEMENT STRATEGY FOR OPTIMIZING THE
INDUSTRIAL CUSTOMER ELECTRICITY (I-3) MARKETING
IN THE ERA OF ELECTRICITY RESTRUCTURING AND
GLOBALIZATION AT PT.PLN (PERSERO) EAST JAVA DISTRIBUTION
AREA SOUTH SURABAYA BRANCH RUNGKUT SUB BRANCH**

By : R.Dyananto

Under The Supervision : Ir.Syariffuddin Mahmudsyah,M.Eng

ABSTRACT

PT. PLN (Persero) East Java distribution recently has 108 “ranting “ & “rayon”. “Rayon” Rungkut is the one of “rayon” (s) of South Surabaya Branch which has business development data (see appendix 2), has electricity sales revenue of Rp 88.449.981.980,- (70% of total revenue : Rp 127.160.567.900 ,-, according data of performance company until july 2000) from 604 customers of tarif 1. Therefore, we have to maintain the quality & services to customers.

This paper describe the research of the quality of service provided by PT. PLN (persero) South Surabaya Branch (East Java Distribution) to their industrial related customers (tarif I-3) using qualitative & quantitative research method, while the respondent selection use direct selection for industrial customers with tarif I-3.

The result of this paper provide information about electricity service market condition which is needed to recommend service strategy and to apply the new paradigm

which states “ customer is the real boss”. To keep the customer loyalty and to face the competition, PT. PLN (persero) East Java distribution South Surabaya Branch, rayon

Rungkut should implement marketing and service strategy that are customer needs, wants, demands and satisfaction.

KATA PENGANTAR

Bismillahir rohmaanir rohim,

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, hanya dengan berkah dan hidayahnya serta ijinnya penulisan tesis ini dapat diselesaikan. Hormat dan terima kasih terutama untuk Bapak Ir. Syariffuddin Mahmudsyah, M.Sc yang selama ini meluangkan waktunya untuk membimbing dan memotivasi penulis sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu penyelesaian tesis ini, antara lain :

1. Bapak Ir. Budi Harjanto, selaku Pemimpin PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur.
2. Bapak DR .Ir. Achmad Jazidi, selaku Ketua Program Pasca Sarjana Program Studi Teknik Elektro Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
3. Bapak Ir. Syariffuddin Mahmudsyah, M.Sc yang telah sudi meluangkan waktunya untuk membimbing kami
4. Pengelola dan Para Dosen Program Pasca Sarjana Program Studi Teknik Elektro Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
5. Rekan – rekan kerja di PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur. Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut.
6. Rekan – rekan kerja di Bagian Pemasaran PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur.

7. Istri dan anak-anakku tercinta, yang selama ini dengan sabar dan setia memberikan dorongan moril dari mulai awal studi sampai dengan penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu segala masukan, saran dan komentar dari para pembaca sangat kami harapkan untuk penyempurnaannya, disamping itu semoga tesis ini bermanfaat untuk Pelayanan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut khususnya dan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur pada umumnya.

Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi kita semua, Amin.

Surabaya, Januari 2001

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Abstrak	iii
Abstract	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar tabel	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	6
E. Maksud Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
G. Sasaran Penelitian	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
A1. Pelayanan Penyambungan Baru	13
A2. Analisis Kesenjangan terhadap Penyambungan Baru	13
B. Landasan Teori	15
C. Manajemen Kualitas Jasa	19
D. Model Penelitian	23

BAB III : METODE PENELITIAN	26
A. Tempat dan Waktu Penelitian	26
B. Metode Pengambilan Sample	26
C. Metode Pengumpulan Data	26
C.1. Data Primer	27
C.2. Data Sekunder	31
C.3. Desain dan Metode Pengolahan Data	31
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Tampilan Soft Ware Entry data	44
B. Analisis Kepuasan Pelanggan Kelompok Industri (I – 3)	49
B.1. Deskripsi Data	51
B.2. Indeks Kepuasan Pelanggan	52
B.3. Analisis Pelayanan dan Komunikasi Pelanggan Industri	60
a. Pelayanan Dasar	60
b. Paket Pelayanan Operasional	63
c. Pengembangan Paket Pelayanan	65
d. Komunikasi Perusahaan	65
C. Pokok – Pokok Bahasan	68
D. Rekomendasi	72
BAB V : PENUTUP	83
A. KESIMPULAN	83
B. SARAN	84

Daftar Pustaka	86
Biografi Penulis	87
Daftar Lampiran	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 – 1 : Komposisi Pelanggan Per Tarif	4
Gambar 1 – 2 : Komposisi Daya Tersambaung Per Tarif	4
Gambar 1 – 3 : Komposisi Energi Terjual Per Tarif	5
Gambar 1 – 4 : Komposisi Rupiah Penjualan Per Tarif	5
Gambar 1 – 5 : Komposisi Rupiah Penjualan U/ Tarif Industri	6
Gambar 2 – 1 : Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas	10
Gambar 2 – 2 : Managing Service Quality (seven gap)	20
Gambar 2 – 3 : Model Kualitas Pelayanan	22
Gambar 2 – 4 : Customer Satisfaction Research Process	25
Gambar 3 – 1 : Model Pengolahan Data	32
Gambar 3 – 2 : Proses Pengumpulan dan Penyiapan Data Base Kuesioner	34
Gambar 3 – 3 : Tahapan Pengolahan Data	37
Gambar 4 – 1 : Form Data Entry Costumer Satisfaction Pelanggan PLN – Industri (SPSS Data Entry Release 1.04)	44
Gambar 4 – 2 : Tampilan SPSS Untuk Mengolah Data (SPSS Version 10.5) yang Berisi Data List	46
Gambar 4 – 3 : Tampilan SPSS Untuk Mengolah Data (SPSS Version 10.5) yang Berisi Variabel List	47
Gambar 4 – 4 : Tampilan SPSS Output Viewer	48

Gambar 4 – 5 : Top Two Boxes dan Indeks Kepuasan Pelanggan Industri	55
Gambar 4 – 6 : Indeks dan Top 3 Boxes dari harapan Pelanggan	58
Gambar 4 – 7 : Top 3 Boxes dan Indeks Kepuasan Pelanggan Kelompok Industri (I – 3) Wilayah Rungkut (Bagian Administrasi & Manajemen)	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4 -1 : Perbandingan Nilai Mean dan Modus antara Harapan dan Kenyataan dari Pelanggan Industri (I - 3)	51
Tabel 4 – 2 : Indeks dan Top 3 Boxes harapan Pelanggan PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah PLN Rayon Rungkut (di Bagian Teknis)	52
Tabel 4 - 3 : Indeks dan Top 3 Boxes Kepuasan Pelanggan PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah PLN Rayon Rungkut.....	54
Tabel 4 - 4 : Gap Antara Harapan dan Kenyataan untuk Kelompok Industri I – 3 di Wilayah PLN (Persero) Rayon Rungkut.....	56
Tabel 4 –5 : Indeks dan Top 3 Boxes harapan Pelanggan PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah Rayon Rungkut	57
Tabel 4 – 6 : Indeks dan Top 3 Boxes kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah Rungkut dan sekitarnya	59
Tabel 4 - 7 : Gap antara Harapan dan Kenyataan Pelanggan Industri Bagian Administrasi dan manajemen PT PLN (Persero) Kelompok I – 3 di wilayah Rungkut dan sekitarnya	60
Tabel 4 - 8 : Analisa Pelayanan Dasar	61
Tabel 4 - 9 : Penilaian terhadap Pelayanan Petugas Loker Pembayaran Cukup Baik	62
Tabel 4-10 : Penilaian terhadap Pelayanan Loker	

Gangguan Cukup Baik	62
Tabel 4-11 : Penilaian terhadap Pelayanan Telpon	62
Tabel 4-12 : Penilaian terhadap Pelayanan Petugas PLN	
Di Nomor 123	62

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG.

Dengan semakin baiknya pertumbuhan ekonomi terutama di daerah Propinsi Jawa Timur maka membuka peluang pendapatan bagi PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur umumnya dan PT.PLN (Persero) Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut khususnya dalam meningkatkan Profit Margin atau bisa juga dalam menekan kerugian . sehingga memerlukan strategi peningkatan pelayanan yang efektif. Seiring dengan Program Restrukturisasi Ketenaga listrikan dalam menuju Era Globalisasi maka akan terjadi tuntutan persaingan dalam memberikan dan menciptakan kepuasan pelanggan yang telah terpenuhi jenis kebutuhannya dan terpuaskan oleh *delivery service* yang diterima dari PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut .kepada pelanggan maupun calon pelanggan akan berdampak terhadap citra perusahaan serta loyalitas pelanggan yang kelak bisa menjadi kelemahan ataupun kekuatan Perusahaan dalam era kompetisi terbuka. Selain pelanggan sebagai faktor yang menentukan kehidupan perusahaan, lingkungan luar lain yang *uncontrollable* bagi perusahaan, perlu pula dilakukan analisis terhadap lingkungan makro maupun tingkat persaingan dalam industri ini.

Berdasarkan kebutuhan akan analisis tersebut PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut perlu melakukan *external survey* dalam rangka mengantisipasi dan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan

perusahaan atas pemberian layanan perusahaan, *demand* terhadap produk dan jasa energi listrik baik *served market* ataupun *unserved market*, dan sejauh mana ancaman yang diberikan perusahaan produk substitusi, serta sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan perusahaan atas pemberian layanan perusahaan. Semua hasil *survey* di atas akan menentukan bentuk **Strategi Peningkatan Pelayanan untuk Mengoptimalkan Pemasaran listrik** yang direkomendasikan untuk diaplikasikan pelaksanaannya.

B. RUMUSAN MASALAH

Rayon Rungkut merupakan salah satu Rayon terbesar pendapatannya di PT.PLN (Persero) Surabaya Selatan , pendapatan terbesar bersumber dari pelanggan industri (tariff I - 3). Saat ini pelayanan yang diberikan PLN Rayon Rungkut kepada pelanggan industri (tarif I-3) masih belum optimal dan secara umum rumusan permasalahan yang harus diketahui sbb :

1. Bagaimana image Perusahaan (PLN) yang ada saat ini di benak (mind share) dan hati pelanggan (heart share) ?

Image yang ada saat ini di benak (mind share) dan hati pelanggan (heart share) PLN dapat dikonotasikan sebagai Perusahaan yang byar pyet, arogan karena monopoli. seenaknya sendiri dalam memberikan pelayanan , standart pelayanan tidak jelas dsb

2. Parameter apa saja yang mempengaruhi image tsb ?
3. Strategi pelayanan apa yang harus dilaksanakan dalam memperbaiki image tsb ?

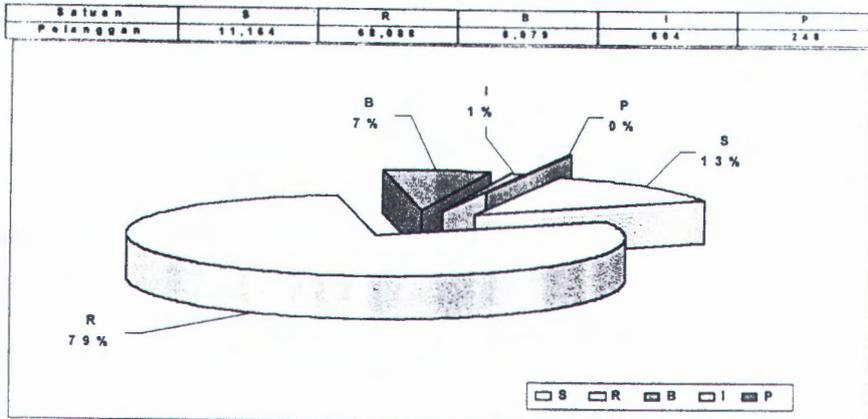
C. PEMBATASAN MASALAH

Tesis ini melakukan survey kepuasan pelanggan industri (Tarif I – 3) dalam rangka mendapatkan informasi perubahan bentuk pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan batasan sbb :

1. Lokasi survey dilaksanakan di PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut, dengan salah satu alasan karena mempunyai industri terpadu (RUNGKUT SIER)
2. Pelanggan yang disurvei adalah pelanggan industri dengan tarif I – 3 , dengan alasan berdasarkan data perusahaan s/d Juli 2000 pelanggan industri tarif I – 3 memberikan kontribusi rupiah penjualan terbesar (Rp 55 milyar) dibanding pelanggan industri dengan tarif I – 1 (Rp 162 jt), pelanggan industri dengan tarif I – 2 (Rp 11 milyar), pelanggan industri dengan tarif I – 4 (Rp 21 milyar)
3. Jumlah responden pelanggan industri (tarif I – 3) yang disurvei sejumlah 83 (delapan puluh tiga) pelanggan , namun berhubung sesuatu hal yang kembali hanya 77 (tujuh puluh tujuh).

PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

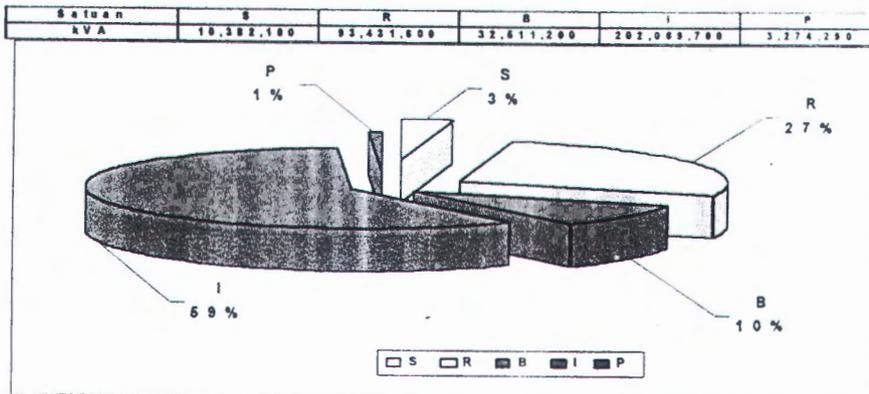
KOMPOSISI PELANGGAN PER TARIF
 JANUARIS/D JULI 2000



Gambar 1 – 1 : KOMPOSISI PELANGGAN PER TARIF

PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

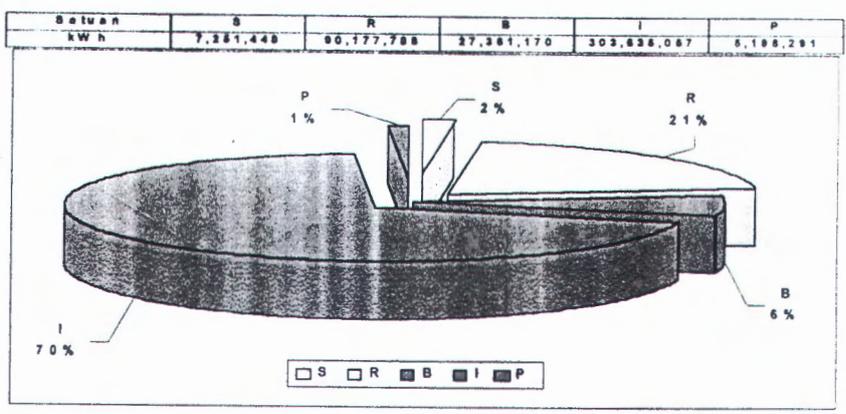
KOMPOSISI DAYA TERSAMBUNG PER TARIF
 JANUARIS/D JULI 2000



Gambar 1 – 2 : KOMPOSISI DAYA TERSAMBUNG PER TARIF

PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUTI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

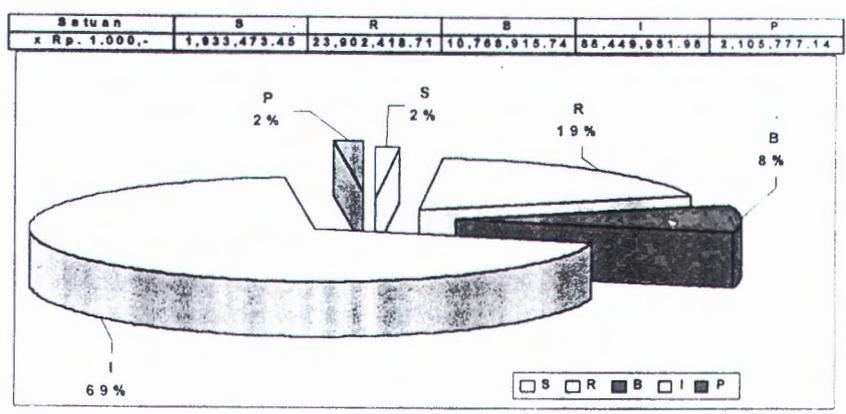
KOMPOSISI ENERGI TERJUAL PER TARIF
 JANUARIS/D JULI 2000



Gambar 1 – 3 : KOMPOSISI ENERGI TERJUAL PER TARIF

PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUTI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

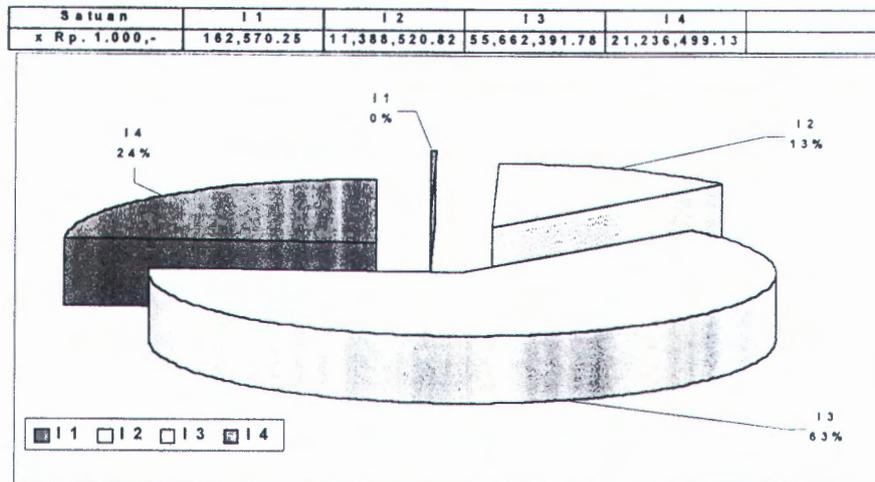
KOMPOSISI RUPIAH PENJUALAN PER TARIF
 JANUARIS/D JULI 2000



Gambar 1 – 4 : KOMPOSISI RUPIAH PENJUALAN PER TARIF

PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

KOMPOSISI RUPIAH PENJUALAN UNTUK TARIF INDUSTRI
 JANUARIS/D JULI 2000



Gambar 1 – 5 : KOMPOSISI RUPIAH PENJUALAN U/ TARIF INDUSTRI

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari Penelitian ini adalah : memberikan informasi kondisi pasar jasa energi kelistrikan yang diperlukan untuk menentukan rekomendasi, termasuk strategi peningkatan pelayanan untuk mengoptimalkan pemasaran listrik pelanggan industri (tarif I – 3).

E. MAKSUD PENELITIAN

Adapun Maksud dari Penelitian ini adalah :

1. Untuk mendapatkan informasi tingkat kebutuhan dan keinginan pasar berdasarkan segmennya (Tarif I 3) serta kepuasan pelanggan terhadap jasa energi kelistrikan pada

pelanggan yang telah dilayani maupun yang belum terlayani. Persepsi pelanggan terhadap layanan energi tersebut akan mendorong terbentuknya standart layanan yang akan menjadi tolok ukur antar waktu

2. Akan didapatkan rekomendasi strategi Peningkatan Pelayanan yang dibutuhkan terutama untuk meningkatkan performansi perusahaan. Hal tersebut terwujud dalam pembentukan citra, kreasi produk baru dan penanganan *business process* secara terpadu serta membangun infrastruktur untuk membangun loyalitas pelanggan. Termasuk pemenuhan *business solution* terhadap persoalan - persoalan yang dihadapi oleh konsumennya

F. MANFAAT PENELITIAN .

Tesis ini akan memberi manfaat untuk mengetahui kepuasan yang telah dicapai pelanggan PLN dari segmen Industri khususnya tariff I 3 sehingga diharapkan akan didapatkan beberapa rekomendasi perubahan yang perlu dilakukan baik dari sisi pelanggan secara langsung maupun tidak langsung sehingga dapat lebih memahami prioritas program yang seharusnya dilaksanakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profitabilitas Perusahaan secara berkelanjutan.

G. SASARAN PENELITIAN

Sasaran dari Penelitian ini adalah : mendapatkan informasi yang akurat tentang pasar jasa energi listrik PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur. Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut umumnya dan khususnya untuk pelanggan Industri dengan Tarif I

- 3 meliputi :

1. *Costumer Satisfaction*
2. *Potensial Usage and Development Process for Their Business*
3. *New Benefit*
4. *New Attribute of Services*
5. *Future Image*
6. *Market Life Style*
7. *Basic Services Needs*
8. *Demand Forecast*
9. *Performance Mangement*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

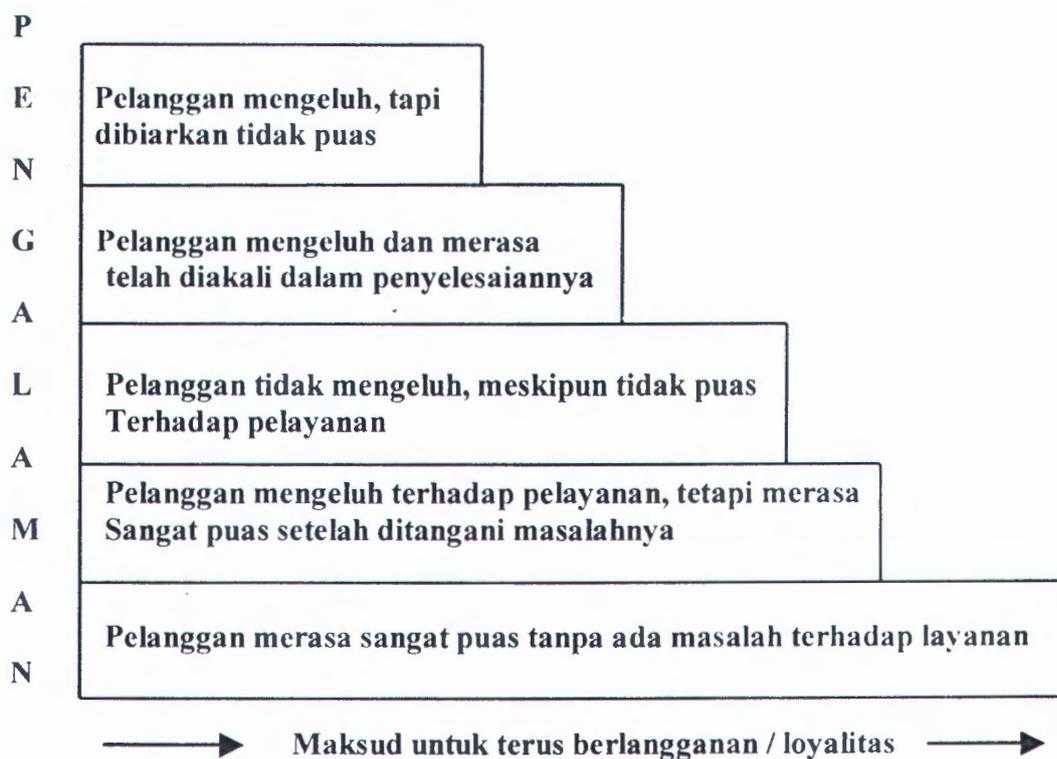
A. PENELITIAN TERDAHULU

Sebuah perusahaan Marketing Research di Amerika Serikat (TARP / Technical Assistance Research Program Inc) yang telah mengadakan penelitian mengenai kepuasan dan kesetiaan pelanggan yang disarikan oleh Armisted dalam bukunya Costumer Services And Support yang dialih bahasakan oleh M. Kurdi Djunaidi (1996 : hal 274), TARP membuat 5 skenario layanan dan meneliti keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali perusahaan yang sama. Kelima scenario adalah :

- a) Layanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan , sehingga layanan tersebut memberikan kepuasan yang sempurna bagi pelanggan.
- b) Terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan dan pelanggan mengeluh, tetapi keluhan pelanggan dapat diselesaikan dengan baik dan pelanggan menjadi puas.
- c) Terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan tetapi pelanggan tidak mengeluh.
- d) Terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan dan pelanggan mengeluh, tetapi dalam mengatasi masalah pelanggan merasa telah diakali atau dibujuk. Dengan demikian pelanggan tetap tidak mendapat kepuasan yang sebenarnya.
- e) Terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan dan pelanggan mengeluh, tetapi pelanggan dibiarkan tidak puas.

Reaksi pelanggan dalam menyikapi lima kejadian diatas akan sangat berbeda sehingga akan mempengaruhi lebih lanjut, apakah pelanggan tsb masih loyal perusahaan tsb atau tidak.

Hasil penelitian TARP menunjukkan bahwa hubungan antara pengalaman pelanggan dalam memperoleh kepuasannya terhadap loyalitas bagi perusahaan dapat digambarkan sbb :



Gambar 2 – 1 : HUBUNGAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS.

Sumber : Armistead (1996 : hal 275)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang tidak puas, tidak senang dengan apa yang terjadi, merasa tersiksa bila tidak mengeluh sama sekali. Akibatnya adalah memperkuat kesan atau persepsi bagi pelanggan bahwa layanan perusahaan tersebut tidak bermutu. Sebaliknya dengan memperbaiki kesalahan layanan secara baik ; serta pelanggan yang telah dibina dan ditangani sejak pertama kali layanan dilaksanakan loyalitasnya akan bertambah. Meskipun tingkat melakukan pembelian ulang (*repeated purchase*) akan berbeda – beda sesuai dengan kondisi biaya yang dimiliki pelanggan, namun variasi kecenderungan ingin melakukan pembelian ulang dari ke – lima scenario tersebut tetap berlaku.

Hal lain yang diketemukan dalam penelitian tersebut adalah menurunnya kepuasan pelanggan yang mengakibatkan timbulnya publisitas negatif dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tentang pengalaman buruk atas layanan tersebut. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman layanan akan mengatakan pengalamannya itu hanya kepada **lima** temannya; sebaliknya bila tidak puas, mereka akan menyampaikan kepada **sepuluh** orang. Ketika mereka merasa puas mendapatkan perbaikan layanan, maka mereka akan mengatakannya kepada **tiga** orang. Iklan dari mulut ke mulut ini sangat penting, karena informasi yang positif dapat menyebabkan bisnis meningkat.

Berdasarkan hasil survey kepuasan pelanggan PLN Distribusi Jawa Timur di Kota Surabaya yang dilakukan oleh Sima Communications , Desember 1997. maka secara konseptual , pelayanan dibagi ke dalam 3 dimensi yaitu :

1. *Product Service* , yaitu bentuk pelayanan yang diukur dari hasil atau output nyata dari produksi. Kualitas jenis pelayanan ini antara lain terlihat dalam bentuk kestabilan dan kontinuitas suplai listrik kepada pelanggan dan pemasangan Instalasi.
2. *Organization Service* , yaitu bentuk pelayanan yang bertumpu pada kinerja organisasi, yang dalam hal ini meliputi prosedur pelayanan pembayaran, prosedur pelayanan bila ada kerusakan atau gangguan, ketersediaan informasi, serta fasilitas fisik.
3. *Personel Service* , yaitu bentuk pelayanan yang diukur dari sikap atau perilaku secara individual dalam menghadapi pelanggan, yang meliputi sikap petugas di loket pembayaran, kesiapan dan kecekatan petugas di lapangan, serta keramahan dalam melayani pelanggan.

Ketiga dimensi pelayanan tersebut berlangsung dalam suatu proses. Dilihat dari prosesnya, pelayanan jasa sarana listrik PLN mencakup beberapa hal, yaitu :

1. Penyambungan baru
2. Perubahan daya
3. Pencatatan meter
4. Penagihan rekening listrik
5. Pelayanan gangguan

Penelitian yang dilakukan oleh Sima Communications (Desember 1997) pada pelanggan PLN yang ada di PLN Cabang Surabaya Utara dan Selatan , didapatkan hasil sebagai berikut :

A.1. Pelayanan penyambungan baru

- 1 Berdasarkan pengalaman pelanggan PLN, sebagian besar responden yang pernah mengajukan permintaan penyambungan baru memilih untuk mengurus sendiri ke kantor PLN (66%). Sedangkan 24% lainnya menggunakan jasa perantara.
- 2 Pelanggan memilih untuk mengurus sendiri umumnya didorong oleh alasan bahwa mereka tidak ingin mengeluarkan biaya ekstra untuk membayar jasa perantara (52,9%) dan ingin mengetahui sendiri prosedur pelayanan PLN (45,6%). Selain itu ada juga yang merasa bahwa pelayanan PLN sudah baik (41,2%).
- 3 Pelanggan PLN umumnya mempunyai kesan bahwa prosedur yang harus mereka tempuh tidak berbelit (75%).
- 4 Pelanggan PLN yang menggunakan jasa perantara umumnya dilatar belakangi oleh dua alasan pokok yaitu perantara menjanjikan urusan lebih cepat (70,4 %) dan terbatasnya waktu yang mereka miliki untuk mengurus sendiri (55,6%).

A.2. Analisis kesenjangan terhadap pelayanan penyambungan baru.

Analisis kesenjangan (gap analysis) adalah suatu teknik analisis kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang aspek-aspek pelayanan yang telah dinilai berhasil memuaskan pelanggan (positif), aspek-aspek pelayanan yang belum memuaskan kebutuhan pelanggan (negatif) dan urutan prioritas peningkatan aspek pelayanan yang harus dilakukan.

Hasil analisis menunjukkan aspek-aspek pelayanan penyambungan baru yang bernilai positif adalah sebagai berikut (diurutkan dari aspek yang paling memuaskan hingga aspek yang cukup memuaskan atau sesuai harapan):

- a. Penampilan petugas dalam melayani permohonan penyambungan baru .
- b. Keramahan petugas PLN pada saat mengurus penyambungan baru.
- c. Pelanggan merasa nyaman ketika berada di kantor pelayanan PLN.
- d. Kemampuan petugas PLN dalam melayani penyambungan baru.
- e. Adanya kemudahan menjangkau kantor pelayanan PLN untuk mengurus penyambungan baru.
- f. Tarif yng ditetapkan PLN seimbang dengan pelayanan yang pelanggan dapatkan.
- g. Kecepatan kerja petugas PLN dalam melayani penyambungan baru.

Sedangkan aspek-aspek penyambungan baru yang bernilai negatif adalah sebagai berikut (diurutkan dari aspek yang paling tidak memuaskan hingga yang agak kurang memuaskan bagi responden):

- a. Kecepatan waktu sejak pelanggan mengajukan permohonan sampai listrik menyala di tempat pelanggan.**
- b. Ketepatan waktu penyambungan sejak pelanggan menyelesaikan seluruh pembayaran dan persyaratan lain sampai listrik menyala sesuai dengan waktu yang dijanjikan.**
- c. Adanya informasi yang jelas tentang prosedur dan besarnya tarif untuk penyambungan baru.

Hasil analisis kesenjangan menunjukkan bahwa urutan ketidak puasan tersebut menggambarkan pula prioritas perbaikan dan peningkatan pelayanan PLN yang harus dilakukan pada masa mendatang .

B. LANDASAN TEORI.

Setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran tidak terlepas dari lingkungan persaingan. Menurut Boone dan Kurtz (1992 : hal 43 – 44) lingkungan persaingan terdiri dari tiga type , yaitu :

1. Persaingan dalam satu industri produk atau jasa yang sama
2. Persaingan dalam industri produk atau jasa yang dapat saling substitusi
3. Persaingan semua jenis industri dalam merebut daya beli masyarakat

Strategi memenangkan persaingan menurut Porter yang dikutip Bosemen dan Phatack (1989 : hal 97 –99) , disamping melakukan efisiensi (*Overall Cost Leadership*) dan melakukan diferensiasi (*Differentiation*), yang tidak kalah penting adalah mempertahankan market share yang dimiliki dengan membangun loyalitas pelanggan (*Focus on Customer*). Loyalitas pelanggan hanya dapat dipertahankan apabila perusahaan secara terus menerus dapat memenuhi kepuasan pelanggan yang tidak berhenti berkembang. Kepuasan adalah perasaan senang atau tidak senang dari seseorang setelah produk atau jasa yang dikonsumsi dan dibandingkan dengan harapannya, seperti yang diungkapkan Kotler (1997 : hal 41) *“satisfaction is a person’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectation “*

Kepuasan pelanggan berasal dari dari mental frame of reference pelanggan itu sendiri terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Selanjutnya Macaulay dan Cook dalam bukunya *How to Improve Your Customer Service* yang telah dialih bahasakan oleh Yoshua (1996 : hal 12) mengemukakan pelayanan yang memuaskan terdiri dari tiga komponen yang kesemuanya mencerminkan citra perusahaan , yaitu :

1. Kualitas produk atau layanan yang dihasilkan
2. Cara perusahaan tersebut memberikan layanan
3. Hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut

Needs and Wants pelanggan terus berkembang tanpa henti , pemenuhan suatu needs and wants akan melahirkan needs and wants baru yang semakin meningkat. Perusahaan perlu terus menggali potensial needs and wants pelanggan melalui pemahaman pelanggan , karena pelanggan yang loyal merupakan asset yang sangat berharga dimana pelanggan akan memberikan revenue terus menerus kepada perusahaan apabila kita dapat memberikan kepuasan kepada mereka. Macaulay dan Cook (1996 : hal 57) mengemukakan “ *tuntutan pelanggan perlu didefinisikan secara tepat sehingga dengan segera dan setiap saat dapat dipenuhi menurut harapannya* “.

Menurut Endar Sugiarto (1999, hal 40) : dalam dunia usaha tidak satupun perusahaan yang menginginkan pelanggannya tidak loyal terhadap apa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Berbagai cara dilakukan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Yang pertama adalah dengan menciptakan *product image*. Setelah *product image* diperoleh, produsen akan melangkah ke kepercayaan konsumen. Kerja keras dan kemauan untuk

menaklukan berbagai rintangan diperlukan dalam membuat konsumen percaya pada produk yang ditawarkan.

Macaulay dan Cook (1996 : hal 12) mengemukakan pelayanan yang memuaskan terdiri dari tiga komponen, yang kesemuanya mencerminkan citra perusahaan . yaitu :

- a) Kualitas produk atau layanan yang dihasilkan.
- b) Cara perusahaan tersebut memberikan layanan.
- c) Hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut..

Tjiptono (1997 : hal 36) menyebutkan ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectation*, maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Disebutkan pula bahwa loyalitas pelanggan merupakan *variable endogenous* yang disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan, rintangan pengalihan (*switching barrier*) pemasok dan keluhan.

Dalam menghadapi pelanggan yang semakin kritis memang Perusahaan yang bergerak dibidang Jasa dituntut untuk menyusun strategi yang lebih canggih dan apabila kita amati secara cermat, kepuasan pelanggan banyak ditentukan oleh kualitas performa pelayanan di lapangan . Bila pelayanan (*service*) tidak sama atau tidak sesuai dengan harapan (*satisfaction*) pelanggan , maka di mata pelanggan pelayanan yang diberikan dinilai jelek.

Menurut Oka A. Yoeti (2000 :hal 36) dapat dibuat persamaan sbb :

$$\text{Satisfaction} = f(\text{Performance} - \text{Expectation})$$

Dari persamaan tsb , dapat dihasilkan tiga kemungkinan sbb :

- Pertama apabila $Performance < Expectation$

Bila hal ini terjadi, maka pelanggan akan mengatakakan bahwa pelayanan yang diberikan jelek, hal ini terjadi dikarenakan harapan pelanggan tidak terpenuhi atau pelayanannya kurang baik, belum memuaskan pelanggan.

- Kedua apabila $Performance = Expectation$

Bila keadaan ini terjadi, maka bagi pelanggan tidak ada istimewanya, pelayanan yang diberikan biasa – biasa saja, karena belum memuaskan pelanggan.

- Ketiga apabila $Performance > Expectation$

Bila keadaan ini tercapai, maka pelanggan mengatakakan pelayanan yang diberikan adalah baik dan menyenangkan. dan hal itu merupakan tujuan hampir keseluruhan perusahaan yang bergerak di sektor jasa pelayanan

Harapan pelanggan dalam hal ini dikategorikan individual bisa juga perusahaan menurut Oka A. Yoeti (2000 :hal 41) dapat didefinisikan sbb :

a) *Conformance to Product or Service Requirements*

Pelanggan selalu berharap agar produk yang dibelinya akan dapat memuaskannya dan jangan sampai mengecewakan . Mereka menginginkan produk yang dibelinya ada standart spesifikasinya, contohnya di Singapura oleh SISIR (Standard and Industrial Research), di Indonesia oleh SI (Standard Indonesia) di PLN dinamakan Standard Pelayanan.

b) *Competitives Prices*

Kepuasan pelanggan juga termasuk masalah harga barang – barang dan jasa yang ditawarkan. Survei membuktikan bahwa pelanggan – pelanggan lebih menyukai kualitas produk walaupun harga yang ditawarkan mahal dari pada kualitasnya tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya.

c) *Quality and Reability*

Pelanggan menginginkan barang yang tidak hanya kelihatannya bagus, tetapi hendaknya juga tahan lama dipakai. Pelanggan juga mengharapkan pelayanan yang diberikan dapat dipercaya dan dengan kualitas yang tidak disangsikan lagi.

d) *Delivery*

Cara penyampaian atau pengiriman barang kepada pelanggan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan agar produk – produk yang dibelinya dapat dikirimkan pada waktu yang diinginkan atau dijanjikan , dikirim secara effesien dan dengan cara dengan cara yang menyenangkan.

e) *After Sales Services*

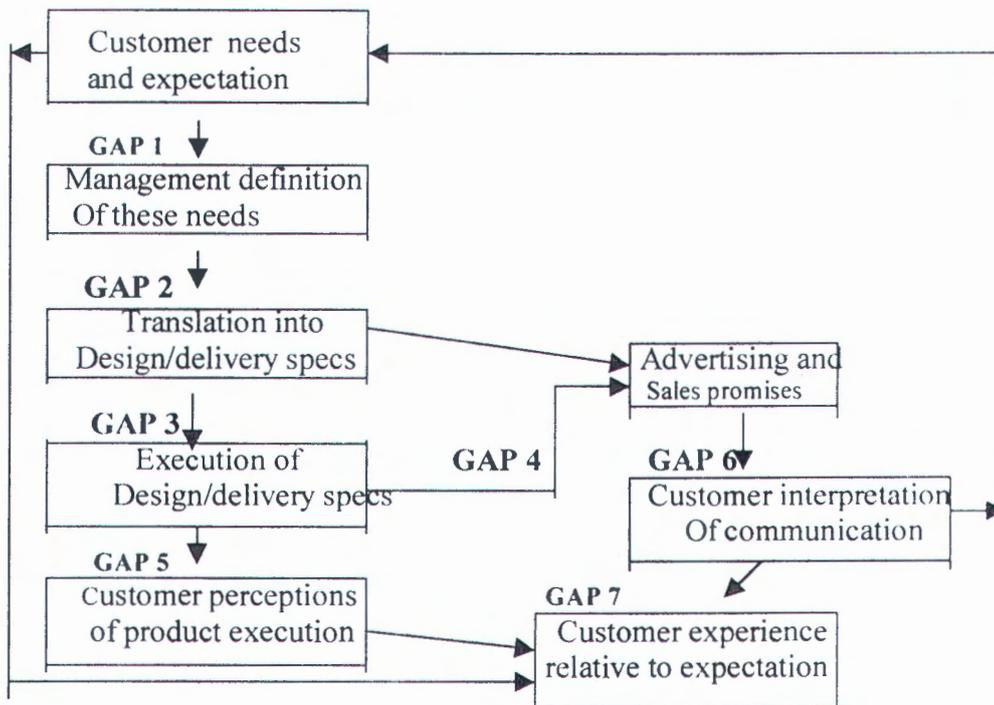
Bagi pelanggan pelayanan purna jual (*After Sales Services*) tetap merupakan keinginan yang sangat penting , sehingga image perusahaan pemasok tetap survival.

C. MANAJEMEN KUALITAS JASA

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara layanan yang diterima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan (*expected service*). Bila hasilnya mendekati satu maka pelanggan akan puas, begitu juga sebaliknya bila harganya jauh

lebih kecil dari satu maka pelanggan semakin tidak puas. Idealnya adalah melebihi satu yang berarti bahwa jasa yang dilaksanakan melebihi harapan, atau ada harapan yang tidak diduga (antisipasi) yang dipuaskan. Bila hal ini tercapai maka pelanggan akan sangat puas dan bila dilakukan secara terus menerus pelanggan akan bahagia.

Perbedaan antara layanan yang diterima dengan yang diharapkan (kepuasan) harus diminimisasi agar hasilnya mendekati satu (bahkan lebih) yaitu dengan cara mengelola/manajemen kesenjangan (gap) yang terjadi pada semua lini. Juga diperlukan pengelolaan karakteristik jasa dengan sebutan 4I yaitu : Intangibility, Inventory, Inseparability dan Inconsistency.



gambar 2 - 2 : Managing Service Quality (seven gap)
 Sumber : Lovelock (1994,112)

Manajemen gap merupakan pengelolaan seluruh aktivitas perusahaan (internal maupun eksternal) yang meliputi tujuh gap yang terjadi diantara pelayanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan oleh pelanggan (seperti gambar 2 – 2).

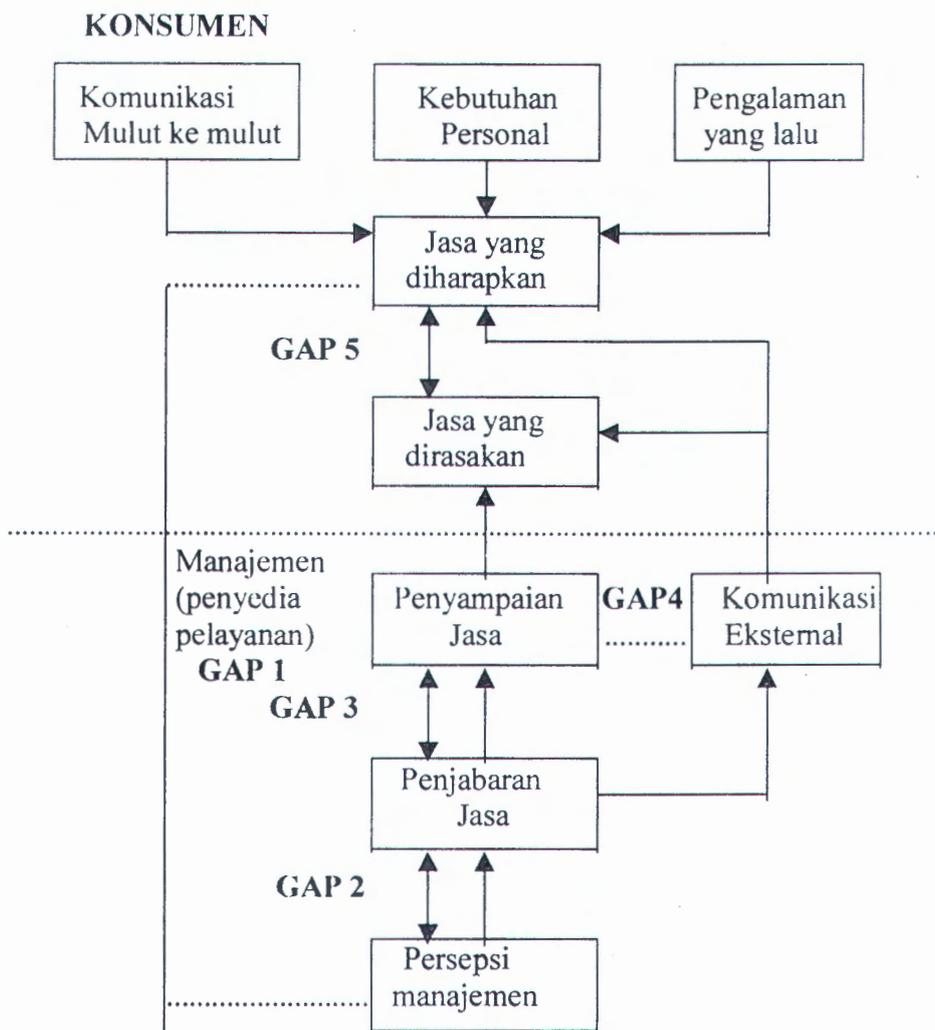
Hal mendasar yang sering terjadi adalah Gap1 antara definisi manajemen dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Umumnya hal ini disebabkan ketidakakuratan informasi dari riset pasar dan analisis permintaan serta tidak akuratnya informasi dari riset pasar dan analisis permintaan serta tidak akuratnya interpretasi akan informasi mengenai pelanggan. Juga disebabkan terlalu banyaknya lapisan (layer) organisasi sehingga informasi sering bias.

Manajemen kualitas jasa yang terjadi dalam internal perusahaan adalah pengelolaan Gap 2,3 dan 4. Manajemen gap ini meliputi pemasaran (terutama promosi), operasi dan sumberdaya manusia. Kesalahan yang mungkin terjadi adalah dalam prosedur dan perencanaan manajemen, walau terkadang juga diakibatkan oleh tujuan organisasi yang kurang jelas, sehingga memperlebar gap 2. Dalam hal pengelolaan gap 4 yang terjadi antara spesifikasi dengan iklan dan promosi , perlu diadakan pemilihan media, waktu serta pesan yang tepat dalam penayangan iklan dan media promosi lainnya.

Eksekusi layanan sering tidak memberikan hasil yang baik (gap 3) terutama disebabkan manajemen operasi serta pemasaran internal yang kurang mendukung, walau terkadang juga disebabkan oleh spesifikasi yang dibuat terlalu rumit serta tidak adanya dukungan sistem dan teknologi dalam perusahaan. Rekayasa ulang

(reengineering) perlu dilaksanakan agar arus proses lebih singkat dan berorientasi pada proses membahagiakan pelanggan.

Disamping itu ada juga teori lain yang bersumber dari Parasuraman & Berry (1990) memperkenalkan lima gap (kesenjangan) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan (gambar 2 – 3) :



Gambar 2 - 3 : Model Kualitas Pelayanan
sumber : Parasuraman & Berry (1990,46)

1. Gap Persepsi manajemen, yaitu : adanya perbedaan penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.
2. Gap Spesifikasi Kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi - spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidak layakan, tidak memadainya standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.
3. Gap Penyampaian Pelayanan yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa (service delivery).
4. Gap Komunikasi Pemasaran yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
5. Gap Dalam Pelayanan Yang Dirasakan adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan.

C. MODEL PENELITIAN

Model penelitian sesuai gambar (2 – 4) , adapun desain penelitian dapat dibagi 3 (tiga) tahap, yaitu :

a) Tahap perencanaan penelitian .

Pada tahap perencanaan akan dibahas mengenai identifikasi masalah (problem definition), tindakan alternatif (decision alternatives) sebelum memutuskan untuk melakukan riset.

b) Tahap implementasi

Pada tahap implementasi yang akan dibahas terdiri dari :

1. Sampling design

Desain sampling yang akan digunakan dalam menentukan sampel penelitian

2. Penyusunan kuesioner

Penyusunan daftar pertanyaan yang digunakan untuk menggali informasi dari konsumen dan karyawan.

4. Pengumpulan data

Proses pengumpulan data, termasuk didalamnya adalah data primer dan sekunder, serta kualitatif maupun kuantitatif.

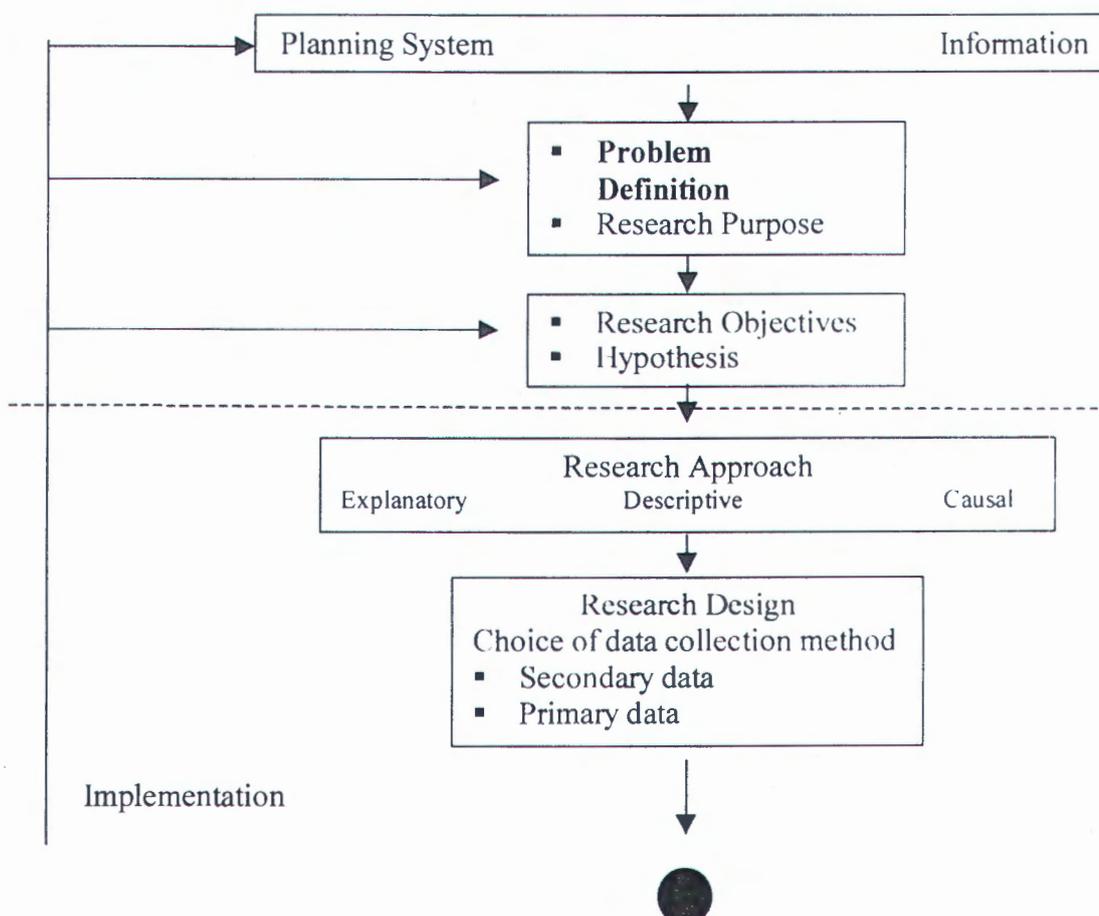
5. Metoda analisis data

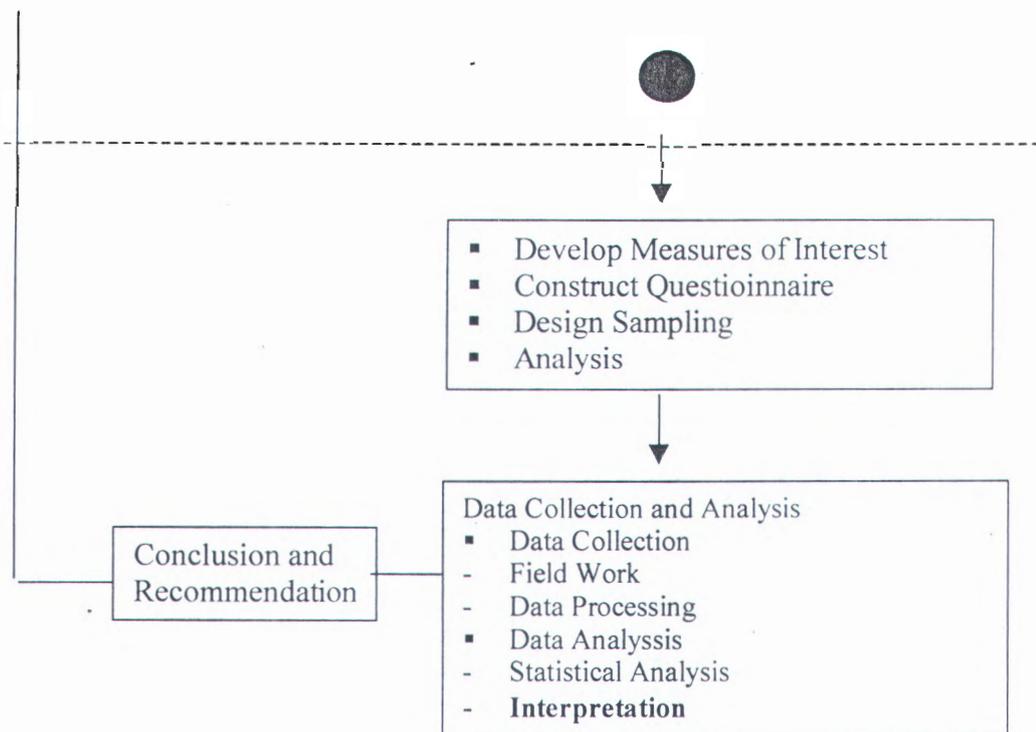
Proses analisis statistik deskriptif dan inferensis untuk mengambil kesimpulan riset.

c) Tahap penyusunan kesimpulan dan rekomendasi meliputi :

1. Pemrosesan data

2. Analisis data (secara statistik) dan interpretasi hasil pengolahan data.





Gambar (2 – 4) : Customer Satisfaction Research Process

Sumber : Thomas.E , Kinner and James R Tylor (1987 : 56)

BAB III METODE PENELITIAN

A. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Tempat penelitian Tesis ini dilaksanakan di PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut.

Penelitian ini dilaksanakan mulai persiapan, pengumpulan data, analisis data sampai penyusunan laporan dalam bentuk tesis dilaksanakan mulai bulan Nopember 2000 sampai dengan bulan juni 2001.

B. METODE PENGAMBILAN SAMPLE

Penelitian tesis ini dengan mengambil judul “ Strategi Pemasaran & Pelayanan yang harus dilakukan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut Dalam Menuju Era Restrukturisasi Ketenaga Listrikan dan Globalisasi ”. Sample yang diambil dalam penelitian adalah pelanggan dengan kategori tariff Industri dengan mengfokuskan semua pelanggan industri khusus tarif I – 3 sejumlah 83 (delapan puluh tiga) pelanggan yang ada sesuai daerah kerja PLN Rayon Rungkut .

C. METODE PENGUMPULAN DATA

Type penelitian menurut klasifikasi tingkat analisisnya, studi ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang menggambarkan situasi dan kondisi yang ada di lapangan. Sedangkan menurut klasifikasi mode of observationnya, studi ini menggunakan metode survei.

Pengumpulan data terdiri atas :

C.1. Data Primer

1) Focus Group Discussion

Focus Group Discussion (FGD) adalah suatu teknik penelitian kualitatif yang berupa wawancara (interview) dipimpin oleh seorang moderator ahli. Diskusi tersebut diarahkan untuk hal-hal yang berkaitan dengan jasa energi listrik.

Keunggulan dari FGD ini adalah karena sifat desain kelompok diskusi yang tidak terlalu formal dan terstruktur sehingga dapat menghasilkan masukan yang berharga dan bahkan masukan yang tidak terduga sebelumnya dari para peserta, seperti misalnya mengenai pengembangan bisnis perusahaannya dan kaitannya dengan kebutuhan/dukungan produk-produk PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur.

Karakteristik FGD :

- Jumlah peserta : 15 – 20 orang.
- Komposisi peserta : Relatif homogen, dipilih sesuai dengan kriteria tertentu.
- Desain ruang : Rileks, suasana agak informal.
- Waktu diskusi : 2 jam.
- Peralatan : Alat rekam, alat presentasi.
- Moderator : Memiliki kemampuan observasi, interpersonal, dan komunikasi.

Sasaran/peserta:

- Eksternal : Pelanggan Industri dengan kriteria dan batasan daerah tertentu.

Focus Group Discussion (FGD) telah dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2000 di Wisma Sier dengan dihadiri +/- 65 pelanggan di kawasan PLN Rayon Rungkut.

2) Survey Eksternal

Survey ini dilakukan dengan cara pengisian kuisisioner dan wawancara mendalam untuk semua pelanggan industri tarif I - 3

(1) Penyusunan Kuesioner

Tujuan pokok untuk pembuatan kuesioner:

- (a) Memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey eksternal.
- (b) Memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas tinggi.

Isi kuesioner penelitian tesis ini ditentukan berdasarkan pada tujuan, arah dan sasaran riset. Secara umum penelitian ini ditujukan untuk mengetahui hubungan antar faktor (yang dapat diterjemahkan dalam bentuk variabel). Lebih jauh variabel-variabel tersebut akan diukur dengan menggunakan alat kuesioner.

Secara umum isi kuesioner dalam penelitian ini diarahkan untuk melakukan analisis yang meliputi :

(a) Analisis Segmentasi Pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan segmentasi pelanggan secara lebih spesifik beserta kecenderungan pemakaian energi, persepsi dan harapannya dalam kurun waktu tertentu.

(b) Analisis Pelayanan Dasar

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dasar yang diterimanya.

(c) Analisis Paket Pelayanan Operasional

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang paket pelayanan operasional eksisting.

(d) Analisis Pengembangan Paket Layanan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kebutuhan pasar akan pengembangan paket-paket layanan progresif untuk kelompok industri dan bisnis.

(e) Analisis Lingkungan Bisnis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang pesaing potensial dan produk-produk substitusi, serta produk-produk layanan baru yang akan memperluas cakupan produk layanan energi secara terpadu.

(f) Analisis Komunikasi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai komunikasi perusahaan yang dibutuhkan untuk mendukung *attraction, satisfaction, delivery dan retention program*.

(2) Jenis Pertanyaan

(a) Pertanyaan tertutup

Yaitu pertanyaan yang kemungkinan jawabannya ditentukan lebih dulu.

(b) Pertanyaan terbuka

Yaitu pertanyaan yang kemungkinan jawabannya tidak ditentukan dan responden bebas memberikan jawaban.

(c) Kombinasi pertanyaan tertutup dan terbuka

Jawaban sudah ditentukan tetapi kemudian disusul dengan pertanyaan tambahan.

(d) Pertanyaan semi terbuka

Yaitu pertanyaan dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan, namun demikian responden diberi kesempatan untuk memberikan jawaban yang lain.

(3) Teknik Wawancara

Surveyor melakukan wawancara terstruktur dengan menggunakan kuesioner sebagai pedoman. Surveyor diwajibkan mencatat hal-hal penting yang tidak tercakup dalam kuesioner. Wawancara dilakukan kepada pelanggan Industri Tarif I – 3. Dalam hal ini wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan wawancara :

Situasi wawancara: waktu, tempat, kehadiran orang ketiga, dan sikap masyarakat.

Responden: karakteristik sosial, kemampuan menangkap pertanyaan, dan kemampuan untuk menjawab pertanyaan.

Pewawancara: penampilan, ketrampilan, motivasi dan rasa aman.

Isi kuisisioner: kepekaan isi, kesulitan (ditanyakan), minat, dan sumber kekhawatiran.

(4) Pewawancara

(a) Pewawancara dilaksanakan oleh pegawai PLN baik dari Kantor Distribusi Jawa Timur maupun dari PLN Rayon Rungkut dengan kualifikasi tugas sehari – hari yang sering berhubungan dengan pelanggan Industri (utamanya bagian pemasaran dan pelayanan pelanggan).

(b) Berpenampilan rapi dan sopan.

(5) Pelatihan pewawancara.

Tujuan pelatihan pewawancara ini adalah :

- (a) Memberikan wawasan mengenai riset penelitian tesis ini, dan berbagai aspek yang terkait.
- (b) Memberikan wawasan mengenai produk dan jasa PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur umumnya dan khususnya PLN Rayon Rungkut serta istilah-istilah teknis dalam kuisisioner.
- (c) Memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai metode penelitian survey secara umum, diantaranya menyangkut :
 - (1)) Metoda dan proses penelitian survey eksternal.
 - (2)) Pengumpulan data.
 - (3)) Penyusunan variabel dari kuisisioner.
 - (4)) Teknik wawancara meliputi : konsep dan teknik wawancara, peranan pewawancara dan persiapan wawancara.
 - (5)) Memberikan ketrampilan tentang teknik-teknik wawancara.
 - (6)) Mendiskusikan materi / isi kuisisioner.

C.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Ada dua macam data sekunder yang digunakan sebagai bahan analisa, yaitu data sekunder eksternal dan data sekunder internal. Data sekunder eksternal tersedia di sumber-sumber di luar perusahaan misal: dari BPS yaitu data Jawa Timur Dalam Angka, Susenas, dan lain-lain.

Untuk penelitian ini, dibutuhkan banyak data sekunder internal untuk lebih mendalami proses bisnis perusahaan. Data sekunder internal yang dibutuhkan antara lain:

- 1) Data Pelanggan.
- 2) Proses atau siklus pelayanan.
- 3) Area Cakupan Cabang.
- 4) Data Complaint dan penyelesaian Complaint.
- 5) Data Program Customer Relationship.
- 6) Data Produk Unggulan:
- 7) Data pemakai, kapasitas daya dan pemasok daya Captive Power.
- 8) Data produk Existing.
- 9) Panduan Rencana Kerja dan realisasinya.
- 10) Struktur Organisasi dan sistem penilaian kerja

C.3. Desain dan Metode Pengolahan Data

Pengolahan data memegang peranan yang sangat penting dalam penyajian informasi yang cepat dan akurat. Desain pengolahan data yang baik akan berpengaruh dalam kecepatan penyajian informasi dan kelengkapan informasi yang bisa disajikan.

➤ Tujuan

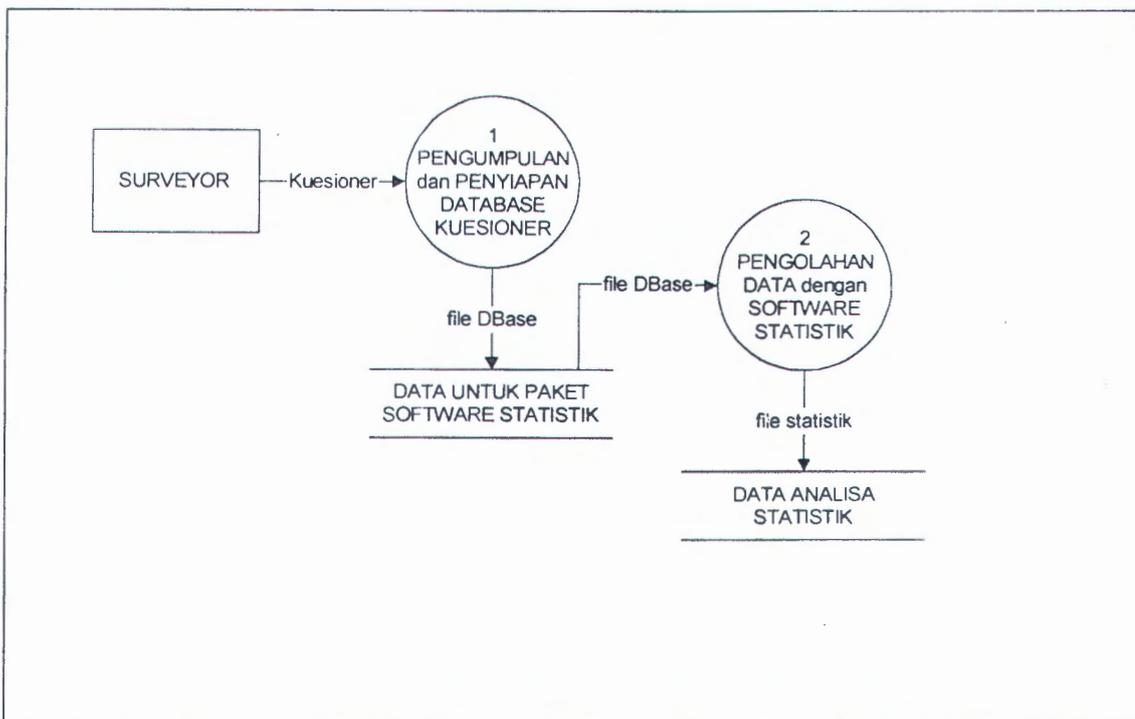
Tujuan dari desain pengolahan data ini adalah untuk menghasilkan model pengolahan data untuk Riset Peningkatan Kepuasan Pelanggan dengan karakteristik mudah diaplikasikan, mudah dikembangkan, handal, dan mendukung penyajian informasi yang akurat dan lengkap.

➤ Sasaran

Sasaran dari desain pengolahan data ini adalah pembuatan aplikasi pengolahan dan penyiapan data kuesioner menggunakan teknologi internet/intranet web server dan model pengolahan datanya dapat dilihat di Gambar Model Pengolahan Data.

Proses Pengolahan data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yakni :

- 1) Pengumpulan dan Penyiapan Data Base Kuesioner.
- 2) Pengolahan data dengan paket Statistik.



Gambar 3 – 1 : Model Pengolahan Data

Pada proses pengumpulan dan penyiapan data kuesioner ada beberapa alternatif, antara lain :

1) Penanganan manual

Analisis langsung terhadap kertas-kertas kuesioner. Cara ini melibatkan tingkat *human error* yang tinggi, serta sulitnya melakukan penanganan lebih lanjut terhadap data yang masuk (untuk pengembangan di masa depan/ penggunaan data tersebut untuk aplikasi lebih lanjut).

2) Penanganan semi-manual menggunakan perangkat lunak umum

Data hasil survey dipindahkan dengan mempergunakan perangkat lunak umum misalnya Word Processor (contoh : Word, Ami Pro), Spread sheet (contoh : Excel, 123) atau Pengolah Database Umum (contoh : Foxpro, Access, dBase). Meskipun sedikit mengurangi tingkat human error, penanganan jenis ini masih kurang fleksibel karena transfer data dan pengolahannya masih memerlukan peran intervensi user yang cukup besar. Sistem semacam ini juga sulit dikembangkan untuk dilakukan lewat sistem jaringan terbuka dengan berbagai basis sistem operasi (Microsoft Windows, Macintosh OS, Unix, dan lain-lain).

3) Penanganan otomatis menggunakan perangkat lunak khusus yang terdedikasi

Untuk mengatasi kesulitan-kesulitan di atas, dapat dibuat perangkat lunak khusus menggunakan bahasa pemrograman database (misalnya Power Builder, Borland Delphi, Microsoft Access Programming).

Akan timbul masalah baru bila kuisisioner berubah, sehingga dibutuhkan perangkat lunak yang berbeda.

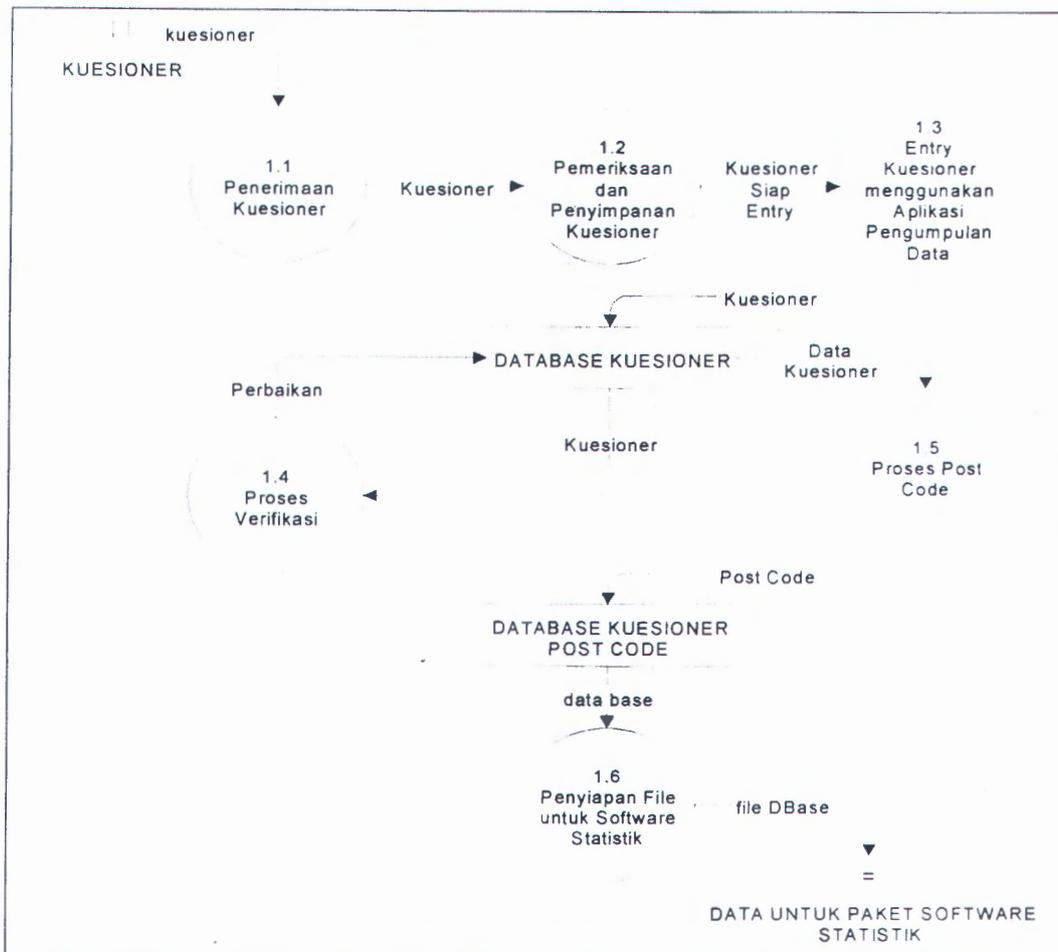
4) Penanganan otomatis menggunakan sistem struktur database yang dinamis

Sistem penanganan ini mengatasi kesulitan-kesulitan di atas dengan cara membuat satu perangkat lunak yang dapat menangani berbagai macam tipe struktur data secara dinamis.

Dalam pengolahan data riset pasar ini dipilih alternatif kedua yakni penanganan semi manual menggunakan perangkat lunak umum (Microsoft Excel). Selanjutnya data hasil entry tersebut ditranslate menjadi file SPSS untuk diolah secara statistik.

Proses pengumpulan dan penyiapan database kuisisioner dapat dilihat pada gambar 3

- 2 :



Gambar 3 – 2 : Proses Pengumpulan dan Penyiapan Data Base Kuesioner

Dengan penjelasan sbb :

1) Penerimaan Kuesioner

Semua kuesioner yang masuk diterima oleh tenaga pendukung untuk diberi nomor urut sesuai dengan kedatangannya. Pemberian nomor pada setiap kuesioner sangat diperlukan sebagai identifikasi dalam database kuesioner.

2) Pemeriksaan dan Penyimpanan Form Kuesioner

Semua kuesioner yang masuk diperiksa untuk mengetahui hubungan antar pertanyaan, kelengkapan data, dan kejelasan penulisan. Penulisan kuesioner yang kurang jelas akan diperjelas oleh surveyor.

Hal tersebut perlu dilakukan untuk mengurangi kesalahan entry oleh operator komputer. Kuesioner yang sudah diperiksa dan siap untuk dimasukkan database akan disimpan berdasarkan area yang di survey dan strata pelanggan yang disurvey. Sedangkan kuesioner yang tidak memenuhi syarat akan dipisahkan penyimpanannya. Penyimpanan berkas hasil survey perlu diperhatikan karena merupakan sumber data untuk pengolahan selanjutnya, terutama untuk proses verifikasi.

3) Entry Kuesioner menggunakan Microsoft Excel dan Preparation.

Form kuesioner yang memenuhi syarat akan di-entry-kan oleh operator kedalam database kuisoner menggunakan **Microsoft Excel**.

4) Proses Verifikasi antara data yang di-entry-kan dengan data fisik kuesioner

Proses untuk memastikan bahwa perubahan bentuk data dari bentuk tertulis di kertas ke dalam bentuk data elektronik sesuai dengan yang diinginkan. Jika diperlukan, akan dilakukan proses perbaikan, dan data yang ada akan ditulis ulang (overwrite).

5) Proses Post Code

Adalah proses kuantifikasi yang diperlukan agar data yang kualitatif bisa diolah oleh paket software statistik (SPSS).

6) Penyiapan file untuk Software Statistik

Data yang sudah di-entry-kan dan telah melewati proses post code, akan dipilih untuk konsumsi data statistik, bagian-bagian data mana yang diperlukan untuk diproses lebih lanjut. Kemudian proses penyiapan dilakukan, dengan memfilter database kuisoner post code, menghasilkan tabel database sesuai dengan yang diinginkan .

➤ **Metode Analisis**

Sesuai dengan tujuan riset pasar ini secara umum analisis statistik ditujukan untuk mendeskripsikan / menampilkan beberapa temuan tentang :

- Tingkat kebutuhan dan keinginan pasar berdasarkan segmennya serta kepuasan pelanggan terhadap jasa energi listrik.

- Mendapatkan rekomendasi untuk mendukung strategi usaha yang harus dijabarkan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut. Persiapan Analisis Data dimulai dari pengolahan data untuk penelitian ini dapat digambarkan dalam tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Pembangunan Basis Data.
- 2) Validasi Kuisisioner
- 3) Pemasukan Data.
- 4) Validasi Data.
- 5) Persiapan Pengolahan Data.
- 6) Pengolahan Data.

Penjelasan dari tahapan - tahapan di atas secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

1) Pembangunan Basis Data.

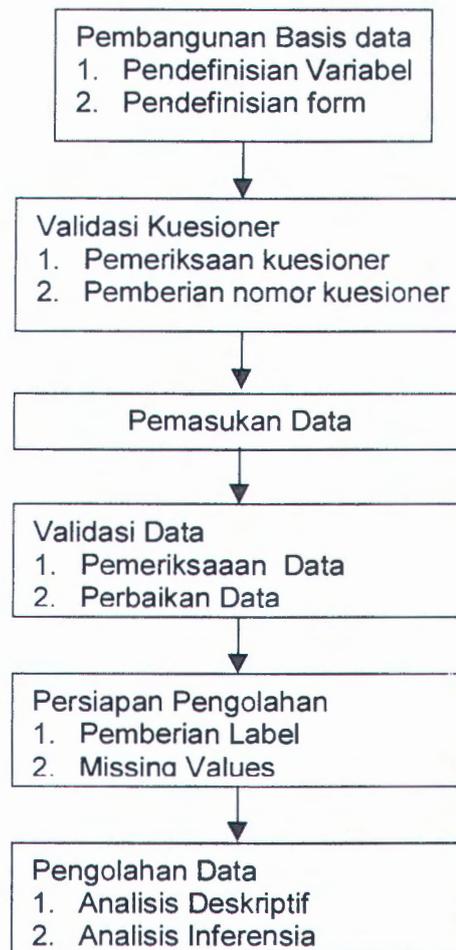
Pada tahap ini dilakukan pembangunan basis data dengan bantuan perangkat lunak basis data yang meliputi penentuan nama-nama variabel, jenis variabel, dan kisaran (*range*) variabel.

Pada tahap pembangunan basis data ini juga dilakukan pembangunan form untuk keperluan pemasukan data yang tampilan di layar monitor dirancang sama bentuknya dengan tampilan kuesioner.

2) Validasi Kuesioner

Validasi kuesioner dilakukan secara manual tanpa bantuan komputer, yang dilakukan oleh *validator* adalah :

- a) Memeriksa kelengkapan isian dari setiap pertanyaan kuesioner.
- b) Memeriksa kebenaran isian dari setiap pertanyaan.
- c) Memeriksa kekonsistenan antar pertanyaan.
- d) Memberi nomor kuesioner yang meliputi kode wilayah, jenis kuesioner (*Residensial, Bisnis dan Industri*), serta nomor kuesioner yang terdiri dari beberapa angka yang dapat menampung banyaknya kuesioner yang disebar. Setelah kuesioner ini divalidasi dan diberi nomor urut, maka data kuesioner ini dianggap siap untuk dimasukkan.



Gambar 3 – 3 : Tahapan Pengolahan Data

3) Validasi Data

Validasi data dilakukan untuk memeriksa kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi seperti: kesalahan pemasukan data dan ketidak-konsistenan antar pertanyaan. Kesalahan-kesalahan ini dapat ditunjukkan melalui pengolahan data sederhana seperti distribusi frekuensi dan tabulasi silang. Dengan distribusi frekuensi dapat terlihat nilai variabel yang diluar kisaran yang ditetapkan dan melalui tabulasi silang dapat terlihat ketidakkonsistenan antar pertanyaan.

Setelah kesalahan-kesalahan ini ditemukan pada nomor kuesioner tertentu maka dilakukan perbaikan oleh pemasuk data dengan cara mencocokkan secara langsung pada kuesioner yang bersesuaian nomornya. Validasi data juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode belah dua yaitu melakukan

analisis statistika pada belahan data pertama dan pada belahan kedua. Hasil dari analisis statistika pada belahan data pertama dan belahan kedua seharusnya tidak berbeda secara berarti. Jika terjadi perbedaan yang berarti maka perlu dicari penyebab perbedaan tersebut, kemudian dilakukan perbaikan.

4) Persiapan Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan pemberian nama untuk setiap variabel dan pada setiap nilai variabel serta pengelompokan nilai variabel dengan bantuan program paket SPSS. Contoh dari pemberian nama variabel dan nama setiap nilai variabel adalah ini adalah sebagai berikut :

Variable label sex 'Jenis kelamin responden'.

Value label sex 1 'Pria' 2 'Wanita'.

Missing Value sex (0).

Contoh dari pengelompokan variabel adalah sebagai berikut :

Compute g_kons=konsumsi.

Variable label g_kons 'Kelompok pengeluaran per bulan'.

Recode g_kons (lowest thru 300000=1) ... (1200000 thru highest =6).

Setelah pemberian nama variabel dan nilai variabel telah dilakukan untuk semua variabel maka data siap untuk diolah.

5) Pengolahan Data

Pengolahan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis statistika inferensia dengan menggunakan program paket SPSS. Analisis statistika deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau ringkasan data dengan menggunakan statistik seperti halnya distribusi frekuensi, tabulasi silang, ukuran pemusatan (mean, median dan modus) dan ukuran penyebaran (range dan standard deviasi) ataupun dengan menggunakan gambar seperti halnya histogram, diagram batang dan diagram lingkaran.

Selain analisis statistika deskriptif dilakukan juga analisis statistika inferensia yaitu analisis statistika yang dapat dipergunakan untuk menyimpulkan karakteristik populasi (parameter) berdasarkan informasi yang diperoleh dari

sampel (sample). Beberapa analisis statistika yang dipergunakan adalah uji kebebasan chi-square yang merupakan kelanjutan dari tabulasi silang, dan uji kesamaan rata-rata dari dua populasi atau lebih yang merupakan kelanjutan dari tabel rata-rata.

➤ Metode Analisis Statistik

Sehubungan dengan tujuan di atas maka dari itu analisis statistik yang akan digunakan adalah :

1) Statistik deskriptif

Dipakai untuk mendeskripsikan beberapa variabel yang diukur baik dalam bentuk tabel, gambar maupun perhitungan-perhitungan.

Beberapa ukuran yang ditampilkan adalah :

- mean (rata-rata) :

$$\bar{X} = \sum_{n=1}^n \frac{X_i}{n}$$

- Standart Deviasi :

$$s = \frac{\sqrt{\sum (X_i - \bar{X})^2}}{n-1}$$

- Range = maksimum - minimum.

Selain ukuran-ukuran diatas juga akan dibuat beberapa distribusi variabel dalam bentuk tabel distribusi frekuensi , gambar (pie chart) atau histogram.

2) Cross Tabulations

Teknik analisa statistika untuk menyelidiki hubungan antar variabel dinyatakan dalam "cross tabulation" atau sering disebut "Cross-tabs", cross-classification, dan "contingency table analysis". Dalam cross tabulation ini sampel dibagi ke dalam beberapa sub group dengan tujuan untuk mempelajari bagaimana "dependent variable" bervariasi dari subgroup ke subgroup. Cross tabulation tabel adalah basis dari teknik-teknik statistik seperti analisis chi-square dan

analisis log-linier. Cross tabulation adalah analisis dari asosiasi antara 2 variabel yang berskala nominal, namun demikian dapat juga diterapkan untuk skala yang lain setelah dirubah dalam bentuk nominal.

3) Analisis Faktor

Digunakan untuk mereduksimultivariabelmenjadi variable yang lebih kecil, contohnya variable : gangguan dsb

4) Analisis Korelasi dan Regresi

Analisis korelasi digunakan untuk mengkaji hubungan antar variabel dengan menggunakan koefisien korelasi. Koefisien korelasi antar variabel ini besarnya berkisar antara -1 sampai dengan +1, semakin dekat nilai mutlak koefisien korelasi antar variabel dengan 1 maka semakin erat hubungan antar variabel tersebut .

Analisis regresi adalah analisis statistika yang mengkaji hubungan antara variabel tak bebas (Y) dengan satu atau lebih variabel bebas (X). Hubungan antar variabel tersebut dapat dinyatakan dalam model sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots$$

5) Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI adalah indeks prosentase yang menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang ditawarkan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut, yang mana nilainya berkisar antara 0 – 100. Nilai CSI hanya dapat digunakan sebagai informasi tingkat kepuasan bilamana data frekwensi tingkat kepuasan mempunyai distribusi normal.

6) Top – Bottom Two – Three Boxes

Top - Bottom Two -Three Boxes adalah score tingkat kepuasan yang hanya ditinjau dari TOP SCORE dan BOTTOM SCORE. Top Two / Three Boxes adalah semua responden yang memilih skala Two (5 dan 6), dan skala Three (5,6,7), sedangkan untuk Bottom Two dan Three Boxes adalah kelompok yang responden yang memilih skala Two (1,2) dan Three (1,2,3).

7) Analisis Time Series

Analisis time series adalah bagian dari analisis statistika yang bertujuan untuk

menganalisis data yang dikumpulkan berdasarkan urutan waktu. Secara umum analisis ini dibagi menjadi tiga metode yaitu :

a) Metode eksplorasi atau deret berkala (time series)

Metode eksplorasi menggunakan data masa lalu untuk membuat ramalan di masa depan. Sasaran utama metode ini adalah mengidentifikasi pola data historis dan mengekstrapolasi pola ini untuk masa mendatang. Hasil analisis deret berkala dapat dihasilkan suatu model statistika yang menggambarkan hubungan antar variabel di dalam data tersebut yang biasanya dapat digunakan untuk memperkirakan nilai suatu variabel (variabel tak bebas) pada masa yang akan datang. Model-model statistika tersebut dapat diklasifikasikan dalam beberapa kelompok yaitu :

(1) Variabel Tak Bebas Merupakan Fungsi Waktu

Beberapa model yang termasuk dalam kelompok variabel tak bebas merupakan fungsi dari waktu adalah :

- Linear : $y_t = a + b t$
- Eksponensial : $y_t = a \exp(bt)$
- Logistik : $y_t = c/(a + \exp(-bt))$

(2) Variabel Tak Bebas Merupakan Fungsi Dirinya Sendiri

Penggunaan konsumsi listrik bulan depan merupakan fungsi dari pengeluaran penggunaan konsumsi listrik bulan ini dan bulan-bulan yang lalu merupakan salah satu contoh penerapan dari kelompok model variabel tak bebas merupakan fungsi dirinya sendiri. Model tersebut dapat dinyatakan dalam notasi berikut :

$$Y_t = a + b_1 y_{t-1} + b_2 y_{t-2} + \dots + b_k y_{t-k}$$

Fungsi diatas biasanya disebut dengan *model autoregressive* (AR). Model autoregresif termasuk dalam model ARIMA (*autoregressive integrated moving average*) yaitu suatu model deret berkala yang digunakan untuk menggambarkan stasioner, non stasioner, musiman

dan tidak musiman dari data deret berkala.

Proses menganalisis dan mengidentifikasi model deret berkala ARIMA dilakukan dengan tahapan – tahapan sebagai berikut :

(a)) Plot data asli

Plot data dalam analisis deret berkala mutlak diperlukan karena untuk melihat pola data. Hasil plot tersebut dapat diketahui apakah data berpola stasioner (simetris pada rata-rata dan variansi), non stasioner, musiman, non musiman dan pola kecenderungan data.

(b)) Plot ACF dan PACF

ACF (*Autocorrelation function*) adalah korelasi antar data dalam time series, sedangkan PACF (*Partial Autocorrelation Function*) yaitu tingkat hubungan keeratan antar variabel bebas terhadap variabel bebas lain dari waktu yang berbeda, apabila pengaruh lag (selisih waktu) dianggap terpisah.

(c)) Pendugaan model

Pendugaan model diperoleh dari pola data yang diperoleh dari plot data, plot ACF dan plot PACF. Karena unsur subyektifitas dalam membuat model sangat besar, maka diperlukan kemampuan dan pengalaman dalam menetapkan dugaan model. Model yang diduga boleh lebih dari satu atau dilakukan *overfitting*.

(d)) Analisis Kelayakan Model

Analisis kelayakan model dilakukan terhadap model – model yang diduga sebelumnya. Hasil analisis kelayakan model dilakukan dengan *uji parameter model* apakah telah memenuhi syarat konvergensi, apakah parameternya signifikan dan *uji residual (sisaan) model* apakah telah memenuhi asumsi IIDN (Identik, Independen, Distribusi Normal). Pengujian ini diperlukan agar lebih menguatkan terhadap model yang dipilih dari model – model sementara, sehingga nilai ramalan yang

akan mendekati kebenaran.

(e) Kesimpulan

Kesimpulan akhir dari analisis deret berkala yaitu model pendekatan untuk peramalan, sedangkan nilai ramalan untuk periode waktu tertentu dapat diperoleh dengan memasukkan nilai pada model tersebut.

(3) Variabel Bebas Merupakan Fungsi dari Variabel Lain

Model dengan variabel tak bebas merupakan fungsi dari variabel lain adalah dalam model tersebut mengandung variabel lain selain variabel dirinya berdasarkan fungsi waktu. Model ini lebih dikenal dengan *model time series regression* karena secara sekilas model ini mirip dengan model regresi.

b) Metode eksplanatori atau kausal

Metode kausal mengasumsikan bahwa peramalan akan suatu produk atau jasa tergantung pada satu atau beberapa faktor independen. Metode ini berusaha menetapkan hubungan antara variabel yang akan diramalkan dengan variabel independen. Setelah hubungan ini ditemukan, nilai masa depan dapat diramalkan dengan memasukkan nilai – nilai sesuai untuk variabel independen.

c) Metode kualitatif atau judgement

Metode kualitatif mengandalkan opini dari ilmuwan atau pakar dalam membuat prediksi masa depan. Secara sekilas metode ini tidak ilmiah dan bersifat sementara, tetapi bisa dilakukan misalnya pada kasus tidak tersedianya data masa lalu.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. TAMPILAN SOFTWARE ENTRY DATA.

Daftar isian kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan industri (tarif I – 3) bisa dilihat pada lampiran 7 (rekapitulasi daftar isian kusioner pelanggan) , data tsb dimasukkan pada program SPSS dengan tampilan – tampilan sbb :

**FORM DATA ENTRY
CUSTOMER SATISFACTION
PELANGGAN PLN - INDUSTRI**

Untuk meng-entry-kan data dari kuesioner, silakan masukkan data/informasi yang ada di kuesioner sesuai dengan isian di kuesioner. Tanpa melakukan recoding atau apapun, terima kasih.

LOKASI

Cabang Tanggal Survey

Rayon Nama Surveyor

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden No. Telpon

Jabatan Responden Daya Terpasang

Nama Perush. No. Langganan

Ready 1/1 Skip & Fill: On Auto Check: On Entry NUM

**Gambar 4 – 1 : Form Data Entry Costumer Satisfaction Pelanggan
PLN – Industri (SPSS Data Entry Release 1.04)**

- SPSS Data Entry menyediakan dua windows:
 1. SPSS Data Entry Builder, untuk membuat form data entry sesuai keinginan entriernya atau kuesionernya
 2. SPSS Data Entry Station, untuk memasukkan data setelah form data entry terbentuk
- Keuntungan menggunakan SPSS Data Entry adalah mengurangi pekerjaan dalam men-define variabel di SPSS pengolah data. Artinya data yang ter-entry-kan langsung dapat diproses sesuai desain yang telah dibikin di SPSS Data Entry (baik Variabel Name, Data Type, Variabel Label dan sebagainya)

Data Entry Survei Industri.sav - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Window Help

1: no 60

	no	nama_res	bidang_u	kode_bid	daya	code_day	
1	60	BITIYONO	KABEL	7.00	345	.	.
2	61	T KAPIN	PERCETAKAN	4.00	690	1	.
3	17	FAUZI EFFENDI	MEBEL	3.00	345	6	.
4	35	ANDRE SUHUD	LAMPU	7.00	555	.	.
5	24	RUSTA MADJI	COMPOUN PVC	9.00	555	5	.
6	27	RAFFLY,R	CONSUMER GOOD	7.00	3455	7	.
7	3	L.S. HARDJANTO	KOSMETIK	5.00	1385	6	.
8	64	SUPANGADI	BAJA	7.00	1385	3	.
9	31	DWI CAHYA PUTRA	INDUSTRI LOGAM	7.00	555	6	.
10	65	SUEKAMTO	KEMASAN	4.00	210	2	.
11	47	EKO JULIANTO	PENGOLAHAN MINYAK GORENG	1.00	555	6	.
12	34	HANANTO	PLASTIK	9.00	345	6	.
13	74	DJOKO	PITA PEREKAT	2.00	345	3	.
14	77	ROBBY AFIAN SUMARNO	COCOA	1.00	1385	7	.
15	46	KRIS D	CETAK KERTAS	4.00	345	5	.
16	6	RACHMAD	KACA PENGAMAN	5.00	3465	4	.
17	18	HARDIAN	KEMASAN	4.00	2770	2	.
18	29	SUPARDI	PERCETAKAN	4.00	240	4	.
19	42	ROY KARDIANTO	INDUSTRI ALUMINIUM	7.00	345	3	.
20	53	A.Z. SOLEH	PRODUKSI LEM	5.00	520	3	.
21	30	PURWANTO	INDUSTRI DRUM	7.00	555	4	.
22	68	SOEHARTO	PERHIASAN EMAS	6.00	345	3	.
23	41	ALI MUNIR	AMPLAS	4.00	345	4	.
24	1	JULIANTO	PERCETAKAN	4.00	345	6	.

Data View Variable View

SPSS Processor is ready

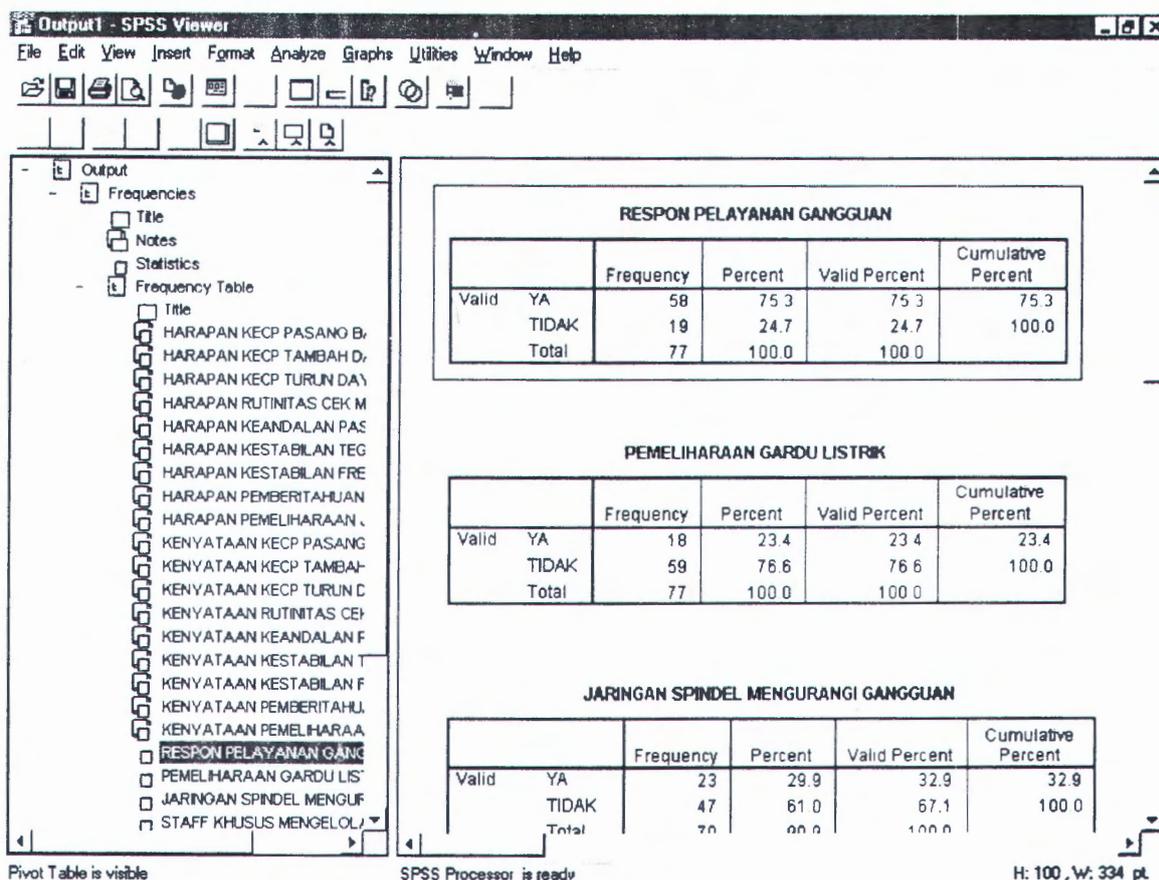
Gambar 4 – 2 : Tampilan SPSS Untuk Mengolah Data (SPSS Version 10.5) yang Berisi Data List

Gambar 4-2 merupakan tampilan yang menunjukkan data – data responden sebanyak 77 (tujuh puluh tujuh) pelanggan Industri Tarif I – 3 yang telah disurvei . data tsb merupakan data list yang tersimpan di Data Base Kuisisioner.

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values
1	no	String	15		NO KUESIONER	
2	nama_res	String	20		RESPONDEN	
3	bidang_u	String	36		BIDANG USAHA	
4	kode_bid	Numeric	8	2	Coding Bidang Usaha	{1,00, Makanan & Minuman}
5	daya	Numeric	8	0	DAYA	None
6	code_day	Numeric	8	0	KODE TARIF	{1, B1}
7	p1	Numeric	8	0	HARAPAN KECP PASANG BARU	{0, TIDAK ISI}...
8	p2	Numeric	15	0	HARAPAN KECP TAMBAH DAYA	{0, TIDAK ISI}...
9	p3	Numeric	15	0	HARAPAN KECP TURUN DAYA	{0, TIDAK ISI}...
10	p4	Numeric	15	0	HARAPAN RUTINITAS CEK METERAN	{0, TIDAK ISI}...
11	p5	Numeric	15	0	HARAPAN KEANDALAN PASOKAN LISTRIK	{0, TIDAK ISI}...
12	p6	Numeric	15	0	HARAPAN KESTABILAN TEGANGAN LISTRIK	{0, TIDAK ISI}...
13	p7	Numeric	15	0	HARAPAN KESTABILAN FREKUENSI LISTRIK	{0, TIDAK ISI}...
14	p8	Numeric	15	0	HARAPAN PEMBERITAHUAN PLN	{0, TIDAK ISI}...
15	p9	Numeric	5	0	HARAPAN PEMELIHARAAN JARINGAN	{0, TIDAK ISI}...
16	k1	Numeric	5	0	KENYATAAN KECP PASANG BARU	{0, TIDAK ISI}...
17	k2	Numeric	5	0	KENYATAAN KECP TAMBAH DAYA	{0, TIDAK ISI}...
18	k3	Numeric	5	0	KENYATAAN KECP TURUN DAYA	{0, TIDAK ISI}...
19	k4	Numeric	5	0	KENYATAAN RUTINITAS CEK METERAN	{0, TIDAK ISI}...
20	k5	Numeric	5	0	KENYATAAN KEANDALAN PASOKAN LISTRIK	{0, TIDAK ISI}...
21	k6	Numeric	5	0	KENYATAAN KESTABILAN TEGANGAN LISTRIK	{0, TIDAK ISI}...
22	k7	Numeric	5	0	KENYATAAN KESTABILAN FREKUENSI LISTRIK	{0, TIDAK ISI}...
23	k8	Numeric	5	0	KENYATAAN PEMBERITAHUAN PLN	{0, TIDAK ISI}...
24	k9	Numeric	5	0	KENYATAAN PEMELIHARAAN JARINGAN	{0, TIDAK ISI}...
25	p10	Numeric	5	0	RESPON PELAYANAN GANGGUAN	{1, YA}

Gambar 4 – 3 : Tampilan SPSS Untuk Mengolah Data (SPSS Version 10.5) yang Berisi Variabel List

Gambar 4- 3 merupakan tampilan yang menunjukkan data – data responden sebanyak 77 (tujuh puluh tujuh) pelanggan Industri Tarif I – 3 yang telah disurvei , data tsb merupakan data variabel yang tersimpan di Data Base Kuisisioner.



Gambar 4 – 4 : Tampilan SPSS Output Viewer

Setelah dilakukan pengolahan data dengan soft ware statistik, maka tampilan – tampilan hasil pengolahan data bisa dilihat pada gambar 4 – 4 baik itu harapan dan kenyataan yang diinginkan dan dirasakan pelanggan.

B. ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN KELOMPOK INDUSTRI (1 - 3)

Kepuasan pelanggan merupakan bagian terpenting dalam sebuah proses marketing. Pelanggan yang tidak puas (merasakan sangat sulit untuk mendapatkan apa yang mereka persepikan) tidak hanya menyampaikan ketidakpuasannya tetapi ada juga kemungkinan (paling jelek) ingin memutuskan hubungan atau berhenti sebagai pelanggan. Namun untuk kelompok industri, hal semacam ini akan bisa terjadi pemutusan hubungan dengan pelanggan, ini dikarenakan pelanggan tsb sebagian besar mempunyai captive power sebagai sumber energi listrik cadangan. Namun demikian pelanggan yang tidak puas akan

dapat merusak citra dari PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur umumnya dan PLN Rayon Rungkut khususnya.

Ada suatu hasil penelitian menyebutkan bahwa pelanggan yang puas ingin menceritakan pengalaman baik kepada lima orang lainnya baik itu pelanggan ataupun non pelanggan. Menurut salah satu telaah (penelitian) 95% konsumen yang menyampaikan keluhan akan kembali melakukan bisnis atau hubungan dengan perusahaan bila keluhan itu diselesaikan dengan cepat, artinya keluhannya didengar atau diselesaikan dengan baik.

Untuk mengetahui performance dari pelanggan digunakan Customer Satisfaction Index (CSI). Customer Satisfaction Index adalah indeks prosentase yang menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang ditawarkan / yang diberikan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, yang mana nilainya berkisar antara 0 sampai dengan 100 ; jika CSI = 100% maka tingkat kepuasan pelanggan sangat sempurna. CSI ini hanya dapat dijadikan sebagai informasi tingkat kepuasan bilamana data frekwensi tingkat kepuasan memiliki distribusi normal, sebaliknya apabila tidak memiliki distribusi normal maka CSI harus ditentukan dengan menggunakan Top / Bottom Two / Tree Boxes. Analisis TOP – BOTTOM BOXES CSI adalah score tingkat kepuasan yang hanya ditinjau dari TOP SCORE dan BOTTOM SCORE. Top Two Boxes adalah semua responden yang memilih skala 5 dan 6, sedangkan Bottom Two Boxes adalah kelompok responden yang memilih skala 1 dan 2. Top – Bottom Two / Three Boxes CSI ditentukan bilamana data frekwensi tingkat kepuasan berdistribusi tidak atau kurang normal. Selanjutnya akan dipaparkan bagaimana kepuasan pelanggan Industri (tarif I - 3) terhadap pelayanan yang diberikan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut.

Pelanggan Industri di PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur merupakan salah satu kelompok pelanggan yang memberikan nilai tambah paling besar dibandingkan kelompok pelanggan bisnis dan residensial atau yang lainnya, oleh karena itu selayaknya apabila PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur juga memberikan timbal balik yang seimbang kepada pelanggan Industri ini. Pelanggan industri terbanyak untuk wilayah Jawa Timur terdapat di areal PLN Surabaya Selatan khususnya Area Pelayanan Rayon Rungkut, dengan kelompok industri I - 3. Timbal balik yang dapat diberikan dalam bentuk yang real adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik. Namun sebelum dapat memberikan peningkatan layanan yang diinginkan oleh pelanggan kelompok Industri (I - 3), maka terlebih dahulu perlu dilakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan khususnya untuk pelanggan Industri I - 3 yang ada di wilayah area PLN Rayon Rungkut

Dalam melakukan penilaian terhadap kepuasan pelanggan Industri I - 3 ini dilakukan beberapa tahap pengukuran yang akan saling menguatkan analisis jenis layanan yang diinginkan kelompok ini. Tahap pertama adalah dengan melakukan analisis deskripsi terhadap data yang diharapkan dan kenyataan untuk menentukan prioritas dalam peningkatan pelayanan kepada pelanggan. Tahap selanjutnya (tahap kedua) adalah dengan mencari nilai indeks kepuasan pelanggan Industri. Setelah mengetahui nilai indeks dari masing-masing variabel kepuasan dan harapan tersebut, selanjutnya dicari nilai gap dari harapan dan kenyataan masing-masing variabel tersebut.

Dari hasil survey / penyebaran kuesioner yang terkait dengan pengukuran kepuasan pelanggan untuk kelompok Industri (I - 3) yang ada di area Surabaya Selatan khususnya Rayon Rungkut ini, didapatkan 77 buah kuesioner dengan hasil analisis sebagai berikut :

B.1. Deskripsi Data

Tahap pertama adalah melakukan analisis terhadap deskripsi data penilaian harapan dan kenyataan pelanggan. Dari deskripsi data dapat terlihat nyata bahwa terjadi selisih antara harapan dan kenyataan untuk setiap variabel pengukuran kepuasan pelanggan baik dilihat dari nilai mean, modus dan median (ukuran pemusatan). Sangat terlihat nyata bahwa setiap nilai ukuran pemusatan variabel-variabel harapan selalu lebih besar dari nilai ukuran pemusatan variabel-variabel kenyataan. Secara lebih jelas, maka dapat dilihat dalam penjelasan Tabel 4.1. di bawah ini.

Tabel 4.1. Perbandingan Nilai Mean dan Modus antara Harapan dan Kenyataan dari Pelanggan Industri (1 - 3)

Pernyataan	Mean		Modus	
	Harapan	Kenyataan	Harapan	Kenyataan
Kecepatan realisasi pasang baru	4,63	3,75	6	4
Kecepatan realisasi tambah daya	4,86	4,12	6	4
Kecepatan realisasi penurunan daya	4,45	3,69	2	4
Rutinitas pembacaan meter oleh PLN	5,74	4,97	6	6
Keandalan pasokan listrik	5,44	3,99	7	4
Kestabilan tegangan listrik	5,67	5,00	6	6
Kestabilan frekwensi listrik	5,59	5,06	6	4
Pemberitahuan jika terjadi pemadaman	5,81	4,91	6	6
Pemeliharaan jaringan	5,37	4,23	6	4
Kesesuaian tagihan dengan daya	5,43	4,92	6	6
Pelayanan pembayaran listrik	5,71	5,14	6	4
Biaya pasang harganya pantas	4,45	3,81	3	4
Biaya merubah daya harganya pantas	4,58	4,03	4	4
Kesesuaian manfaat dengan biaya	5,25	4,71	6	4
Kejelasan informasi produk dan layanan	5,03	4,36	6	4

B.2. Indeks Kepuasan Pelanggan

Perhitungan nilai indeks kepuasan sangat diperlukan dan penting untuk mengetahui tingkat kepuasan yang sudah diperoleh pelanggan Industri saat ini, sekaligus juga untuk mengetahui posisi perusahaan di mata pelanggan saat ini. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dituangkan dalam nilai Indeks Kepuasan Pelanggan dengan skala 0 sampai dengan 100 dan dengan ketentuan bahwa nilai 100 menunjukkan tingkat kepuasan tertinggi sedangkan 0 menunjukkan tingkat kepuasan terendah.

➤ Untuk di Bagian Teknik

Sebelum mencari indeks kepuasan pelanggan terlebih dahulu akan dibahas mengenai indeks harapan dari pelanggan dari berbagai pernyataan di bagian teknis untuk industri, didapatkan hasil indeks harapan pelanggan seperti dalam tabel 4.2.

Tabel 4 – 2 : Indeks dan Top 3 Boxes harapan Pelanggan PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah PLN Rayon Rungkut (di Bagian Teknis)

Pernyataan	INDEKS	TOP 3 BOXES
Kecepatan Realisasi pasang baru	59,83	54,7
Kecepatan realisasi tambah daya	62,64	60,7
Kecepatan realisasi penurunan daya	55,09	50,1
Rutinitas pembacaan meter oleh petugas	77,46	89,5
Keandalan pasokan listrik tidak pernah putus tiba-tiba	71,51	75,1
Kestabilan tegangan listrik	75,03	81,6
Kestabilan frekwensi listrik	73,69	81,3
Pemberitahuan PLN jika pada saat tertentu akan terjadi pemadaman listrik	79,24	86,7
Pemeliharaan jaringan yang mengakibatkan listrik padam waktu singkat	69,13	73,3

Indeks harapan pelanggan berada pada selang, untuk terendah pada nilai indeks 55.09 dan indeks harapan tertinggi berada pada nilai 79.24. Kemudian untuk top 3 Boxes yaitu persentase responden yang menjawab 3 terbesar diatas, untuk harapan pelanggan berada pada range untuk persentase terendah berada pada nilai 50.1 % dan tertinggi berada pada nilai 89.5%. Pernyataan yang mendapat nilai indeks harapan paling rendah dan top 3 Boxes paling rendah adalah kecepatan realisasi penurunan daya. Pernyataan yang mendapatkan nilai indeks harapan paling tinggi dan top 3 Boxes paling tinggi pula adalah pernyataan pemberitahuan jika terjadi pemadaman listrik, dan rutinitas pencatatan meter oleh petugas.

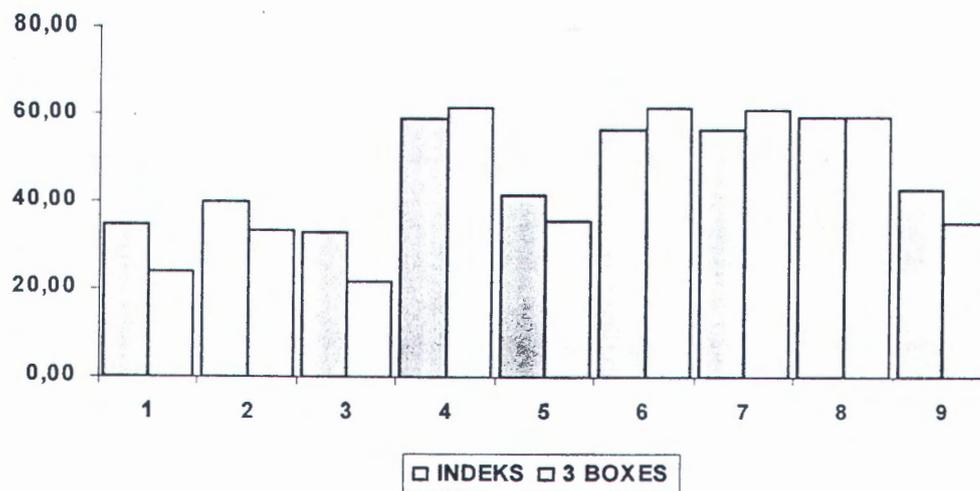
Kemudian untuk nilai indeks kepuasan pelanggan Industri PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur wilayah Rungkut dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelanggan Industri berkisar antara yang terendah 50.76 yaitu kecepatan realisasi tambah daya dan yang tertinggi 78.46 yaitu kecepatan realisasi penurunan daya. Adapun jika keseluruhan variabel pengukuran kepuasan diurutkan nilai indeks kepuasan pelanggan dari yang terendah sampai dengan yang tertinggi akan diperoleh hasil sebagaimana yang nampak pada Tabel 4 – 3 .

Tabel 4 - 3 : Indeks dan Top 3 Boxes Kepuasan Pelanggan PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah PLN Rayon Rungkut.

Pernyataan	INDEKS	TOP 3 BOXES
Kecepatan realisasi penurunan daya	33,07	21.90
Kecepatan Realisasi pasang baru	34,47	23.80
Kecepatan realisasi tambah daya	39,80	33.30
Keandalan pasokan listrik tidak pernah putus tiba-tiba	41,44	35.70
Pemeliharaan jaringan yang mengakibatkan listrik padam waktu singkat	42,71	35.20
Kestabilan frekwensi listrik	56,43	61.20
Kestabilan tegangan listrik	56,50	61.60
Rutinitas pembacaan meter oleh petugas	59,23	61.60
Pemberitahuan PLN jika pada saat tertentu akan terjadi pemadaman listrik	59,29	59.50

Dari hasil pengukuran kepuasan pelanggan, maka terdapat 5 variabel yang menjadi prioritas perhatian PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Rayon Rungkut dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan Industri. Kelima variabel tersebut perlu menjadi prioritas perhatian karena secara konsisten memiliki Indeks kepuasan yang terendah. **Kelima variabel tersebut secara berturut-turut adalah Kecepatan realisasi penurunan daya , Kecepatan realisasi pasang baru, Kecepatan realisasi tambah daya, Keandalan pasokan listrik , dan Pemeliharaan jaringan .**

Selanjutnya, sebagai bahan perbandingan yang lain dilakukan juga penghitungan indeks kepuasan pelanggan untuk Top 3 Boxes. Top 3 Boxes adalah nilai kepuasan pelanggan pada skala 5 – 7. Untuk hasil Top 3 Boxes yang lebih rinci tiap-tiap variabel telah digambarkan seperti yang nampak pada Gambar 4 - 1. sekaligus lengkap dengan perbandingan nilai indeks kepuasannya untuk tiap-tiap variabel juga.



Gambar 4 – 5 : Top Two Boxes dan Indeks Kepuasan Pelanggan Industri

Kemudian untuk melihat rentang antara harapan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan untuk bagian teknisi didapatkan dalam nilai gap untuk masing-masing pernyataan seperti terlihat dalam Tabel 4-4 :

Tabel 4-4 :Gap Antara Harapan dan Kenyataan untuk Kelompok Industri I – 3 di Wilayah PLN (Persero) Rayon Rungkut.

Pernyataan	Gap
Kestabilan frekwensi listrik	17.26
Rutinitas pembacaan meter oleh petugas	18.23
Kestabilan tegangan listrik	18.53
Pemberitahuan PLN jika pada saat tertentu akan terjadi pemadaman listrik	19.96
Kecepatan realisasi penurunan daya	22.01
Kecepatan realisasi tambah daya	22.84
Kecepatan Realisasi pasang baru	25.36
Pemeliharaan jaringan yang mengakibatkan listrik padam waktu singkat	26.41
Keandalan pasokan listrik tidak pernah putus tiba-tiba	30.07

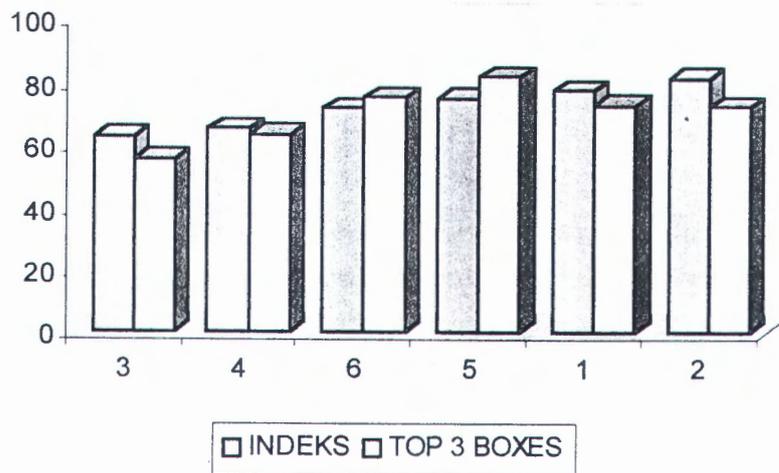
➤ **Untuk Bagian Administrasi dan Bagian Manajenen**

Untuk bagian administrasi ini akan ditanyakan masalah kepuasan dalam pembayaran, pelayanan yang dirasakan selama melakukan hubungan dengan PLN dan seberapa manfaat yang telah dirasakan dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan. Untuk bagian ini dilakukan dengan memberikan 6 variabel pertanyaan yang terkait dengan bagian administrasi dan manajemen.

**Tabel 4 –5 : Indeks dan Top 3 Boxes harapan Pelanggan PLN (Persero)
Kelompok I - 3 di wilayah Rayon Rungkut**

PERNYATAAN	INDEKS	TOP 3 BOXES
Kesesuaian tagihan dengan daya yang digunakan	77,6	73,0
Pelayanan pembayaran listrik selama ini	81,6	72,5
Biaya pasang baru pantas	62,7	55,3
Biaya tambah / turunkan daya pantas	65,4	63,7
Kesesuaian manfaat dengan biaya yang dibayar	75,0	82,1
Informasi yang disediakan untuk mengenalkan produk	71,9	75,4

Indeks harapan pelanggan untuk kelompok pelanggan yang ada di bagian administrasi dan bagian menejemen menyebutkan bahwa indeks yang paling rendah adalah biaya pasang baru (62.7) dan indeks yang paling besar adalah pelayanan pembayaran listrik (81.6). Sedangkan top 3 Boxes nilai terendah adalah biaya pasang yang pantas (55.3%) dan tertinggi adalah kesesuaian manfaat dengan biaya yang telah dibayarkan (82.1%). Intuk melihat lebih jelas dari nilai ini dapat dilihat dalam gambar 4 - 2 di bawah ini.

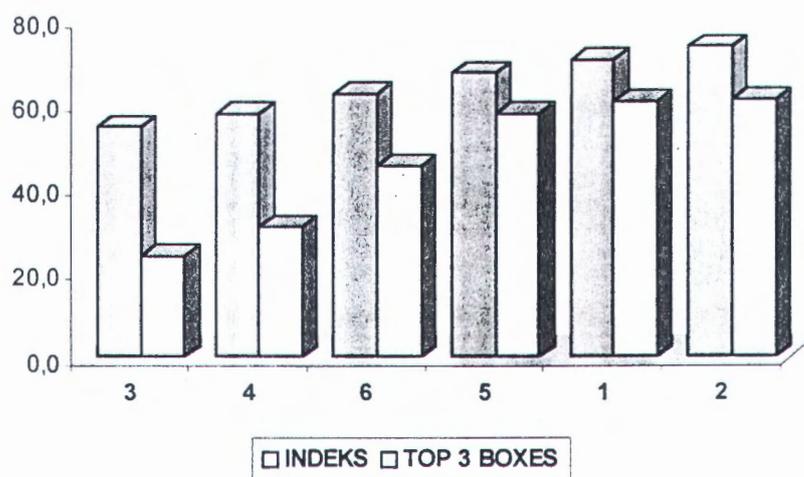


Gambar 4 – 6 : Indeks dan Top 3 Boxes dari harapan Pelanggan

Setelah mengetahui harapan pelanggan, selanjutnya dilihat indeks kepuasan yang telah dirasakan dari pelanggan PT PLN (Persero) kelompok Industri golongan (I – 3) bagian administrasi dan manajemen. Dari Tabel 4 – 6. Didapatkan bahwa indeks paling rendah adalah 54.4 dan paling tinggi adalah 73.5. Kemudian pengukuran yang kedua adalah Top 3 Boxes untuk kepuasan pelanggan, didapatkan nilai Top 3 Boxes yang paling rendah adalah 23.8% dan tertinggi adalah 60.9, dengan pernyataan - pernyataanya dapat dilihat dalam Tabel 4 - 6

Tabel 4 - 6: Indeks dan Top 3 Boxes kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kelompok I - 3 di wilayah Rungkut dan sekitarnya

PERNYATAAN	INDEKS	TOP 3 BOXES
Kesesuaian tagihan dengan daya yang digunakan	70,3	60,3
Pelayanan pembayaran listrik selama ini	73,5	60,9
Biaya pasang baru pantas	54,4	23,8
Biaya tambah / turunkan daya pantas	57,5	30,7
Kesesuaian manfaat dengan biaya yang dibayar	67,2	57,5
Informasi yang disediakan untuk mengenalkan produk	62,2	45,3



Gambar 4 - 7 : Top 3 Boxes dan Indeks Kepuasan Pelanggan Kelompok Industri (I - 3) Wilayah Rungkut (Bagian Administrasi & Manajemen)



Setelah mengetahui kedua hal tersebut yaitu antara harapan dan kepuasan pelanggan, selanjutnya dilakukan analisis gap yaitu selisih antara harapan yang diinginkan pelanggan (Industri kelompok (I – 3) wilayah Rungkut) dengan Indeks kepuasan yang telah dirasakan selama ini, hasil untuk menentukan gap ini dapat dilihat dalam Tabel 4 – 7.

Tabel 4 - 7 : Gap antara Harapan dan Kenyataan Pelanggan Industri Bagian Administrasi dan manajemen PT PLN (Persero) Kelompok I-3 di wilayah Rungkut dan sekitarnya

PERNYATAAN	GAP
Kesesuaian taguhan dengan daya yang digunakan	7.3
Pelayanan pembayaran listrik selama ini	8.1
Biaya pasang baru pantas	8.3
Biaya tambah / turunkan daya pantas	7.9
Kesesuaian manfaat dengan biaya yang dibayar	7.8
Informasi yang disediakan untuk mengenalkan produk	9.6

Dari Tabel 4 – 7 analisis gap diatas dapat terlihat komponen- komponen yang memiliki gap paling rendah adalah pernyataan antara keinginan dan harapan paling sesuai atau selisih yang pelanggan rasakan kecil, kemudian untuk yang memiliki gap paling besar adalah kebalikannya.

B.3. Analisis Pelayanan dan Komunikasi Pelanggan Industri

a. Pelayanan Dasar

Analisis terhadap pelayanan dasar ini sangat diperlukan sebelum melangkah untuk menganalisis pelayanan yang lain. Bahkan pelayanan dasar akan dapat real terlihat

oleh masyarakat karena pelayanan ini diberlakukan kepada semua pelanggan. Apabila pelayanan dasar dapat ditingkatkan sampai kepada titik yang maksimal, maka hampir bisa dipastikan bahwa nilai kepuasan pelanggan juga akan bisa ditingkatkan secara signifikan.

Dalam melakukan analisis pelayanan dasar digunakan acuan beberapa pertanyaan saat survey. Hasil yang didapatkan cukup baik karena 75% responden mengatakan bahwa respons petugas pelayanan gangguan cukup baik meskipun masih terdapat sekitar 25% responden yang mengatakan sebaliknya. Untuk pernyataan yang lainnya dapat dilihat dalam Tabel 4-8 .

Tabel 4-8 : Analisa Pelayanan Dasar

Jenis layanan Kepelanggan	Ya	tidak
Cukup Baikkan respons petugas pelayanan gangguan	75,3	24,7
Apakah gardu PLN di persil rutin dipelihara petugas PLN	23,4	76,6
Apakah jaringan spindel akan mengurangi gangguan	32,9	67,1
Perlu disediakan staff khusus yang mengelola listrik di daerah anda	35,1	64,9
Apakah perusahaan menggunakan sumber energi sendiri	43,4	56,6

Setelah bagian teknis hal yang perlu dilihat lagi adalah mengenai pelayanan, yang telah diberikan kepada pelanggan kelompok industri (I -3) PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut.

Tabel 4-9 : Penilaian terhadap Pelayanan Petugas Loket Pembayaran Cukup Baik

	Frequency	Percent
YA	62	84,90
TIDAK	11	15,10
Total	73	100,00

Tabel 4-10 : Penilaian terhadap Pelayanan Loket Gangguan Cukup Baik

	Frequency	Percent
YA	64	86,50
TIDAK	10	13,50
Total	74	100,00

Tabel 4-11 : Penilaian terhadap Pelayanan Telpon

	Frequency	Percent
YA	61	81,30
TIDAK	14	18,70
Total	75	100,00

Tabel 4-12 : Penilaian terhadap Pelayanan Petugas PLN Di Nomor 123

	Frequency	Percent
YA	35	49,30
TIDAK	36	50,70
Total	71	100,00

Dari tabel diatas terlihat bahwa 84.9% responden mengatakan bahwa pelayanan petugas loket pembayaran di kantor PLN cukup baik. Ditambah pula adanya 86.5% pelanggan yang

mengatakan bahwa pelayanan petugas loket pelayanan gangguan juga cukup baik. Sebanyak 81.30% responden juga mengatakan bahwa pelayanan petugas PLN lewat telepon cukup baik. Hanya saja yang masih perlu ditingkatkan adalah penggunaan pelayanan petugas PLN di nomor telepon 123, meskipun 49.30% responden mengatakan cukup baik namun 50.70% responden menyatakan bahwa pelayanan petugas di nomer 123 kurang baik.

b. Paket Pelayanan Operasional

Selain paket dasar yang memang dilaksanakan oleh PLN, maka PLN juga menyediakan paket pelayanan operasional. Paket pelayanan operasional ini meskipun belum banyak yang memanfaatkan tetapi tetap perlu dikembangkan karena paket-paket ini juga merupakan upaya-upaya PLN dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada segmen tertentu. Namun yang patut disayangkan adalah ternyata masih banyak yang belum mengetahui keberadaan paket-paket layanan / produk yang dimiliki PLN ini, padahal dari responden yang mengetahui tentang paket-paket ini banyak yang mengatakan bahwa prosesnya cukup mudah dan bahkan cukup banyak pula responden yang mengatakan sangat mudah.

Pasang Baru / Tambah Daya (Gong 2000), merupakan paket pemberian diskon biaya penyambungan baru dan tambah daya dengan pembayaran yang fleksibel. Besar diskon variatif tergantung daya yang dibutuhkan. Dari hasil survey diperoleh hasil bahwa 97% responden mengaku mudah untuk mengurus paket Gong 2000.

Paket Listrik Kencana, merupakan paket jual beli secara terbatas (JBST) ditujukan kepada industri besar yang menghendaki penyaluran energi listrik secara terbatas dengan waktu tertentu. Pada prinsipnya JBST ini membagi beban dengan calon pelanggan selama jangka waktu tertentu sebelum akhirnya secara permanen pelanggan tersebut diberlakukan sebagai

pelanggan reguler sesuai TDL yang berlaku. Dalam program ini pelanggan dibebaskan dari pembayaran biaya beban dan biaya uang jaminan langganan (UJL). Pelanggan hanya dikenai biaya pemakaian saja. Hasil survey menunjukkan bahwa dari paket ini, 93% responden menyatakan bahwa proses Paket Listrik Kencana ini antara mudah dan tidak sampai dengan sangat mudah.

Paket Listrik Prima, dalam paket ini pelanggan dapat memilih jaminan keandalan tertentu yang ditawarkan (ada 3 jenis keandalan prima, madya dan pratama) Misalnya jika pelanggan mengharapkan tidak terjadi gangguan sama sekali dalam sebulan (zero default) maka pelanggan dibebani tambahan/surcharge sebesar 20%. Konsekuensinya apabila terjadi gangguan lebih tiga kali dalam sebulan, pelanggan diberikan kemudahan pembayaran rekening mundur selama satu bulan. Dari hasil survey mengenai kemudahan untuk memesan paket ini ternyata 87.5% mengatakan paket ini dilakukan antara masih dalam kriteria mudah.

Peduli (Penertiban Terpadu Aliran Listrik), yaitu program pengecekan ulang instalasi pelanggan yang kegiatannya berupa validasi data pelanggan, pengecekan instalasi dan pembacaan meter. Karena kurang sosialisai dari PLN program ini dirasa meresahkan bagi pelanggan.

Call Center 123, merupakan layanan satu atap dari PLN Distribusi Jatim. Dengan Menelepon ke nomor 123 pelanggan bisa melaporkan gangguan soal listrik, Mencari informasi layanan dan produk baru PLN hingga informasi tagihan Listrik bulanan. Layanan tersebut buka 24 jam penuh. Dalam kenyataannya call centre ini belum banyak dimanfaatkan oleh pelanggan, bahkan banyak pelanggan yang langsung menelepon kantor cabang untuk berhubungan dengan PLN.

Banyaknya paket pelayanan yang disediakan oleh PLN perlu mendapatkan penanganan yang lebih serius terutama dalam hal pengenalan kepada kalangan pebisnis khususnya kelompok industri yang memberikan sumbangan paling besar terhadap pendapatan PT PLN (Persero), karena sebenarnya kalangan industri mempunyai tanggapan yang cukup baik terhadap paket-paket ini. Perlu pula dipersiapkan sumber daya manusia di PLN yang siap menangani pelaksanaan paket-paket program ini secara menyeluruh, dari jaringan (teknisi) sampai dengan pelayanannya.

c. Pengembangan Paket Pelayanan

Masih relatif rendahnya indeks kepuasan pelanggan Industri PLN mengharuskan PLN senantiasa melakukan pengembangan paket layanannya selain yang pasti juga meningkatkan kualitas pelayanan dasarnya. Dalam melakukan pengembangan paket layanan ini, PLN perlu memperhatikan beberapa masukan dari responden survey ini yang dituangkan dalam beberapa pertanyaan.

d. Komunikasi Perusahaan

Sebelum melangkah lebih jauh membahas komunikasi perusahaan, maka terlebih dahulu perlu diketahui image masyarakat terhadap PLN yang dijangkit dengan menanyakan ketika mengatakan "PLN" apa yang terlintas di pikiran responden. Untuk kalangan industri ini apabila mendengar PLN yang paling banyak terpikirkan adalah dapat diandalkan (39%), masih ada image itu merupakan milik pemerintah (15.6%). Pelayanan yang diberikan masih ala pemerintah (13%), dan masih ada image yang kurang baik yaitu sebentar mati sebentar mati / byar pet (10.4%), sedangkan untuk persepsi yang lainnya seperti murah, mahal, dan memiliki kemudahan pelayanan memiliki persentase dibawah 10%.

Kenyataan di atas menuntut PLN untuk segera mencari jalan untuk memperbaiki image yang masih melekat di beberapa kalangan industri dengan segera mencari media komunikasi yang efektif guna menginformasikan produk dan layanannya, terlebih penting lagi adalah menyebarluaskan citra positif perusahaan. Beberapa pertimbangan penting dalam melakukan komunikasi perusahaan akan dibahas di bawah ini :

Pemilihan media yang tepat

Banyak sekali media yang beredar di masyarakat dan sangat mudah diakses oleh masyarakat. Media yang dimaksud disini bukan hanya media cetak atau elektronik, tetapi juga cara-cara lain yang relevan dengan kegiatan promosi dan dianggap efektif bagi perusahaan.

Dari hasil survey terlihat bahwa Jawa Pos tetap merupakan media cetak yang paling banyak terdapat di kantor responden (71.43%), diikuti selanjutnya secara berturut-turut adalah Bisnis Indonesia (38.96), Kompas (33.7%), Surya (23.38%). Meskipun demikian, media cetak terutama surat kabar masih tetap kalah efektif dibanding media langsung dalam bentuk sebuah brosur yang khusus. Secara berturut-turut jawaban responden berkaitan dengan pengenalan iklan ternyata Brosur (66.23% dari total responden), kemudian baru diikuti oleh Surat Kabar (49.35% dari total responden), iklan lewat TV (35.06% dari total responden) dan Media elektronik radio (32.47% dari total responden) . Bukti efektifitas media televisi ini juga terlihat ketika ternyata banyak responden yang masih mengingat iklan PLN yang ditayangkan televisi, bahkan dialog yang diucapkan "Pak Bendot" ketika itu menjadi sangat populer di masyarakat.

Selain brosur, media cetak dan media elektronik, sebenarnya masih banyak media lain untuk melakukan komunikasi dan yang saat ini sangat populer adalah internet.

PLN sudah memiliki website tetapi belum banyak masyarakat yang mengetahui, sebenarnya apabila website ini banyak diketahui oleh masyarakat akan sangat memudahkan PLN dalam melakukan komunikasi perusahaan. Website PLN ini diharapkan juga berisi informasi-informasi aktual dan dikelola dengan baik, sehingga ketika masyarakat semakin banyak yang mengenal internet website ini bisa lebih dipopulerkan.

Bahasa komunikasi yang tepat, belajar dari kesuksesan iklan PLN di televisi yang dibintangi "Pak Bendot", maka dapat dijelaskan bahwa keberhasilan ini didukung faktor bintang iklan dan alur cerita yang menarik. Hanya kelemahan yang terjadi adalah ketika mulai mengarah kepada materi, banyak masyarakat yang kurang mendapatkan informasi yang cukup dari iklan tersebut. Tahap selanjutnya sebaiknya PLN mampu menyampaikan informasi yang cukup jelas dan informatif kepada masyarakat selain yang pasti harus menarik minat masyarakat untuk melihatnya.

Komunikasi perusahaan juga dapat ditampilkan dalam bentuk yang lain, misalnya talkshow, pengadaan seminar, dan lain-lain. Penyajian informasi melalui cara ini banyak memberikan informasi yang lebih jelas. Komunikasi perusahaan harus mendapat perhatian serius selain meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Pengenalan citra positif perusahaan, produk dan layanan-layanan tambahan perlu dilakukan secara sistematis dan efektif dengan mempertimbangkan faktor pemilihan media dan bahasa komunikasi yang digunakan seperti yang telah dijelaskan di atas. Komunikasi dua arah juga perlu ditingkatkan dengan cara menerima keluhan-keluhan pelanggan agar kepentingan kedua belah pihak dapat terpenuhi. Peningkatan pelayanan tanpa didukung oleh komunikasi perusahaan yang baik akan menjadi kurang maksimal hasilnya.

C. POKOK – POKOK BAHASAN

1. Pengembangan Pemasaran

Pengembangan kegiatan pemasaran dan pelayanan PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur khususnya yang melayani industri di wilayah Rungkut, sebaiknya dipandu oleh kegiatan riset berkelanjutan, untuk menemukan pola dan strategi pemasaran dan pelayanan yang makin terpadu. Kegiatan riset sebaiknya dilembagakan dalam bentuk suatu organisasi yang terkait dengan **product development**. **Product Development Group** dibutuhkan dalam rangka mengoptimalkan potensi, mempertemukan kebutuhan jasa layanan energi terutama untuk industri, dan membangun **brand** dari PT. PLN (PERSERO) itu sendiri.

2. Pembakuan Business Processes dan Service Cycle

Untuk menunjang fungsi manajemen pelayanan Kantor Distribusi, sebaiknya dilakukan **Pooling Resources** untuk kegiatan **desain** dan **perencanaan** yang akan memberikan nilai tambah secara berkelanjutan. Sementara kegiatan yang makin **distributed** membutuhkan suatu **Choreography** yang dipandu sistem dengan keandalan yang tinggi. Perancangan semua services dengan mengembangkan lebih dulu **Business processes** yang baku dan menemukan identifikasi **SERVICE CYCLE** serta kelayakan dan kemampuan minimal pelaksana service.

3. Membangun Organisasi Service Provider of Energy Supply

Membangun Organisasi Service dengan melepaskan diri dari tatanan sebagai perusahaan negara dan atau sebagai perusahaan infra struktur, sehingga dalam 1 – 2 tahun perusahaan ini dipersepsi secara internal maupun eksternal sebagai sebuah perusahaan **SERVICE**

PROVIDER OF ENERGY SUPPLY yang credible dan mempunyai profit dengan capability setara perusahaan regional dan menuju pada **WORLD CLASS**. Perancangan kegiatan untuk menjamin **RELIABILITY** dan **RESPONSIVENESS** seluruh service yang dirancang dengan ikut memikirkan perubahan **TANGIBLE ATTRIBUTES** perusahaan .

4. Membangun Information Center

Penanganan pelayanan yang memiliki pola sama, seperti gangguan, informasi produk dan service, pasang baru, dan tambah daya, dapat dibuat secara terpusat. **Information Centre** ini mempunyai kemampuan mengalirkan permasalahan dan pemecahan masalah pada jenjang yang sesuai dengan tingkat layanan yang sesuai pula.

5. Regional Service Center

Untuk mengendalikan kegiatan pelayanan yang terpadu dan terintegrasi diperlukan suatu **Regional Service Centre**. Pusat ini melalui jejaring komunikasi memiliki kemampuan untuk mendayagunakan infrastruktur yang ada, menjadi simpul pengendali kegiatan pelayanan energi, serta pengembangan pelayanan terpadu.

6. Sistem Informasi Manajemen

Peningkatan kemampuan PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur khususnya yang melayani kelompok industri dalam **Teknologi Informasi** merupakan hal yang mendesak. Sistem ini diharapkan akan meningkatkan optimasi pelayanan pelanggan, optimasi jaringan pelayanan, dan inovasi produk dalam waktu yang relatif singkat. Keterpaduan dan pemecahan yang makin **realtime** serta pengendalian kerja yang makin **automated** akan

mampu menjadikan **Sistem Informasi Manajemen** sarana pengendali operasional PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur. Pembedahannya juga dibutuhkan untuk mendukung implementasi business process serta perencanaan pemasaran dan pelayanan.

7. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia didalam PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur khususnya yang melayani kelompok industri ditujukan untuk membangun suatu sistem yang mengandalkan pengembangan kompetensi secara berkelanjutan yang berorientasi pada : **Service Excellence** dan **Maximum Performance Management**. Kegiatan bertatap muka dengan customer selain memberi kesempatan untuk menampung sudut pandang customer yang lebih komprehensif, juga dapat membentuk orientasi kerja yang sejalan dengan harapan pelanggan. Proses menyadarkan seluruh stakeholder bahwa ketergantungan pada listrik di bidang industri pada umumnya sudah makin tidak tergantikan dan tidak termaafkan bila tidak dirancang dan direncanakan kualitas serta penampilan kerjanya dimata konsumen

8. Manajemen Public Relation

Seluruh **tampilan kerja** dan **kemampuan kerja** merupakan pencerminan dari kesungguhan PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur menjadi **World Class Company**. Dibutuhkan suatu strategi mengkomunikasikan diri dalam wujud yang makin peduli **Customer** dan makin peduli untuk melakukan **edukasi berkelanjutan**. Peningkatkan Efektifitas Komunikasi bisnis melalui suatu rancangan kerja dalam manajemen **PUBLIC RELATION** yang terpadu akan membentuk **good image** dan **good will** PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur di dalam kelompok industri.

9. Segmentasi dan Penetapan Sasaran (targeting)

Strategi pemasaran untuk industri diarahkan pada segmen yang tepat. Segmentasi ini didasarkan pada pemilihan prioritas:

Kontribusi

Lokasi Industri

Jenis Industri

Jenis Usaha

Jenis Pelayanan yang digunakan

Dengan prioritas tersebut pelanggan dapat diklasifikasikan atas; **prime (gold, silver, dan bronze), plain, and future customer.**

Penetapan **Core Customer** tidak hanya didasarkan pola konsumsi energinya namun juga harus mempertimbangkan lokasi industri, potensi industri, kedudukan dalam life cycle jenis usaha (sustainability), profil usaha, dan jenis pelayanan yang digunakan.

10. Mengoptimalkan Potensi

Revenue dari **kelompok industri** ini masih mungkin ditingkatkan jika kebutuhan tingkat availability dan reliability pelanggan atas layanan energi dapat dipenuhi oleh PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur khususnya yang melayani jaringan untuk pelanggan industri secara tepat. Oleh karena itu untuk memperjelas kebutuhan layanan bagi segmen bisnis tertentu dapat diperdalam dengan **Riset-Riset Lanjutan**. Ada banyak potensial intellectual capital, experience dan kompetensi di dalam PLN yang belum dijadikan product atau service.

11. Menghadapi Bentuk Persaingan Baru

Sampai saat ini, PT. PLN (PERSERO) masih dapat mendominasi jasa energi listrik dikarenakan : kepemilikan lisensi yang terbatas, tingginya *switching cost*, *proprietary experience* yang terbatas, akses terhadap modal, dan skala ekonomi. Namun untuk menghadapi persaingan baru maka PT. PLN (PERSERO) Distribusi Jawa Timur sudah selayaknya mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan tersebut dengan membentuk aliansi strategis. Sementara itu, untuk mengantisipasi kebutuhan **Core Customer** PT. PLN (PERSERO) **DISTRIBUSI JAWA TIMUR** sebaiknya mengantisipasi dengan mengembangkan **Total Energy Solution** dan **Energy Related Business, Design dari Energy service provider**. Suatu contoh bentuk teknologi baru yang nantinya bisa merupakan pesaing dari energi kelistrikan dari PLN yaitu “ **Micro Power** ” .

D.REKOMENDASI

1. Menindak Lanjuti Riset Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Untuk dapat menghasilkan kemajuan yang berkelanjutan, maka diusulkan serangkaian program **sebagai tindak lanjut dari Riset Peningkatan Kepuasan Pelanggan**. Serangkaian program tersebut akan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*), dengan lebih melibatkan Sumber Daya Manusia PT. PLN (PERSERO) **DISTRIBUSI JAWA TIMUR**, baik dalam perencanaan maupun pelaksanaannya.

2. Sosialisasi Internal untuk Peluncuran Produk

Dari hasil survey kepuasan pelanggan ada beberapa hal yang perlu dilakukan tindakan yaitu mensosialisasikan secara benar di kalangan internal mengenai segala produk yang akan

diluncurkan, sehingga setiap internal PLN yang mungkin akan berhubungan dengan pelanggan sudah mengetahui tentang segala produk yang diluncurkan PLN itu sendiri.

3. Pemetaan Wilayah dan Pemberitahuan Pemadaman

Perlu diadakan pemetaan wilayah / mapping area dan pemberitahuan mengenai pemadaman listrik (ini terjadi di kalangan industri) karena kelompok bisnis pada saat ini sudah banyak yang tergantung dengan listrik sehingga apabila pemadaman sudah diberitahukan maka semua hal yang mungkin berakibat fatal pada pelanggan dapat diantisipasi. Alternatif pemeliharaan dan atau pemadaman terencana dikaitkan dengan kompensasi dan atau substitusi serta meminimalkan waktu perbaikan atau maintenance.

4. Pemeliharaan Jaringan

Pemeliharaan jaringan yang rutin merupakan harapan yang dilontarkan dari pelanggan bisnis dan industri, sehingga perlu diantisipasi semua hal yang terkait dengan pemeliharaan jaringan.

5. Penanganan Complain

Untuk masalah complain juga menjadi saran yang harus segera dibenahi dengan menempatkan personal yang mengerti mengenai kepuasan pelanggan dan mengerti tentang permasalahan yang terkait dengan service kelistrikan tersebut. Untuk rekomendasi hal ini perlu diadakan pelatihan seperti Maximum Performance, dan Service Excellence. Sehingga untuk mendesain customer service culture dapat terlaksana dengan cepat.

6. Sistem Pembayaran Listrik

Masalah pembayaran rekening listrik menjadi perhatian karena dari 3 kelompok pelanggan ternyata sebagian besar responden (63.1%) pelanggan industri, (26.1%) pelanggan bisnis, dan (23.4%) pelanggan residensial menginginkan adanya service pembayaran rekening listrik dilakukan lewat bank sehingga semua masalah yang muncul karena pembayaran rekening bisa diefisienkan seperti : antrian, masalah waktu, tenaga yang melayani, dan tempat, bisa digunakan untuk keperluan lainnya. Penciptaan product prepaid (fix rate) dan sejenisnya akan mengurangi secara significant masalah pembayaran ini.

7. Permintaan Produk Jasa Baru

Dari analisis kebutuhan jasa pelanggan ada beberapa kebutuhan yang memiliki persentase lebih besar dari 20% yaitu untuk jasa pemeliharaan trafo (38.7%), jasa maintenance, jasa analisa beban (32.8%), Jasa setting pengaman (29.9%), dan jasa setting kontrol (24.5%). Keempat jasa ini memang perlu dilakukan kajian kelayakan lebih jauh sehingga bisa dilakukan prioritas jasa mana yang dapat disediakan terlebih dahulu dan atau di –outsource serta dibundle dengan jasa layanan lain secara berkelanjutan.

8. Keandalan Database

Keandalan database pelanggan sangat vital bagi sebuah perusahaan. Justru sebenarnya ini bisa menjadi kekuatan yang luarbiasa bagi PLN yaitu memiliki database pelanggan yang lengkap dan valid. Karena semua proses perencanaan kerja bisa didasarkan pada data sehingga data bisa dieksplotasi dengan optimal.

Selain itu dalam operasional sebenarnya Data induk memegang peranan yang vital yaitu penyusunan rute baca meter. Dengan rute baca meter yang paling efektif maka proses baca meter juga makin efektif. Dengan proses baca meter yang baik maka akan banyak mengurangi masalah ketidakpuasan pelanggan.

Data historis juga sangat perlu tetap disimpan karena data ini bisa digunakan untuk evaluasi dan perencanaan selain itu juga menjadi bukti bila ada kasus dengan pelanggan. Data historis ini ternyata banyak yang terhapus, hilang atau tidak bisa diakses.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memperbaiki database, yaitu :

Perlu perubahan dalam cara pandang mendesain database Induk dari hanya untuk pengolahan data tagihan menjadi *Strategic Marketing Database*. Sebelum ini mungkin yang penting adalah data yang berhubungan dengan tagihan saja. karena memang itu penekanannya. Tetapi saat ini kebutuhan akan perencanaan yang berbasis data makin meningkat, perancangan program dan produk jasa kelistrikan juga makin membutuhkan data. Disinilah sebenarnya nilai yang paling besar dari database.

Perlu langkah yang intinya membuat pelanggan terlibat dalam pendataan dan membuat pelanggan merasa sangat berkepentingan data diubah.

Memperbaiki teknis pengelolaan database dengan software dan hardware yang makin baik.

Integrasi Database ditingkat Jawa Timur

Perlu dilakukan proses Update data secara *continue* dan terpadu customer sehingga segala permasalahan yang muncul dan terkait dengan database segera dapat teratasi dengan jelas

9. Perencanaan Kerja

Rencana kerja yang komprehensif sangat diperlukan bagi PLN. Saat ini PLN punya banyak jenis produk dan layanan sehingga dalam pemasarannya perlu suatu program yang komprehensif karena antar produk juga mempunyai keterkaitan baik dari segi pelayanan maupun target pasar. Diharapkan kegiatan - kegiatan pemasaran yang dilakukan mempunyai keterkaitan dan arah yang jelas.

Rencana pemeliharaan jaringan juga sangat perlu dibuat karena ini adalah upaya pencegahan gangguan dan memantapkan keandalan jaringan yang ujungnya adalah kepuasan pelanggan. Pada tahap pelaksanaan juga memerlukan penekanan yang lebih. Karena rencana tidak akan berguna tanpa pelaksanaan yang sesuai. Misalnya proses pemeriksaan jaringan harus dilaksanakan berdasarkan checklist yang dibuat.

Langkah-langkah perbaikan yang direkomendasikan adalah :

Menerapkan Total Quality Management dengan pola Plan – Do – Check – Action

Mengembangkan perencanaan yang dibuat hingga pembuatan langkah langkah pelaksanaan serta *checklist*.

Perlu manager yang mampu mengkoordinasikan pelaksanaan rencana kerja.

10. Sistem Informasi dan Pendukung Keputusan

Kebutuhan Sistem Informasi Manajemen dan pendukung keputusan yang memadai sudah sangat diperlukan PLN. Karena Pelanggan PLN untuk setiap cabang berjumlah ratusan ribu. Agar mampu melayani pelanggan secara cepat atau tingkat responsif yang tinggi, dengan dukungan informasi yang akurat sehingga ada jaminan kebenaran informasi dan dokumen serta mampu memberi perlakuan yang berbeda untuk masing-masing segmen atau golongan

sehingga keandalan pelayanan makin tinggi. Maka PLN perlu menggunakan sistem informasi berbasis komputer. Selain itu juga fungsi SIM ini untuk memperpedek rentang waktu antara masalah dan evaluasi di intern PLN,

Beberapa sistem yang perlu dibangun adalah :

- Sistem Informasi Gangguan dan Komplain Rekening.
- Sistem Informasi Pemeliharaan Jaringan

11. Manajemen Gangguan

Dalam Hal manajemen gangguan, yang tampak saat ini adalah kurang matangnya penekanan pada pencegahan. Gangguan perlu dimanajemeni mulai dari pencegahan hingga menyelesaikan gangguan yang terjadi di tempat pelanggan. Manajemen gangguan bisa mengadopsi pola berpikir manajemen kualitas dimana pada manajemen kualitas juga mengelola produk cacat.

Yang terpenting adalah timbulnya tekad untuk mencapai tingkat gangguan seminimal mungkin bahkan ekstrimnya nol gangguan.

Langkah yang perlu ditempuh adalah :

Pencegahan : hal ini bisa dilakukan mulai dari pembuatan rencana pemeliharaan jaringan, perencanaan kebutuhan material yang sesuai dan proses pemasangan jaringan.

Pembuatan standard manajemen jaringan berupa gambaran menyeluruh tentang sistem, penentuan titik-titik kritis, variabel, penentuan parameter jaringan.

Pemantauan dengan Checklist dan pengukuran dilapangan berdasarkan standard yang ada.

Pendeteksian kemungkinan adanya gangguan, pengujian keandalan jaringan. Lebih baik dengan alat deteksi elektronik yang mampu memberi peringatan tentang kemungkinan terjadinya gangguan

Pembuatan prosedur baku bila terjadi gangguan untuk masing-masing jenis gangguan, termasuk mengoptimalkan alokasi regu gangguan, Membuat pemetaan permasalahan atau hubungan sebab akibat.

Evaluasi dan review berkala tentang penyebab gangguan, cara pemeliharaan, pelaksanaan rencana dan semua hal terkait, eksperimen, mempersiapkan SDM.

Menerapkan metode statistik dalam analisis gangguan.

Mencari terobosan baru dalam penanganan gangguan atau pemeliharaan jaringan misalnya dengan cara *benchmarking*.

12. Standard Pelayanan Pelanggan

Standard Pelayanan Pelanggan beserta *service cycle* perlu didesain untuk memberi arahan yang jelas pada personel PLN dalam mengembangkan model pelayanan di setiap cabang dan rayon/ranting

Standard manajemen pelayanan pelanggan yang perlu dibuat antara lain :

Standard *service cycle* untuk *service point*

Standard *service cycle* untuk *account manager*

Standard prosedur untuk aplikasi

Standard pelayanan informasi

Standard *service cycle* untuk *call center*

13. Sistem Baca Meter

Sistem Baca meter adalah sub sistem yang penting di PLN. Didalam Baca meter yang penting adalah Keakuratan data stan Meter. Selain itu Disini juga merupakan titik kontak PLN dengan pelanggan jadi komunikasi petugas dengan pelanggan juga perlu dipertimbangkan sebagai bagian dari pelayanan pelanggan.

Proses baca meter ini merupakan salah satu titik kritis dalam proses bisnis PLN. Artinya kegagalan dalam proses ini akan berdampak buruk bagi manajemen PLN. Kesalahan dalam pendataan stan meter dikemudian hari akan menimbulkan masalah dengan pelanggan.

Jika stan meter tercatat lebih kecil dari sebenarnya maka di periode-periode berikutnya Pelanggan diminta membayar Kwh yang belum tercatat tersebut. Dalam prosesnya biasanya pelanggan keberatan hal ini bisa memperburuk citra PLN.

Jika stan meter tercatat lebih besar dari sebenarnya maka pelanggan akan komplain atas kesalahan rekening yang juga memperburuk citra PLN.

Sistem baca meter terdiri dari 2 aspek masing masing mempunyai beberapa faktor, antara lain :

a. Aspek eksternal :

Masalah anggaran biaya untuk pembacaan meter yang relatif kecil sehingga sulit mengharap kualitas proses yang baik.

Kinerja pelaksana yang dilakukan oleh partner. Perlu evaluasi yang obyektif tentang kinerja petugas.

Kendala di lapangan banyak rumah kosong, alamat tidak teratur, pemasangan meter sulit tidak tepat sehingga sulit di lihat oleh petugas. Hal ini perlu penegasan dari manajemen PLN sendiri tentang peraturan pemasangan meter.

b. Aspek internal :

Masalah penyusunan rute baca meter yang didapat dari data induk pelanggan sedangkan datanya sendiri kurang valid.

Perbaikan dalam bagian ini hanya bisa ditempuh dengan melakukan validasi database

Administrasi pelanggan yang harusnya rajin memberi masukan untuk perubahan data induk.

Recheck harus dilakukan dengan metode sampling tertentu.

14. Sistem Pengadaan Material

Didalam Sistem Pengadaan Material sering terjadi ketidaksesuaian antara kebutuhan operasional di lapangan dan yang tersedia. Sistem pengadaan yang kurang terencana dan dipegang oleh PT. PLN Distribusi mengakibatkan distorsi antara kebutuhan ditingkat Ranting/Rayon sebagai pelaksana dilapangan dalam hal ketersediaan material. Jika hal ini terus berlanjut, maka tingkat keterandalan material (jaringan) akan berkurang. Di semua cabang sudah sadar bahwa kesalahan memilih material berakibat pada sangat mahalnya *biaya tanggung jawab* (sering terjadi kerusakan atau gangguan) karena spesifikasi material yang digunakan tidak sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Alternatif yang diusulkan untuk mengatasi masalah tersebut adalah:

Cabang lebih proaktif dengan cara membuat rencana dalam jangka waktu tertentu tentang kebutuhan material cabang, sehingga lebih punya kesempatan untuk tawar-menawar dengan distribusi dan mempunyai waktu yang cukup untuk menegosiasikan. Keputusan tentang pengadaan tetap oleh PT. PLN (Persero) distribusi Jatim.

Desentralisasi pengadaan material sedangkan peran distribusi adalah sebagai penilai kualitas dan akreditasi terhadap supplier.

Tetap menerapkan sistem sentralisasi tetapi konsekuensinya harus mampu memenuhi spesifikasi yang diperlukan cabang.

Yang sangat perlu diperhatikan adalah bahwa Sistem pengadaan material ini juga sangat menentukan keterandalan jaringan yang pada akhirnya ikut menentukan citra perusahaan dan kepuasan pelanggan.

15. Produk Unggulan

Dalam hal produk unggulan, saat ini strategi pemasaran yang diterapkan adalah menciptakan banyak produk baru dan bervariasi antar cabang/ranting/rayon dalam waktu relatif singkat.

Pelanggan sulit untuk mengenal merek atau nama program layanan. kurang koordinasi dan sosialisasi kepada pelanggan, terutama manfaat yang dapat diperoleh oleh pelanggan. Sehingga timbul kesan program layanan untuk pelanggan dan untuk internal PLN tidak bisa dipisahkan. Perlu perbaikan proses marketing produk layanan dalam hal komunikasi perusahaan dan komunikasi produk agar konsumen jelas produknya apa, proses aplikasinya bagaimana, dimana tempat pelayanannya, jaminan yang dijanjikan PLN apa saja, berapa lama waktu pelayanannya.

16. Penanganan Antrian

Dimensi kepuasan pelanggan antara lain adalah Tingkat respon (responsiveness) dalam pelayanan, empati terhadap pelanggan dan jaminan keakuratan informasi.

Dalam hal pembayaran rekening, perlu di desain siklus pelayanan yang baik sehingga pelayanan cepat dan tidak membuat pelanggan bersusah susah menunggu lama. misalnya dengan membuka counter di supermarket , bisa melakukan pembayaran pada malam hari atau hari libur, membuka counter pembayaran di perumahan pada hari sabtu dan minggu. Lebih baik lagi jika pembayaran rekening bisa di lakukan secara online sehingga pelanggan bisa membayar di service point manapun.

Alternatif lain adalah pembayaran melalui rekening bank dengan cara yang makin fleksibel.

17. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Dalam hal kesiapan Sumber Daya Manusia, secara umum perlu secara sistematis melakukan *Human Resource Development* dan secara berkala pelatihan peningkatan kesiapan personel untuk fokus pada kepuasan pelanggan. sehingga memudahkan perubahan paradigma tentang pelayanan, memberi wawasan tentang bisnis PLN dan perilaku konsumen, melatih keterampilan sehingga tumbuh responsiveness yang tinggi, reliability yang tinggi, empati pada konsumen, mampu memberi jaminan kepada pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan :

1. Image yang ada saat ini terhadap PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut apabila responden mengatakan PLN, maka yang terlintas dipikiran responden sbb :
 - a) Dapat diandalkan (39 %)
 - b) Milik Pemerintah (15,6 %)
 - c) Pelayanan ala Pemerintah (13 %)
 - d) Listrik menyala kondisi byar pet (10,4 %)
 - e) Murah, mahal dan memiliki kemudahan pelayanan (< 22 %)
2. Parameter yang mempengaruhi image tsb adalah adalah belum optimalnya pelayanan yang dilakukan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut yang mengakibatkan pemakaian energi listrik dari PLN untuk pelanggan industri (tarif I – 3) belum optimal juga, parameter tsb diantaranya :
 - a) Birokrasi masih panjang.
 - b) Kepastian waktu untuk pasang baru, tambah daya , penambahan daya dan penormalan jaringan akibat gangguan belum ada jaminan kepastian.
 - c) Komunikasi antara pelanggan dan PLN perlu ditingkatkan untuk memperbaiki 2 (dua) kegiatan diatas (a & b).

Sehingga indeks kepuasan pelanggan industri (tarif I – 3) saat ini masih < 100 (tingkat kepuasan tertinggi) seperti tertera di Tabel 4 – 3.

3. Strategi pelayanan yang harus dilakukan dalam memperbaiki image tsb dengan salah satu cara mencari media komunikasi yang efektif guna menginformasikan produk dan layanannya, terlebih penting lagi adalah menyebarluaskan citra positif perusahaan. Beberapa diantaranya :
 - a) Memilih media yang tepat.
 - b) Web Site PLN yang ada saat ini perlu dioptimalkan.
 - c) Membangun informasi center.
 - d) Menggunakan bahasa komunikasi dan cara berkomunikasi yang tepat.
 - e) Melakukan Manajemen Public Relation.

B. SARAN

1. Pemeliharaan jaringan listrik.

Untuk mengantisipasi ketidak siapan SDM yang ada di PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut mempunyai rencana bahwa proses pemeliharaan jaringan akan diserahkan kepada pihak ketiga (mitra kerja) dengan konsep *Total Maintenance Contract (TMC)* yaitu suatu konsep pemeliharaan dengan garansi , sehingga apabila garansi tidak terpenuhi TMC maka akan terkena penalty, yang besarnya ditentukan kemudian atau mengakhiri kontrak dengan PLN.

Apabila pemeliharaan jaringan baik, maka akan meningkatkan keandalan energi listrik sehingga bagian pemasaran akan lebih mudah mendapatkan tambahan pemasukan tanpa harus melakukan perluasan jaringan

2. Perubahan struktur organisasi

Menghadapi tantangan masa depan yang semakin kompleks dan tuntutan pelanggan yang semakin beragam, maka dipandang perlu untuk mengubah struktur organisasi yang selama ini ada. Peran Distribusi / Cabang / Rayon yang selama ini sebagai penyedia jaringan dan pemasaran dirasa tidak efektif lagi. Karena itu perubahan yang mungkin dilakukan adalah memisahkan antara bagian pemasaran dan pelayanan pelanggan (Retail) dengan bagian pembangunan dan pemeliharaan jaringan (Wire). Untuk melayani pelanggan industri yang merupakan pelanggan yang paling potensial akan ditangani oleh Retail TM (tegangan menengah).

Dengan pemisahan struktur organisasi tsb , maka diharapkan :

1. Akuntabilitas lebih mudah diukur.
2. Gangguan jaringan dapat lebih ditekan , karena ditangani oleh bagian terpisah dengan pelayanan / pemasaran.
3. Hasil akhirnya adalah pendapatan PLN akan meningkat.

3. Membuat prediksi perusahaan

Untuk mengeliminir Gap yang terjadi maka Manajemen PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan Rayon Rungkut agar membuat prediksi perusahaan yang akan dicapai dan mengevaluasi realisasi perusahaan yang telah dicapai (lihat lampiran 6).

DAFTAR PUSTAKA

1. Armistead, Colin G dan Grahaam Clark, "*Costumer Service Support*", Alih bahasa : Djunaidi Kurdi M, Gramedia
2. Boone dan Kurtz, "*Contemporary Marketing*", Seventh Edition, The Dryden Press, Orlando, 1992.
3. Endar Sugiarto, "*Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*", PT.Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 1999.
4. Kotler P, "*Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*", 9 th ed Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall Inc, 1997.
5. Lovelock C.H, "*Managing Services*", 2nd ed Englewood Cliffs, Prentice Hall, inc, 1994.
6. Macaulay, Steve dan Sarah Cook, "*How to Improve Your Customer Service*". Alih bahasa : Sambodo Yoshua I, Gramedia, Jakarta, 1996.
7. Oka A Yoeti, "*Costumer Services Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*", PT. Pradnya Paramita, 2000
8. Parasuraman A, Valerie A Zeithaml dan Leonard L Berry, "*Delivery Quality Service Balancing Costumer Perceptions and Expextation*", New York, The Free Press, 1990.
9. Thomas E , Kinner and James R Tylor, "*Marketing Research and Applied*" Approuch, third edition, 1987.
10. Tjiptono, Fandy, "*Strategi Pemasaran*", Edisi II, Andi, Yogyakarta, 1997.

BIOGRAFI PENULIS

1. Nama : DYANANTO .R
2. Tempat , tanggal lahir : Ngawi , 30 September 1961
3. Alamat : Jl. BENDUL MERISI 128 A SBY,
(031) 8492349
4. Jenis Kelamin & Agama : LAKI – LAKI , ISLAM
5. Stat Perkawinan & Jml Keluarga : KAWIN , 1 ISTRI - 2 ANAK
6. Pekerjaan : PT.PLN (Persero) Unit Bisnis
Distribusi Jawa Timur
7. Pendidikan Umum / Formal :

No	Tingkat/Jurusan Pendidikan	Tahun	Lembaga Pendidikan
1.	SEKOLAH DASAR	1973	SD NEGERI
2.	SLTP	1976	SMP NEGERI PROBOLINGGO
3.	SMA	1980	SMAK MATER DEI PROBOLINGGO
4.	SM/D3 ELEKTRO	1983	ITS
5.	S1 ELEKTRO	1988	ITS
6.	S2 BIDANG MANAJEMEN	1998	UNIV MUHAMMADIYAH (KONSENTRASI BIDANG PEMASARAN)

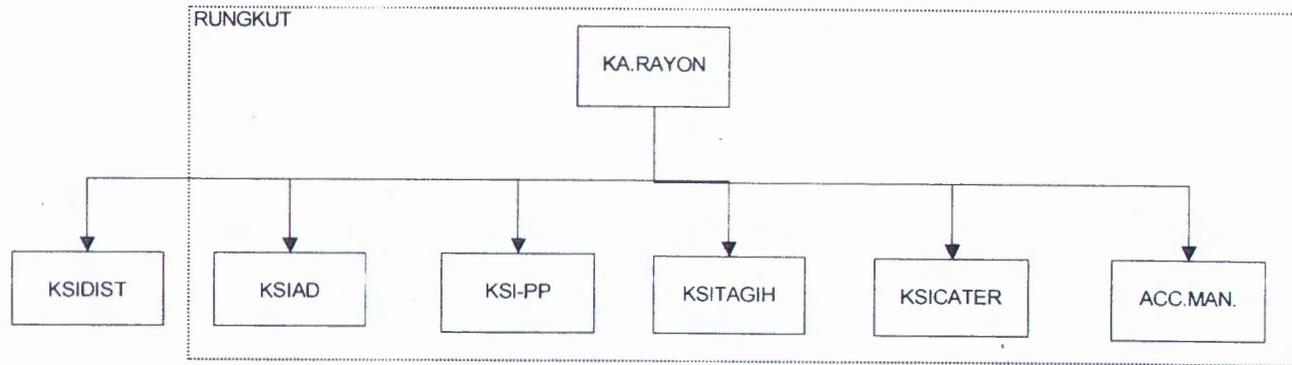
DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Struktur Organisasi PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang
Surabaya Selatan Rayon Rungkut
- Lampiran 2 : Data Pengusahaan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang
Surabaya Selatan Rayon Rungkut
- Lampiran 3 : Kuisoner Survey Kepuasan Pelanggan Industri
- Lampiran 4 : Daftar Pelanggan Industri Tarif I – 3 Yang disurvey
- Lampiran 5 : Contoh Komplain Pelanggan Industri di Surat Kabar dan tanggapan
Dari PLN
- Lampiran 6 : Format Prediksi dan Realisasi Kinerja Pengusahaan.
- Lampiran 7 : Rekapitulasi Daftar Isian Kuesioner Pelanggan

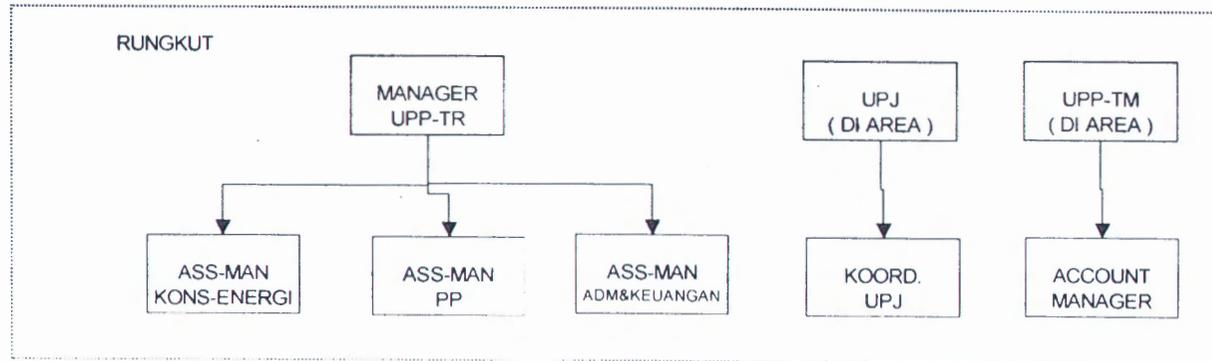


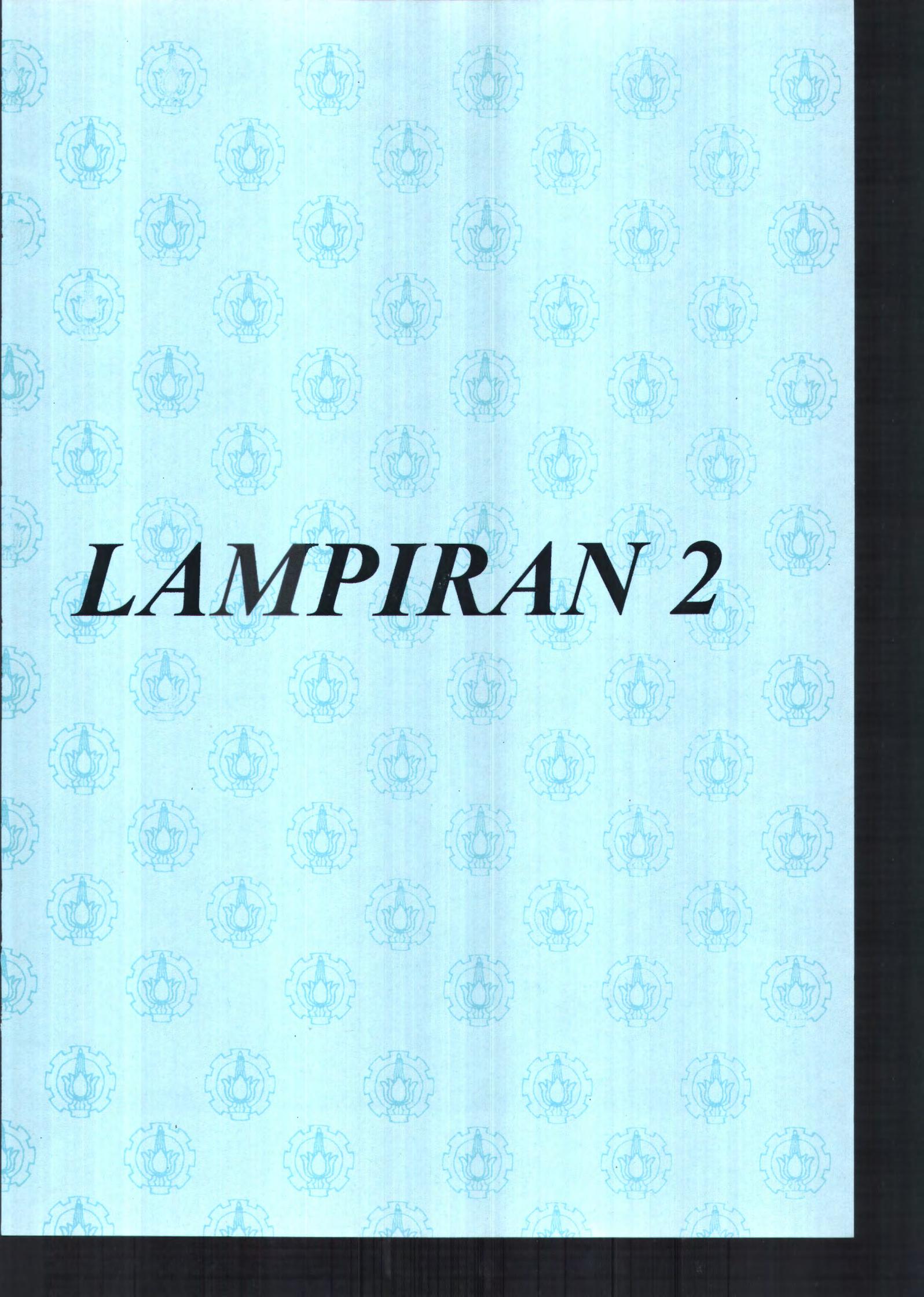
LAMPIRAN 1

STRUKTUR LAMA



STRUKTUR BARU



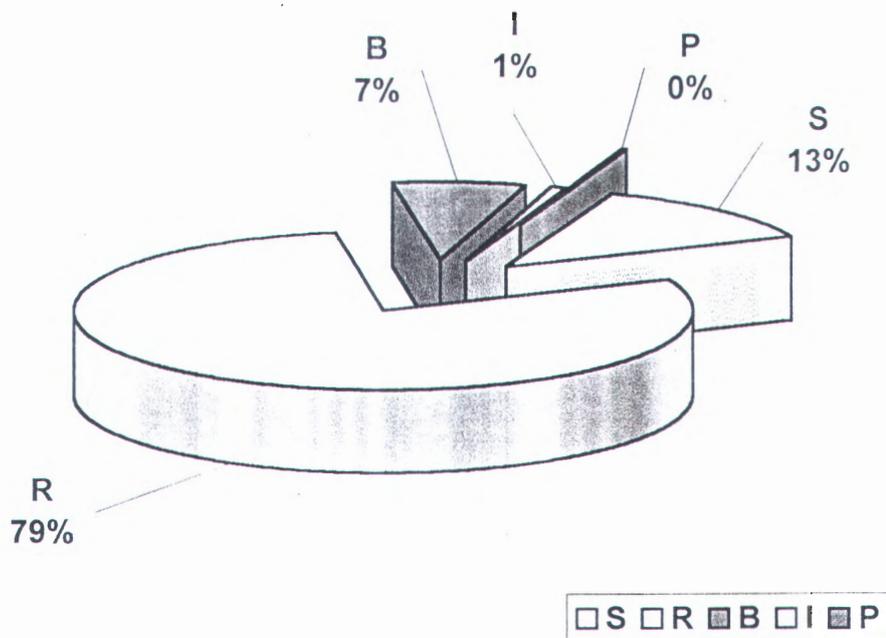


LAMPIRAN 2

PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JATIM
AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
RAYON RUNGKUT

KOMPOSISI PELANGGAN PERTARIP
JANUARI S/D JULI 2000

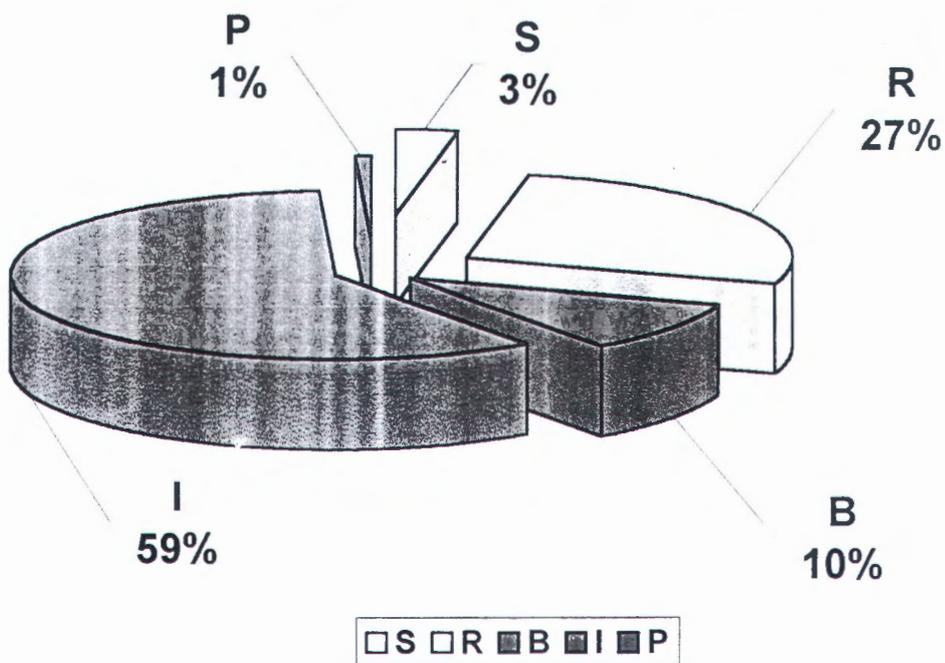
Satuan Pelanggan	S	R	B	I	P
	11,164	68,088	6,079	604	248



PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

KOMPOSISI DAYA TERSAMBUNG PERTARIF
 JANUARI S/D JULI 2000

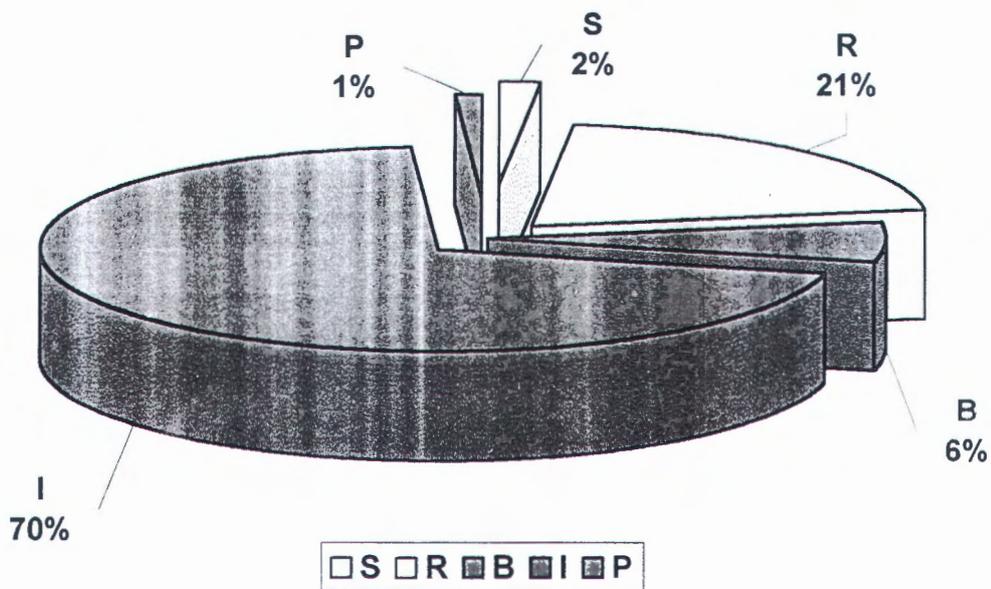
Satuan	S	R	B	I	P
kVA	10.382.100	93.431.600	32.511.200	202.069.700	3.274.290



PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

KOMPOSISI ENERGI TERJUAL PERTARIF
 JANUARI S/D JULI 2000

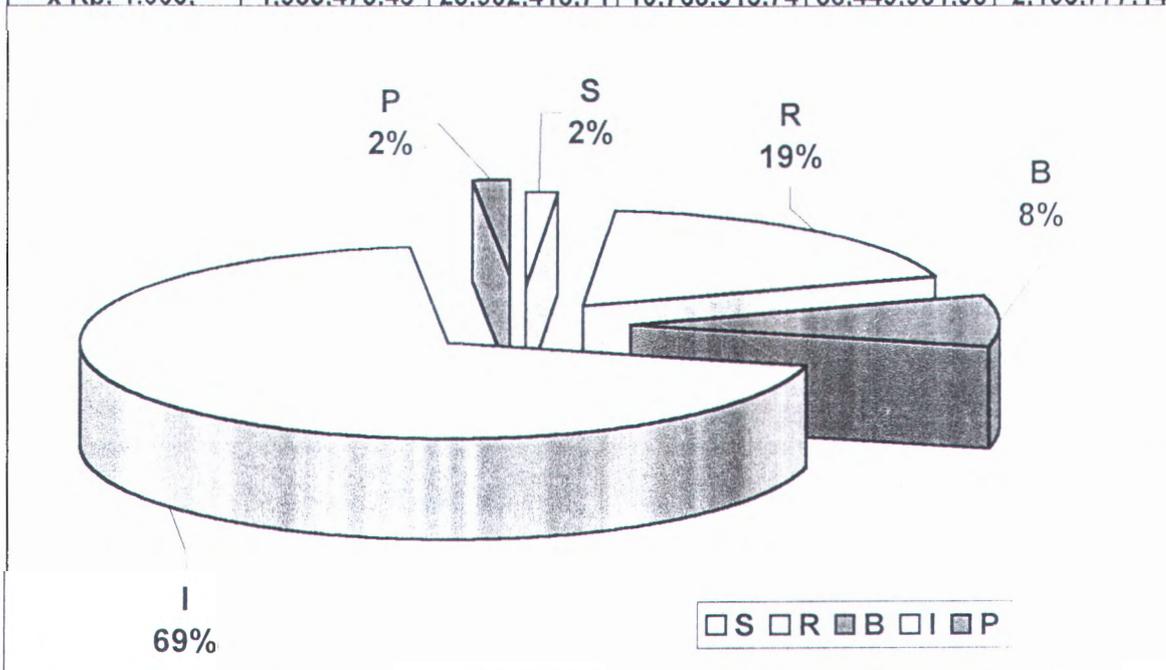
Satuan	S	R	B	I	P
kWh	7,251,448	90,177,788	27,361,170	303,635,057	5,198,291



PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

KOMPOSISI RUPIAH PENJUALAN PERTARIP
 JANUARI S/D JULI 2000

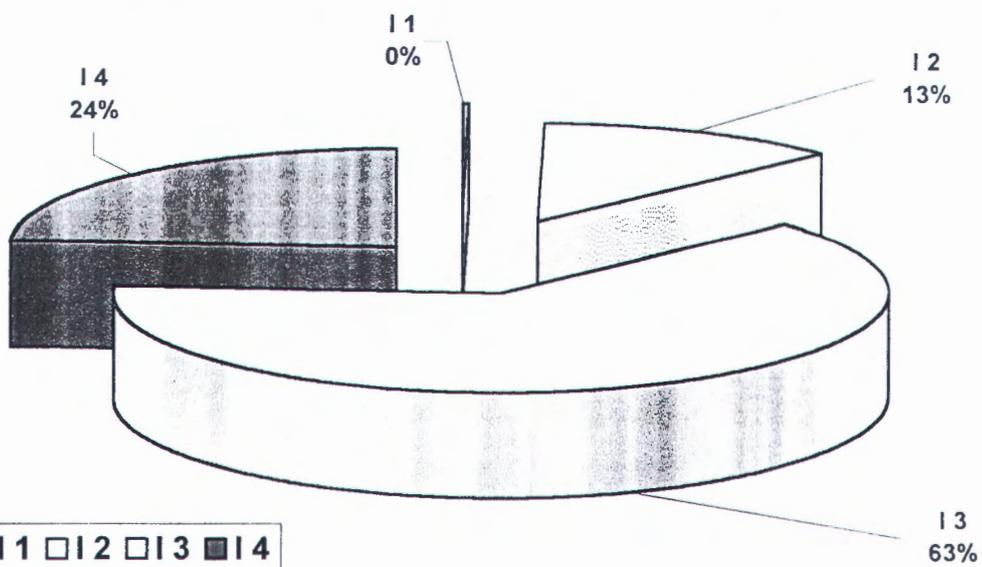
Satuan	S	R	B	I	P
x Rp. 1.000.-	1.933.473.45	23.902.418.71	10.768.915.74	88.449.981.98	2.105.777.14

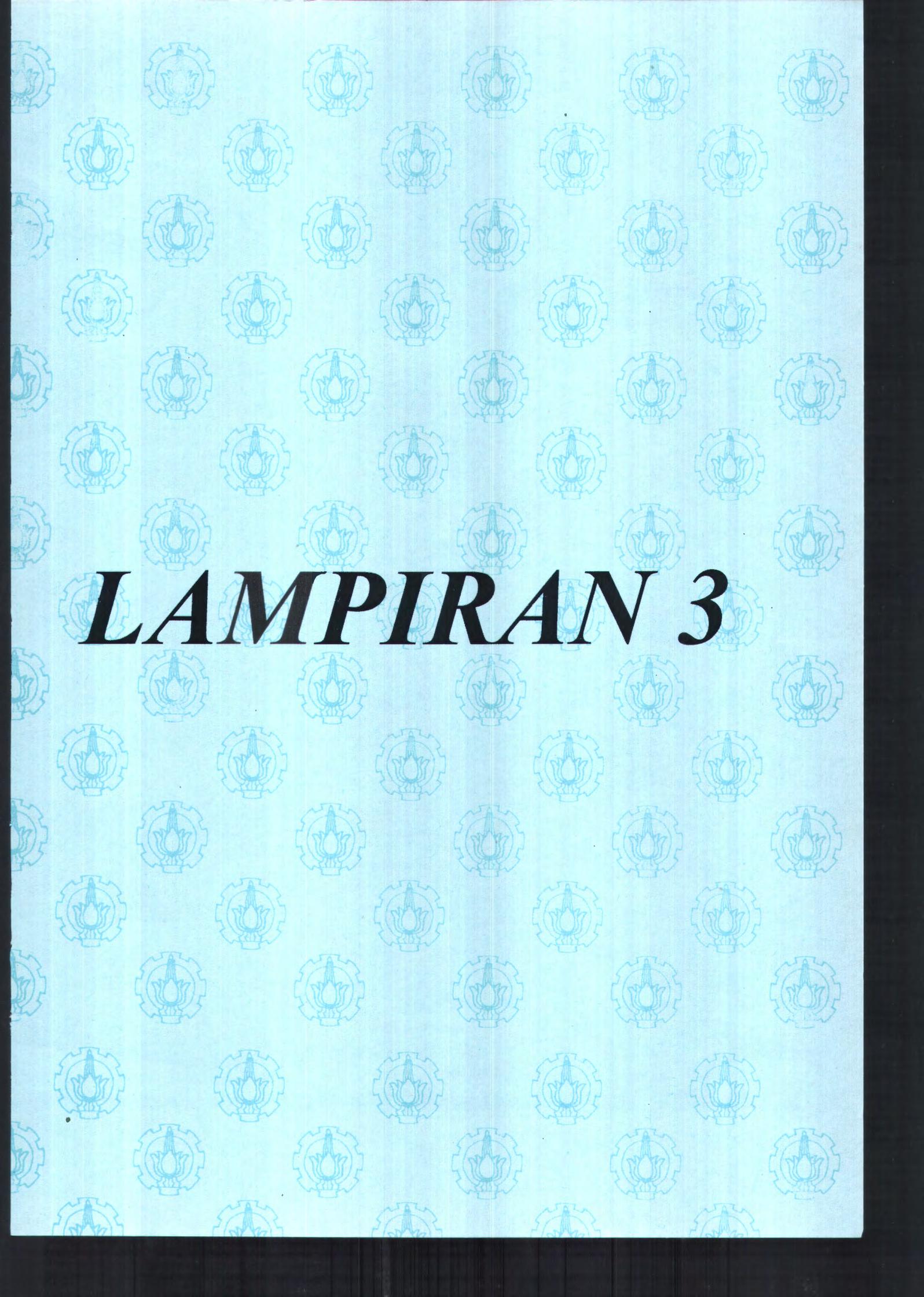


PT. PLN (PERSERO) UBD DISTRIBUSI JATIM
 AREA PELAYANAN SURABAYA SELATAN
 RAYON RUNGKUT

KOMPOSISI RUPIAH PENJUALAN UNTUK TARIF INDUSTRI
 JANUARI S/D JULI 2000

Satuan	I 1	I 2	I 3	I 4
x Rp. 1.000,-	162,570.25	11,388,520.82	55,662,391.78	21,236,499.13





LAMPIRAN 3



**PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR
UNIT BISNIS PELAYANAN RUNGKUT
JL. RUNGKUT INDUSTRI VIII / 27 SURABAYA**

Telepon : (031) 8431707, 8419354
Telex :

Kotak pos :
Kode pos : 60293

Kawat :
Facsimile ; (031) 8494947 Bank

Nomor : 051/152/UBP.RKT/2001
Surat Sdr. No. : -
Lampiran : -
Perihal : Questioner Kepuasan Pelanggan
dan informasi pelayanan.

Surabaya, 6 Pebruari 2001

Kepada YTH.

PELANGGAN PT. PLN (PERSERO)

Unit Pelayanan Pelanggan Rungkut

Bersama ini PT. PLN (Persero) menyampaikan ucapan terima kasih atas penggunaan energi listrik dalam proses produksi di Perusahaan Saudara dan kami senantiasa berusaha untuk selalu meningkatkan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Sebagai bahan penyusunan program pelayanan tersebut PT. PLN (Persero) memerlukan beberapa informasi dari Pelanggan dan hal ini dipaket dalam blanko Questioner (terlampir) yang diharapkan tanggal 14 Pebruari 2001 sudah dapat diambil oleh Petugas.

Juga perlu diinformasikan kepada seluruh Pelanggan bahwa :

1. Program GONG 2000 PT. PLN (Persero) diperpanjang sampai dengan tanggal 31 Maret 2001 (terlampir table Gong 2000).
2. Tarif Dasar Listrik tahun 2000 yang berlaku April 2000 (terlampir).
3. Pelayanan Pelanggan (Pasang Baru, Tambah Daya, Jasa konsultasi dan Jasa Teknik) Saudara dapat menghubungi Kantor Pelayanan PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Rungkut Jl. Rungkut Industri VIII no 27 Surabaya Telp. (031) 8431707 dan 8420384.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

MANAGER

Ir. IB ARI WARDANA

KUESIONER CUSTOMER SATISFACTION PELANGGAN PLN - INDUSTRI

Selamat Pagi/Siang/Sore, Nama saya _____, interviewer Lembaga Penelitian ITS. Saat ini kami sedang mengadakan riset tentang Jasa Energi Listrik. Kami memohon kesediaan Bapak/ Ibu (B/I) meluangkan waktu untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang kami ajukan. Atas kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

LOKASI

Cabang : No. Kuisiонер :
 Tanggal Survey :
 Rayon : Nama Surveyor :

DATA RESPONDEN

Nama Responden : No. Telepon :
 Jabatan Responden : No. Facsimile :
 Nama Perusahaan : E-Mail :
 Bidang Usaha : Daya Terpasang :
 Contact Person : No. Langganan :
 Alamat Perusahaan : Tarif :
 Jenis Produk :
 Penyulang :

Cara mengisi masing-masing pertanyaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

➤ Pengisian pernyataan utama yaitu dengan memberi tanda silang pada bobot nilai pada kolom **harapan** dan **kenyataan** setiap pernyataan pada tabel yang bersangkutan dengan memberi tanda **X**. Untuk memudahkan B/I menjawab/mengisi pernyataan-pernyataan, kami telah membuat skala jawaban sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Penting/Puas • 5 : Penting/ Puas
 - 2 : Tidak Terlalu Penting/Puas • 6 : Sangat Penting/Puas
 - 3 : Tidak Penting/Puas • 7 : Sangat Penting/Puas sekali
 - 4 : Cukup
- 1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

➤ Pengisian pertanyaan umum dilakukan dengan memberi tanda \surd pada kotak yang disediakan dan bila memerlukan isian dapat dituliskan jawaban yang paling tepat menurut B/I.

Dapatkan B/I (**Bagian Teknis**) memberikan pendapat mengenai kualitas layanan listrik dari PLN:

PERNYATAAN	HARAPAN	KENYATAAN
1) Kecepatan realisasi pasang baru	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
2) Kecepatan realisasi tambah daya	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
3) Kecepatan realisasi penurunan daya	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
4) Rutinitas pembacaan meter oleh petugas PLN	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
5) Keandalan pasokan listrik (tidak pernah terputus secara tiba-tiba)	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
6) Kestabilan tegangan listrik	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
7) Kestabilan frekuensi listrik	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
8) Pemberitahuan PLN jika pada saat tertentu akan terjadi pemadaman listrik	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
9) Pemeliharaan jaringan yang mengakibatkan listrik padam dilakukan dalam waktu singkat (kurang dari 1 jam)	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7

PERTANYAAN	YA	TIDAK
10) Cukup baikkah respons petugas pelayanan gangguan ?		
11) Apakah gardu PLN di persil B/I rutin dipelihara petugas PLN ?		
12) Apakah menurut B/I jaringan spindle akan mengurangi gangguan?		
13) Perlukah disediakan staff khusus PLN yang bertugas mengelola listrik khusus di daerah B/I?		
14) Apakah saat ini perusahaan B/I menggunakan sumber energi sendiri (<i>captive power</i>) ?		

15) Jasa apakah yang diperlukan perusahaan B/I (dapat dipilih lebih dari satu):

- jasa maintenance dan jasa analisa beban
- jasa pemeliharaan trafo
- sewa trafo
- sewa circuit breaker
- setting peralatan dan mesin
- setting alat control
- setting alat pengaman
- lainnya:

16) Dalam 3 bulan terakhir berapakah listrik di tempat B/I padam ? kali (bukan kedip)
 kali (kedip)

17) Dalam 3 bulan terakhir, berapa lama listrik di tempat B/I padam ? jam (total)

18) Adakah gangguan yang ditimbulkan oleh (dapat dipilih lebih dari satu):

- jaringan pemasok dalam wilayah
- sesama pelanggan
- pohon
- cuaca:.....
- layangan
- lainnya:

19) Kapankah waktu kritis dan/atau beban puncak pemakaian listrik di perusahaan B/I?

Hari.....Pukul.....lainnya.....
 Hari.....Pukul.....lainnya.....

20) Gangguan paling berat apakah yang pernah perusahaan B/I alami dari pelayanan PLN dalam penyediaan sumber aliran listrik ? Kapan terjadinya?

.....

21) Peralatan/mesin apakah di perusahaan B/I yang mendapatkan dampak paling besar jika aliran listrik terputus?

.....

22) Ancaman/gangguan apa yang membahayakan perusahaan B/I jika aliran listrik PLN padam?

.....

23) Seberapa sensitif peralatan/mesin terganggu dengan kedip yang terjadi ?

Sangat sensitif sekali	1
Sangat sensitif	2
Cukup sensitif	3
Tidak sensitif	4
Tidak ada dampak sama sekali	5

Adakah upaya pencegahan secara internal?

Ya	1
Tidak	2

Jika ada, seperti apa pencegahan itu?.....

.....

24) Berapa lama pemulihan gangguan dapat dilaksanakan ?

- kurang dari satu jam
- antara satu sampai dua jam
- lebih dari dua jam, jam

Dapatkan B/I (**Bagian Administrasi**) memberikan pendapat mengenai kualitas layanan listrik dari PLN:

PERNYATAAN	HARAPAN	KENYATAAN
1) Kesesuaian antara tagihan B/I dengan daya yang telah digunakan	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
2) Pelayanan pembayaran listrik selama ini	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7

PERTANYAAN	YA	TIDAK
3) Cukup baikkah pelayanan petugas loket pembayaran di kantor PLN ?		
4) Cukup baikkah pelayanan petugas loket pelayanan gangguan di kantor PLN?		
5) Cukup baikkah pelayanan petugas PLN lewat telepon?		
6) Cukup baikkah pelayanan petugas PLN di nomor telepon 123?		

7) Menurut B/I dengar/tahu, seberapa mudah/sulitkah untuk melakukan :

	Aktivitas/Proses	Sangat sulit	Cukup sulit	Antara mudah & tidak	Cukup mudah	Sangat mudah
1	Pasang baru (Gong 2000)	1	2	3	4	5
2	Tambah daya (Gong 2000)	1	2	3	4	5
3	Paket listrik Kencana	1	2	3	4	5
4	Paket listrik Prima	1	2	3	4	5
5	Tarif Multiguna	1	2	3	4	5
6	Mutasi	1	2	3	4	5
7	Penggabungan tagihan	1	2	3	4	5
8	Penyelesaian Complaint	1	2	3	4	5

8) Bagaimana cara pembayaran tagihan PLN B/I ? (Boleh dipilih lebih dari satu):

Cara Pembayaran	Kode	Lokasi
Melalui ATM	1
Auto debet	2
Tunai di loket resmi	3
Tunai di loket Bank tertentu	4
Lainnya	5

Dapatkan B/I (**Bagian Manajemen**) memberikan pendapat mengenai kualitas layanan listrik dari PLN:

PERNYATAAN	HARAPAN	KENYATAAN
1) Biaya yang dibebankan PLN untuk pasang baru merupakan harga yang pantas	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
2) Biaya yang dibebankan PLN untuk menambah/menurunkan daya merupakan harga yang pantas	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
3) Kesesuaian antara manfaat penggunaan yang diperoleh dengan biaya yang dibayar	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
4) Informasi yang disediakan PLN untuk mengenalkan produk-produk dan layanan PLN jelas (mudah dimengerti)	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7

PERTANYAAN	YA	TIDAK
5) Apakah B/I membutuhkan bantuan tenaga ahli PLN untuk menangani manajemen energi perusahaan ?		
6) Apakah perusahaan B/I tetap akan menggunakan layanan PLN sebagai sumber energi dalam jangka panjang ?		
7) Apakah ada rencana pasang baru dalam waktu enam bulan ke depan?		
8) Apakah ada rencana tambah daya dalam waktu enam bulan ke depan?		
9) Apakah ada rencana penurunan daya dalam waktu enam bulan ke depan?		
10) Apakah perusahaan B/I mempertimbangkan untuk memiliki sumber energi alternatif selain PLN ?		

11) Ketika saya mengatakan "PLN", apakah yang pertama kali terlintas di pikiran B/I ? (Hanya dipilih satu saja)

Yang terlintas	Kode
Dapat diandalkan	1
Byar Pet / Sebentar hidup, sebentar mati	2
Murah	3
Mahal	4
Milik Pemerintah	5
Pelayanan Ala Pemerintah	6
Kemudahan Pelayanan	7
Lainnya	8

12) Apakah B/I memiliki akses ke internet di kantor ?

Ya	1
Tidak	2

13) Seminar/training apa saja yang pernah perusahaan B/I ikuti dalam satu tahun terakhir? (boleh dipilih lebih dari satu)

	Teknologi	1
	Manajemen	2
	Marketing	3
	Perpajakan	4
	Efisiensi dan produktivitas kerja	5
Lainnya (sebutkan) :		6

14) Bagaimanakah cara yang sebaiknya digunakan PLN untuk menjalin hubungan dengan perusahaan B/I?

Media yang sebaiknya dipakai:

Koran :

Majalah :

TV :

Radio :

Email :

SMS :

15) Darimana B/I mengenal Informasi / Iklan PLN ?

Iklan	<input type="checkbox"/> TV	<input type="checkbox"/> Iklan ruang luar
	<input type="checkbox"/> Radio	<input type="checkbox"/> Brosur
	<input type="checkbox"/> Surat kabar	<input type="checkbox"/> Pameran
	<input type="checkbox"/> Majalah	<input type="checkbox"/> Lainnya :
	<input type="checkbox"/> Homepage	
	<input type="checkbox"/> Call center	
<input type="checkbox"/> Program Promosi Khusus		

16) Media yang ada di kantor B/I ?

Media
<input type="checkbox"/> Jawa Pos
<input type="checkbox"/> Surabaya Post
<input type="checkbox"/> Surya
<input type="checkbox"/> Kompas
<input type="checkbox"/> Bisnis Indonesia
<input type="checkbox"/> Tabloid :
<input type="checkbox"/> Majalah :
<input type="checkbox"/> Lainnya :

17) Ceritakan Secara singkat tentang Informasi / Iklan yang B/I ingat tersebut :

.....

.....

.....



LAMPIRAN 4

LN (PERSERO) DISTRIBUSI JATIM
RUNGKUT

TANDA TERIMA SURAT & QUESTIONER

NAMA	ALAMAT		DITERIMA	DIKEMBALIKAN
ANTAR SURYA JAYA	ABDUL KARIM	37	<i>[Signature]</i> 02.	
PAB MINYAK GORENG	BANDILAN		<i>[Signature]</i>	
SARI FAJAR	BANDILAN		<i>[Signature]</i>	
SEKAR BUMI	BANDILAN		<i>[Signature]</i>	
ALAM DIN RAYA	BERBEK INDUSTRI	3 11	<i>[Signature]</i>	
APIE INDO KARUNIA	BERBEK INDUSTRI	2 3	<i>[Signature]</i>	
BUTON INDUSTRI	BERBEK INDUSTRI	2 14	<i>[Signature]</i>	
KA DARMA TAPE	BERBEK INDUSTRI	5 11	<i>[Signature]</i>	
SATRIA SUBANO	BERBEK INDUSTRI	1 3	<i>[Signature]</i>	
AKATA ELEKTRIK	BERBEK INDUSTRI	2 4	<i>[Signature]</i> 02	
ERASA PURNA CIPTA	BERBEK INDUSTRI	1 18	<i>[Signature]</i>	
UMBER 9	BERBEK INDUSTRI	1 26	<i>[Signature]</i>	
UMBER BAHARI PRIM	BERBEK INDUSTRI	1 24	<i>[Signature]</i>	
HILIP RALIN	BERBEK INDUSTRI	1 5	<i>[Signature]</i>	
ACOB BISCUIT	KALI RUNGKUT		<i>[Signature]</i>	
EDAWUNG	KALI RUNGKUT		<i>[Signature]</i> 08/201.	
SIA PRAMULIA	KEDUNG ASEM	9	<i>[Signature]</i>	
MULTI ARTHA MAS	KEDUNG BARUK TENGAH		<i>[Signature]</i>	
DAM DELTA SURYA	MAKARYA BINANGUN		<i>[Signature]</i>	
BATOIR	PANJANG JIWO		<i>[Signature]</i>	
PANJANG JIWO	PANJANG JIWO		<i>[Signature]</i>	
HARMASI VITA	PANJANG JIWO		<i>[Signature]</i>	
A STAR	RAYA RUNGKUT		<i>[Signature]</i>	

LN (PERSERO) DISTRIBUSI JATIM
RUNGKUT

TANDA TERIMA SURAT & QUESTIONER

NAMA	ALAMAT	DITERIMA	DIKEMBALIKAN
URABAYA RUBBER	RUNGKUT INDUSTRI RY 1A	<i>[Signature]</i>	
MULYO REJO	RUNGKUT INDUSTRI RY 19	<i>Rifan</i>	
INAR MERBABU	RUNGKUT INDUSTRI RY 17A	<i>[Signature]</i>	
NTI KERABAT	RUNGKUT INDUSTRI RY 9	<i>[Signature]</i>	
ALISCO	RUNGKUT INDUSTRI RY 17	<i>[Signature]</i>	
AMARGA INDO JATIM	RUNGKUT INDUSTRI RY 11	<i>[Signature]</i>	
AJIN STEEL	RUNGKUT INDUSTRI 1 30	<i>[Signature]</i> 09/02/01	
AMU 2 PUTRI DEWI	RUNGKUT INDUSTRI 1 6	<i>[Signature]</i> 7/01	
MCP	RUNGKUT INDUSTRI 1 10	<i>[Signature]</i> 07/02	
AGA SAKTI PLASTIK	RUNGKUT INDUSTRI 1 29	<i>[Signature]</i>	
BADI ADI MULIA	RUNGKUT INDUSTRI 1 11	<i>[Signature]</i> 7/02	
ALIM RENGGO	RUNGKUT INDUSTRI 1 4	<i>[Signature]</i>	
GROCARB	RUNGKUT INDUSTRI 1 12	<i>[Signature]</i>	<i>Atuu!</i>
RUKI	RUNGKUT INDUSTRI 1 18	<i>[Signature]</i>	
VALET KENCANA	RUNGKUT INDUSTRI 1 26	<i>[Signature]</i>	
NAR SAKTI	RUNGKUT INDUSTRI 2 55	<i>[Signature]</i>	
PAMPINA ICE CREAM	RUNGKUT INDUSTRI 2 17	<i>[Signature]</i> Sutono	
DI HUSADA	RUNGKUT INDUSTRI 2 45 C	<i>[Signature]</i>	
AT. HARI TERANG	RUNGKUT INDUSTRI 2 12	<i>[Signature]</i>	
AMA RAYA	RUNGKUT INDUSTRI 2 45	<i>[Signature]</i>	
EKO SEKAWAN	RUNGKUT INDUSTRI 2 27	<i>[Signature]</i>	
ENSON MAKMUR	RUNGKUT INDUSTRI 2 1	<i>[Signature]</i> Sudji	
ASIL PERDANA	RUNGKUT INDUSTRI 2 8	<i>[Signature]</i> 7/2 2001 NEADINAN	

LN (PERSERO) DISTRIBUSI JATIM
RUNGKUT

TANDA TERIMA SURAT & QUESTIONER

NAMA	ALAMAT	DITERIMA	DIKEMBALIKAN
MULCINDO	RUNGKUT INDUSTRI 2 6	<i>[Signature]</i>	
SURYA MAS	RUNGKUT INDUSTRI 3 27A	<i>[Signature]</i>	
VARIA INDOWIN	RUNGKUT INDUSTRI 3 62A	<i>[Signature]</i>	
S F B	RUNGKUT INDUSTRI 3 30	<i>[Signature]</i>	
MARMER GRANIT	RUNGKUT INDUSTRI 3 42	<i>[Signature]</i>	
IRIFA SAKTI	RUNGKUT INDUSTRI 3 48B	<i>[Signature]</i>	
ONBAT	RUNGKUT INDUSTRI 3 6	<i>[Signature]</i>	
EDICA	RUNGKUT INDUSTRI 3 31	<i>[Signature]</i>	
AMBANG JAYA	RUNGKUT INDUSTRI 3 56	<i>[Signature]</i>	
MPAT PUTRA WATCH	RUNGKUT INDUSTRI 3 36	<i>[Signature]</i>	
RISANTIUM	RUNGKUT INDUSTRI 3 19	<i>[Signature]</i>	
UNAWAN PLASTIK	RUNGKUT INDUSTRI 3 47	<i>[Signature]</i>	
PTA ABADI JAYA	RUNGKUT INDUSTRI 4 26	<i>[Signature]</i>	
NILEVER	RUNGKUT INDUSTRI 4	<i>[Signature]</i>	
AMAI COOKING	RUNGKUT INDUSTRI 4 21	<i>[Signature]</i>	
OLDEN CENDANAN	RUNGKUT INDUSTRI 4 4	<i>[Signature]</i>	
JUMBER REJO	RUNGKUT INDUSTRI 4 34	<i>[Signature]</i>	
AB ES PASAR TURI	RUNGKUT INDUSTRI 4 30	x	
AMPLAS UTAMA	RUNGKUT INDUSTRI 4 22	<i>[Signature]</i>	
PACT INDONESIA	RUNGKUT INDUSTRI 4 18A	<i>[Signature]</i>	
MILIP PRIASMORO	RUNGKUT INDUSTRI 4 3	<i>[Signature]</i>	
TRA PLASTINDO	RUNGKUT INDUSTRI 4 28	<i>[Signature]</i>	
F PUTRA	RUNGKUT INDUSTRI 8 30	<i>[Signature]</i>	

[Handwritten note]
Peta
Panda

PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JATIM
 PP RUNGKUT

TANDA TERIMA SURAT & QUESTIONER

NAMA	ALAMAT	DITERIMA	DIKEMBALIKAN
SURYA MULTI	RUNGKUT INDUSTRI 14 4	09/01/2012	
INTI PELANGI	TAMBAK SAWAH 9	12/01/2012	
JAYA MULIA ASIA	TAMBAK SAWAH 5 BLK	12/01/2012	
KARYA YUDHA TIARA	TAMBAK SAWAH 8B	12/01/2012	
MEGA SURYA MAS	TAMBAK SAWAH 36	12/01/2012	
PANCA DUTA	TAMBAK SAWAH 5	12/01/2012	
RASINDO INDAH	TAMBAK SAWAH 15	12/01/2012	
SURYA INTRINDO	TAMBAK SAWAH E 10	12/01/2012	
SARI TAMA TUNGGAL	TAMBAK SAWAH 27	12/01/2012	
SATRINDO UTAMA	TAMBAK SAWAH 3	12/01/2012	
SIANTAR TOP	TAMBAK SAWAH 23	12/01/2012	
DIRGAHAYU/DAITO	WARU 55	12/01/2012	
FOOD SPECIALIST	WARU	12/01/2012	
PABRIK PAKU	WARU	12/01/2012	



LAMPIRAN 5

Listrik sering padam rugikan industri

Seperti kita ketahui sejak dulu hingga sekarang masalah besarnya tarif listrik bila dihubungkan dengan kompensasi pelayanan PLN masih jauh dari KepMen-amben No 836/K/49/MPE/2000 TDL 2000 mengalami kenaikan. Sementara pada sisi lain masih sering terjadi padamnya listrik, baik yang padam mendadak maupun yang melalui pemberitahuan. Akibatnya berdampak merugikan pelanggan secara moral maupun material, baik bagi rumah tangga maupun dunia industri.

Khusus dalam dunia industri bisa kita hitung berapa besar waktu dan biaya yang terbuang. Baik karena berhentinya proses produksi maupun rusaknya alat-alat penunjang mesin-mesin industri akibat berhentinya produksi maupun rusaknya alat-alat penunjang mesin-mesin industri akibat berhentinya listrik secara mendadak. Sekarang yang perlu dijabarkan oleh PLN:

* Pertama, apa penyebab yang sering timbul terhadap padamnya listrik secara mendadak? Kemudian bagaimana bentuk solusinya agar kejadian serupa tidak terulang?

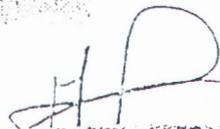
* Kedua, bagaimana sistem manajemen perawatan yang dilakukan PLN terhadap fasilitas-fasilitas PLN misal trayo, kabel-kabel listrik, dsb, mengingat fasilitas-fasilitas tersebut yang sering mengalami gangguan?

* Ketiga, apakah tidak ada pemikiran atau metode pada saat perawatan fasilitas PLN tanpa melakukan proses peramalan atau dengan target *delivery time* pemadaman dipercepat?

Sebagai bentuk pelayanan PLN secara terbuka dan transparan, maka akan menjadi suatu bentuk komunikasi yang efektif dan memuaskan kepada semua pelanggan Jawa Timur pada umumnya dan anggota FORKOM-SIER pada khususnya apabila PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur khususnya Cabang Surabaya Selatan bisa memberikan penjelasan lewat media ini. Terima kasih.

Slamiet SE
Ketua Umum FORKOM-SIER
Jl Berbek Industri VII/4 SIER District

Surya,
Sabtu, 16



PT. PLN (PERSERO)
DISTRIBUSI JAWA TIMUR
CABANG SURABAYA SELATAN

Jl. Ngagel Timur No. 14-16
S U R A B A Y A

KONSEP

Surabaya, Oktober 2000

Nomor :
Surat Sdr. No :
Perihal : Tanggapan Surat Pembaca

Kepada YTH
REDAKSI HARIAN SURYA
Jl. Raya Margorejo Indah
Surabaya

Sehubungan dengan adanya surat pembaca yang dimuat di Harian Surya edisi tanggal 16 September 2000 dengan judul "LISTRIK SERING PADAM RUGIKAN INDUSTRI", dengan ini kami sampaikan tanggapan sebagai berikut :

Sebelumnya kami sampaikan terima kasih kepada FORKOM-SIER yang telah memberikan perhatian masalah pelayanan listrik PLN khususnya PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Cabang Surabaya Selatan dimana kawasan PT. SIER berada.

Seperti diketahui bahwa pelanggan tenaga listrik di Cabang Surabaya Selatan adalah disupply dari 15 Gardu Induk dan didistribusikan lewat 140 Penyulang jaringan 20 KV, dimana sebagian besar jaringan tersebut (91%) adalah berupa SUTM (Saluran Udara Tegangan Menengah) yang menggunakan konduktor telanjang atau terbuka, dan selebihnya menggunakan konduktor berisolasi atau jenis kabel, baik kabel udara maupun kabel tanah.

Perlu diketahui bahwa gangguan yang sering terjadi terutama untuk jaringan SUTM adalah karena faktor eksternal, misalnya seperti gangguan karena layang-layang, pohon-pohonan, binatang, polusi bahan kimia, penjor / umbul-umbul, dll.

Perawatan dan pemeliharaan tentunya harus dilakukan terus menerus baik secara preventive maupun corrective, secara periodic maupun incidental sesuai kebutuhan terhadap komponen jaringan itu sendiri, peralatan proteksinya maupun lingkungannya.

Dari upaya peningkatan pemeliharaan tersebut PLN Cabang Surabaya Selatan pada tahun 2000 ini, dari hasil evaluasi sampai dengan bulan September dibandingkan dengan tahun 1999 pada periode yang sama, telah berhasil menurunkan frekuensi gangguan penyulang sebesar 43% (dari 1425X menjadi 819X) dan menurunkan lama gangguan penyulang sebesar 51% (dari 502 jam menjadi 248 jam).

Beberapa upaya untuk mengurangi pemadaman dan mempercepat pemulihan bila terpaksa harus padam baik terencana maupun karena gangguan, adalah dengan memasang / mengaktifkan peralatan recloser dan sectionaliser, melakukan HOT LINE MAINTENANCE oleh Tim PDKB (Pekerjaan Dalam Keadaan Bertegangan) tanpa perlu ada pemadaman, dan meningkatkan mobilitas serta komunikasi unit-unit pelayanan gangguan.

Khusus kawasan PT. SIER dimana terkumpul cukup banyak pelanggan industri yang potensial, system catu daya listriknya tersedia lebih baik keandalannya dari rata-rata yang lain. Disini disupply lewat 12 penyulang 20 KV, sekitar 30% dari jaringannya merupakan kabel yang berisolasi. Disamping menggunakan system Loop dan Radial juga terpasang penyulang Ekspres (Express Feeder) untuk mempermudah dan mempercepat manuver bila ada penyulang yang terganggu.

Pada awal tahun 2000 ini semua konduktor jaringan yang berpenampang kurang dari 150 mm² telah diganti menjadi 150 mm². Disamping usaha perbaikan-perbaikan teknis yang akan terus kami lakukan, kami juga melakukan langkah-langkah peningkatan pelayanan sebagai berikut :

- Menunjuk Account Manager yang khusus melayani dan mengamati pelanggan-pelanggan TM tersebut.
- Menyebarkan Quizoner pada para pelanggan PT. SIER lewat FORKOM SIER pada tanggal 14 Agustus 2000 yang lalu.
- Rencana dalam waktu dekat akan mengadakan temu pelanggan khususnya untuk kawasan PT. SIER.
- Memberikan pemberitahuan bila ada rencana pekerjaan yang terpaksa memerlukan pemadaman, dan informasi bila terjadi pemadaman karena gangguan.

Demikian informasi yang dapat kami sampaikan, kami mohon maaf bilamana masih terjadi adanya gangguan pemadaman yang sama-sama tidak kita inginkan. Bila membutuhkan informasi lebih lanjut dapat menghubungi Bp. Dahlan, Account Manager PLN Rayon Rungkut, Telp. 031-8419354 .

Kepala,

Ir. SAFRUDIN PBA LAMADJIDO



P.T. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR
CABANG SURABAYA SELATAN
RAYON RUNGKUT
JL. RUNGKUT INDUSTRI VIII / 27 SURABAYA

Telepon : (031) 8431707, 8419354

Kotak pos :

Kawat :

Telex :

Kode pos : 60293

Facsimile : (031) 8491947

Bank :

Nomor : 365/152/RY.RKT/2000
Surat Sdr. No :
Lampiran :
Perihal : Pertemuan FORKOM

Surabaya, 18 September 2000

KEPADA
PT. PLN (PERSERO)
DISTRIBUSI JAWA TIMUR
JL. EMBONG TRENGGULI 19-21
SURABAYA

Up. Kepala Bagian Pemasaran

Sehubungan dengan rencana pertemuan dengan Forum Komunikasi Sier, untuk itu mohon dapatnya segera direalisasikan mengingat Anggota Forkom sangat menginginkan informasi lebih lanjut dari PT. PLN Distribusi Jawa Timur, khususnya pelayanan PLN saat ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatiaanya terima kasih.


KEPALA
I.B. ARI WARDANA

Tindakan : PT. PLN (Persero) Cabang Surabaya Selatan

AKSIP



LAMPIRAN 6

REALISASI TARGET BULANAN
TAHUN ANGGARAN 2001

CABANG / RANTING / RAYON :

NO.	KEGIATAN	SATUAN	TARGET (1 TH)	BULAN												JUMLAH
				JAN	PEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOP	DES	
1	Pertambahan pelanggan	Plgn														
2	Pertambahan daya tersambung	KVA														
3	Penjualan Tenaga Listrik	MWH														
4	Pendapatan Penj. tenaga listrik	Rp.x 1000														
5	Harga jual rata - rata	Rp./ Kwh														
6	Pendapatan lain - lain	Rp. x Kwh														
7	Susut Distribusi	%														
8	Susut Distribusi	Rp.x 1000														
9	Kwh tak tersalur, karena :															
	- Gangguan TM	KWh														
	- Gangguan GTT	KWh														
	- Gangguan JTR	KWh														
	- Gangguan SR	KWh														
10	Rupiah hilang akibat :															
	- Gangguan TM	Rp.x 1000														
	- Gangguan GTT	Rp.x 1000														
	- Gangguan JTR	Rp.x 1000														
	- Gangguan SR	Rp.x 1000														
11	Tunggakan rekening :															
	- JUMLAH lembar	Lembar														
	- Jumlah rupiah	Rp.x 1000														



LAMPIRAN 7

LAMPIRAN Rekapitulasi Daftar Isian Kuesioner Pelanggan

Jenis Bidang Usaha Untuk Kelompok I3

Bidang Usaha	Frequency	Percent
Makanan & Minuman	23	29.9
Tekstil, Kulit	7	9.1
Kayu dan hasil hutan	1	1.3
Kertas & Brng Cetak	10	13.0
Pupuk, kimia dan Brng Karet	7	9.1
Semen dan Brng Logam	3	3.9
Logam dasar & Baja	12	15.6
Alat angkut mesin	3	3.9
Plastik	8	10.4
Service	3	3.9
Total	77	100

Harapan Kecepatan Realisasi Pasang Baru

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PENTING	1	1,6
TIDAK TERLALU PENTING	8	12,5
TIDAK PENTING	13	20,3
CUKUP	7	10,9
PENTING	9	14,1
SANGAT PENTING	15	23,4
SANGAT PENTING SEKALI	11	17,2
Total	64	100

Harapan Kecepatan Realisasi Tambah Daya

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	6	9,1
TIDAK PENTING	12	18,2
CUKUP	8	12,1
PENTING	11	16,7
SANGAT PENTING	17	25,8
SANGAT PENTING SEKALI	12	18,2
Total	66	100

Harapan Kecepatan Realisasi Penurunan Daya

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	12	18.2
TIDAK PENTING	11	16.7
CUKUP	10	15.2
PENTING	12	18.2
SANGAT PENTING	10	15.2
SANGAT PENTING SEKALI	11	16.7
Total	66	100

Harapan Rutinitas Pembacaan Meter Oleh Petugas PLN

	Frequency	Percent
TIDAK PENTING	2	2.6
CUKUP	6	7.9
PENTING	18	23.7
SANGAT PENTING	34	44.7
SANGAT PENTING SEKALI	16	21.1
Total	76	100

Harapan Keandalan Pasokan Listrik (Tidak Pernah Terputus Secara Tiba-Tiba)

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PENTING	1	1.4
TIDAK TERLALU PENTING	3	4.2
TIDAK PENTING	6	8.3
CUKUP	8	11.1
PENTING	11	15.3
SANGAT PENTING	21	29.2
SANGAT PENTING SEKALI	22	30.6
Total	72	100

Harapan Kestabilan Tegangan Listrik

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	2	2.6
TIDAK PENTING	4	5.3
CUKUP	8	10.5
PENTING	8	10.5
SANGAT PENTING	35	46.1
SANGAT PENTING SEKALI	19	25
Total	76	100

Harapan Kestabilan Frekuensi Listrik

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	3	4
TIDAK PENTING	3	4
CUKUP	8	10.7
PENTING	13	17.3
SANGAT PENTING	29	38.7
SANGAT PENTING SEKALI	19	25.3
Total	75	100

Harapan Pemberitahuan PLN Jika Pada Saat Tertentu Akan Terjadi Pemadaman Listrik

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	4	5.3
TIDAK PENTING	1	1.3
CUKUP	5	6.7
PENTING	9	12
SANGAT PENTING	32	42.7
SANGAT PENTING SEKALI	24	32
Total	75	100

Harapan Pemeliharaan Jaringan Yang Mengakibatkan Listrik Padam Dilakukan Dalam Waktu Singkat (Kurang Dari 1 Jam).

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	5	6.7
TIDAK PENTING	5	6.7
CUKUP	10	13.3
PENTING	11	14.7
SANGAT PENTING	25	33.3
SANGAT PENTING SEKALI	19	25.3
Total	75	100

Kenyataan Kecepatan Realisasi Pasang Baru

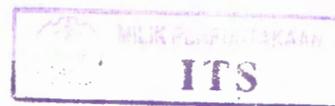
	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	2	3.2
TIDAK TERLALU PUAS	8	12.7
TIDAK PUAS	17	27
CUKUP	21	33.3
PUAS	8	12.7
SANGAT PUAS	6	9.5
SANGAT PUAS SEKALI	1	1.6
Total	63	100

Kenyataan Kecepatan Realisasi Tambah Daya

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.5
TIDAK TERLALU PUAS	7	10.6
TIDAK PUAS	14	21.2
CUKUP	22	33.3
PUAS	9	13.6
SANGAT PUAS	9	13.6
SANGAT PUAS SEKALI	4	6.1
Total	66	100

Kenyataan Kecepatan Realisasi Penurunan Daya

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.6
TIDAK TERLALU PUAS	13	20.3
TIDAK PUAS	14	21.9
CUKUP	22	34.4
PUAS	8	12.5
SANGAT PUAS	3	4.7
SANGAT PUAS SEKALI	3	4.7
Total	64	100



Kenyataan Rutinitas Pembacaan Meter Oleh Petugas PLN

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.6
TIDAK TERLALU PUAS	13	20.3
TIDAK PUAS	14	21.9
CUKUP	22	34.4
PUAS	8	12.5
SANGAT PUAS	3	4.7
SANGAT PUAS SEKALI	3	4.7
Total	64	100

**Kenyataan Keandalan Pasokan Listrik
(Tidak Pernah Putus Secara Tiba-Tiba)**

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	7	10
TIDAK TERLALU PUAS	6	8.6
TIDAK PUAS	13	18.6
CUKUP	19	27.1
PUAS	11	15.7
SANGAT PUAS	8	11.4
SANGAT PUAS SEKALI	6	8.6
Total	70	100

Kenyataan Kestabilan Tegangan Listrik

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.4
TIDAK TERLALU PUAS	3	4.1
TIDAK PUAS	5	6.8
CUKUP	19	26
PUAS	13	17.8
SANGAT PUAS	22	30.1
SANGAT PUAS SEKALI	10	13.7
Total	73	100

Kenyataan Kestabilan Frekwensi Listrik

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PUAS	5	6,9
TIDAK PUAS	3	4,2
CUKUP	20	27,8
PUAS	12	16,7
SANGAT PUAS	19	26,4
SANGAT PUAS SEKALI	13	18,1
Total	72	100

Kenyataan Pemberitahuan PLN Jika Pada Saat Tertentu Akan Terjadi Pemadaman Listrik

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PUAS	10	13.5
TIDAK PUAS	6	8.1
CUKUP	14	18.9
PUAS	11	14.9
SANGAT PUAS	17	23
SANGAT PUAS SEKALI	16	21.6
Total	74	100

**Kenyataan Pemeliharaan Jaringan Yang Mengakibatkan
Listrik Padam Dilakukan Dalam Waktu Singkat (Kurang
Dari 1 Jam)**

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.4
TIDAK TERLALU PUAS	8	10.8
TIDAK PUAS	16	21.6
CUKUP	23	31.1
PUAS	9	12.2
SANGAT PUAS	8	10.8
SANGAT PUAS SEKALI	9	12.2
Total	74	100

Pertanyaan Untuk Bagian Teknisi

Pertanyaan	Ya	tidak
Cukup Baikkan respons petugas pelayanan gangguan	75,3	24,7
Apakah gardu PLN di persil rutin dipelihara petugas PLN	23,4	76,6
Apakah jaringan spindel akan mengurangi gangguan	32,9	67,1
Perlu disediakan staff khusus yang mengelola listrik di daerah anda	35,1	64,9
Apakah perusahaan menggunakan sumber energi sendiri	43,4	56,6

Jenis Jasa yang Dibutuhkan Pelanggan Industri

Jenis Jasa	N	Persentase
JASA MAINTENANCE	22	28,57
JASA PEMELIHARAAN TRAFO	33	42,86
SEWA TRAFO	4	5,19
SEWA SIRKUIT BREAKER	1	1,30
SETTING PERALATAN DAN MUSIM	5	6,49
SETTING ALAT KONTROL	6	7,79
SETTING ALAT PENGAMAN	9	11,69

Frekwensi Padam Karena Kedip dan Non Kedip dan Jumlahnya (Jam) Dalam 3 Bulan Terakhir

	FREKUENSI LISTRIK PADAM(BUKAN KEDIP)	FREKUENSI LISTRIK PADAM(KEDIP)	LAMA LISTRIK PADAM (3 BULAN)
N	53	35	58
Range	9	15	29
Minimum	1	1	1
Maximum	10	16	30
Mean	2,3	3,09	4,19
Std. Deviation	1,84	3,18	5,18
Variance	3,37	10,14	26,79

**Beberapa Penyebab Gangguan Yang Terdeteksi
Pelanggan**

Penyebab Gangguan	N	Persentase
Sebab Jaringan Pemasok Wilayah	31	40,26
Sebab Sesama Pelanggan	4	5,19
Sebab Pohon	5	6,49
Sebab Cuaca	33	42,86
Sebab Lainnya	1	1,30

Seberapa Sensitif Mesin / Alat Terhadap Gangguan Kedip

	Frequency	Percent
SANGAT SENSITIF SEKALI	19	25
SANGAT SENSITIF	22	29
CUKUP SENSITIF	24	31
TIDAK SENSITIF	9	12
TIDAK ADA SENSITIF SEKALI	3	4
Total	77	100

**Apakah ada Upaya Pencegahan Terjadinya Kedip
Secara Internal**

	Frequency	Percent
YA	38	50
TIDAK	38	50
Total	76	100

Lama Pemulihan Gangguan

	Frequency	Percent
Kurang dari 1 Jam	27	36.5
1 - 2 Jam	29	39.2
Lebih dari 2 Jam	18	24.3
Total	74	100.0

**Harapan Kesesuaian Tagihan dengan Daya yang Telah
Digunakan**

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	4	5.4
TIDAK PENTING	2	2.7
CUKUP	9	12.2
PENTING	16	21.6
SANGAT PENTING	29	39.2
SANGAT PENTING SEKALI	14	18.9
Total	74	100.0

Harapan Pelayanan Pembayaran Listrik Selama Ini

	Frequency	Percent
TIDAK PENTING	2	2.7
CUKUP	9	12.3
PENTING	15	20.5
SANGAT PENTING	29	39.7
SANGAT PENTING SEKALI	18	24.7
Total	73	100.0

Kenyataan Kesesuaian Tagihan dengan Daya yang Telah Digunakan

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.4
TIDAK PUAS	1	1.4
CUKUP	27	36.5
PUAS	13	17.6
SANGAT PUAS	21	28.4
SANGAT PUAS SEKALI	11	14.9
Total	74	100.0

Kenyataan Pelayanan Pembayaran

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1.4
TIDAK PUAS	1	1.4
CUKUP	27	36.5
PUAS	13	17.6
SANGAT PUAS	21	28.4
SANGAT PUAS SEKALI	11	14.9
Total	74	100.0

Cukup Baikkah Pelayanan Loker Pembayaran di PLN

	Frequency	Percent
YA	62	84.9
TIDAK	11	15.1
Total	73	100.0

Pelayanan Loker Gangguan PLN Cukup Baik

	Frequency	Percent
YA	64	86.5
TIDAK	10	13.5
Total	74	100.0

Cukup Baikkan Pelayanan Petugas PLN Lewat Telepon

	Frequency	Percent
YA	61	81.3
TIDAK	14	18.7
Total	75	100.0

Pelayanan Petugas PLN di Nomor Telepon 123 Cukup Baik

	Frequency	Percent
YA	35	49.3
TIDAK	36	50.7
Total	71	100.0

Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan Pasang Baru

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.6
CUKUP SULIT	2	3.1
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	44	68.8
CUKUP MUDAH	13	20.3
SANGAT MUDAH	4	6.3

**Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan Pasang Baru
Tambah Daya**

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.5
CUKUP SULIT	1	1.5
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	43	65.2
CUKUP MUDAH	16	24.2
SANGAT MUDAH	5	7.6
Total	66	100.0

**Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan Pasang Baru
Paket Kencana**

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.8
CUKUP SULIT	3	5.3
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	37	64.9
CUKUP MUDAH	14	24.6
SANGAT MUDAH	2	3.5
Total	57	100.0

Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan PAKET PRIMA

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.8
CUKUP SULIT	6	10.9
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	27	49.1
CUKUP MUDAH	18	32.7
SANGAT MUDAH	3	5.5
Total	55	100.0

Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan TARIF MULTIGUNA

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.8
CUKUP SULIT	7	12.7
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	23	41.8
CUKUP MUDAH	23	41.8
SANGAT MUDAH	1	1.8
Total	55	100

Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan MUTASI

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.8
CUKUP SULIT	8	14.5
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	30	54.5
CUKUP MUDAH	16	29.1
Total	55	100

Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan PENGABUNGAN TAGIHAN

	Frequency	Percent
SANGAT SULIT	1	1.7
CUKUP SULIT	7	11.7
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	30	50
CUKUP MUDAH	15	25
SANGAT MUDAH	7	11.7
Total	60	100

Seberapa Mudah / Sulit Untuk Melakukan PENYELESAIAN KOMPLAIN

	Frequency	Percent
CUKUP SULIT	10	15.2
ANTARA MUDAH DAN TIDAK	26	39.4
CUKUP MUDAH	18	27.3
SANGAT MUDAH	12	18.2
Total	66	100

Cara Membayar Tagihan

	Frequency	Percent
ATM	1	1.3
AUTO DEBET	21	27.6
TUNAI LOKET RESMI	16	21.1
TUNAI LOKET BANK	36	47.4
LAINNYA	2	2.6
Total	76	100

Lokasi Pembayaran Tagihan PLN Kalangan Industri (I3) di Wilayah Rungkut

Lokasi	Frequency	Percent
Bank Niaga	4	5,4
Bank Mandiri	13	17,6
Bank BBD	4	5,4
Bank BCA	22	29,7
Loket PLN	21	28,4
Bank Lainnya	8	10,8
Giro	2	2,7
Total	74	100

**Harapan Biaya Yang Dibebankan PLN Untuk Pasang
baru Merupakan Harga Pantas**

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	5	7,7
TIDAK PENTING	17	26,2
CUKUP	14	21,5
PENTING	9	13,8
SANGAT PENTING	13	20
SANGAT PENTING SEKALI	7	10,8
Total	65	100

**Harapan Biaya Yang Dibebankan PLN Untuk Menambah /
Menurunkan Daya Merupakan Harga Pantas**

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	3	4,5
TIDAK PENTING	14	21,2
CUKUP	18	27,3
PENTING	11	16,7
SANGAT PENTING	13	19,7
SANGAT PENTING SEKALI	7	10,6
Total	66	100

**Harapan Antara Kesuaian Manfaat Penggunaan yang
Diperoleh dengan Biaya yang di Bayar**

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	1	1,5
TIDAK PENTING	2	3
CUKUP	15	22,4
PENTING	19	28,4
SANGAT PENTING	21	31,3
SANGAT PENTING SEKALI	9	13,4
Total	67	100

**Harapan : Informasi Yang disediakan PLN Untuk
Mengenalkan Produk- Produk dan Layanan PLN Jelas
(Mudah dimengerti)**

	Frequency	Percent
TIDAK TERLALU PENTING	3	4,6
TIDAK PENTING	4	6,2
CUKUP	16	24,6
PENTING	16	24,6
SANGAT PENTING	17	26,2
SANGAT PENTING SEKALI	9	13,8
Total	65	100

**Kenyataan : Biaya Yang Dibebankan PLN Untuk Pasang
Baru Merupakan Harga Pantas**

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1,6
TIDAK TERLALU PUAS	6	9,5
TIDAK PUAS	20	31,7
CUKUP	21	33,3
PUAS	8	12,7
SANGAT PUAS	6	9,5
SANGAT PUAS SEKALI	1	1,6
Total	63	100

**Kenyataan Biaya Yang Dibebankan PLN Untuk Menambah
/ Menurunkan Daya Merupakan Harga Pantas**

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1,5
TIDAK TERLALU PUAS	5	7,7
TIDAK PUAS	15	23,1
CUKUP	24	36,9
PUAS	11	16,9
SANGAT PUAS	8	12,3
SANGAT PUAS SEKALI	1	1,5
Total	65	100

**Kenyataan Kesuaian Antara Manfaat Penggunaan yang
Diperoleh dengan Biaya yang di Bayar**

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	1	1,5
TIDAK TERLALU PUAS	2	3
TIDAK PUAS	4	6,1
CUKUP	21	31,8
PUAS	20	30,3
SANGAT PUAS	16	24,2
SANGAT PUAS SEKALI	2	3
Total	66	100

**Kenyataan : Informasi Yang disediakan PLN Untuk
Mengenalkan Produk- Produk dan Layanan PLN Jelas
(Mudah dimengerti)**

	Frequency	Percent
SANGAT TIDAK PUAS	2	3,1
TIDAK TERLALU PUAS	5	7,8
TIDAK PUAS	5	7,8
CUKUP	23	35,9
PUAS	16	25
SANGAT PUAS	11	17,2
SANGAT PUAS SEKALI	2	3,1
Total	64	100

Pernyataan	Ya	Tidak
Perlu tenaga ahli PLN untuk menangani manajemen energi di perusahaan	14,7	85,3
Tetap menggunakan layanan PLN sebagai sumber energi jangka panjang	92,1	7,9
Ada rencana pasang baru dalam 6 bulan terakhir	3,9	69,1
Ada rencana tambah daya dalam 6 bulan terakhir	10,4	89,6
Ada rencana penurunan daya dalam waktu enam bulan kedepan	8,5	93,5
Perusahaan mempertimbangkan sumber energi alternatif	56,6	43,4

Yang Terlintas dalam Pikiran Responden Jika Mengatakan "PLN"

Yang Terlintas	Frequency	Percent	Cumulative
Dapat Diandalkan	30	39,0	39,0
Milik Pemerintah	12	15,6	54,6
Pelayanan Ala Pemerintah	10	13,0	67,6
Byar Pet / Sebentar Hidup, sebentar mati	8	10,4	78,0
Mahal	6	7,8	85,8
Kemudahan Pelayanan	4	5,2	91,0
Murah	1	1,3	92,3
Lainnya	6	9,1	100,0
Total	77	100	

Apakah Memiliki akses Internet

	Frequency	Percent
YA	47	61
TIDAK	30	39
Total	77	100

Seminar / Training Yang Pernah Diikuti dalam 1 Tahun Terakhir

Jenis Seminar	N	Percent
SEMINAR TEKNOLOGI	25	32,47
SEMINAR MANAJEMEN	37	48,05
SEMINAR MARKETING	15	19,48
SEMINAR PERPAJAKAN	15	19,48
SEMINAR EFISIENSI KERJA	34	44,16
SEMINAR LAINNYA	5	6,49

Mengenal Informasi PLN Pertama Dari

	FREKWENSI	Percentage
IKLAN TV	27	35,1
IKLAN RADIO	25	32,5
IKLAN SURAT KABAR	38	49,4
IKLAN MAJALAH	3	3,9
HOMEPAGE		0,0
CALL CENTRE	1	1,3
IKLAN RUANG LUAR	3	3,9
BROSUR	51	66,2
PAMERAN	7	9,1
PROGRAM PROMOSI	2	2,6

Media Yang Dimiliki di Perusahaan / Kantor

	Sum	Percentage
KORAN JAWA POS	55	71,43
KORAN SURABAYA POST	5	6,49
KORAN SURYA	18	23,38
KORAN KOMPAS	26	33,77
BISNIS INDONESIA	30	38,96
MEDIA YANG DIMILIKI LAINNYA	5	6,49

Tergerak Untuk Mencoba Layanan Yang Ditawarkan

	Frequency	Percent
sangat tidak tertarik	6	8,2
agak tidak tertarik	12	16,4
antara tertarik & tidak	29	39,7
tertarik	24	32,9
Sangat tertarik	2	2,7
Total	73	100

HARAPAN Responden Terhadap Layanan PLN:

HARAPAN KECEPATAN PASANG BARU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PENTING	1	1.3	1.6	1.6
	TIDAK TERLALU PENTING	8	10.4	12.5	14.1
	TIDAK PENTING	13	16.9	20.3	34.4
	CUKUP	7	9.1	10.9	45.3
	PENTING	9	11.7	14.1	59.4
	SANGAT PENTING	15	19.5	23.4	82.8
	SANGAT PENTING SEKALI	11	14.3	17.2	100.0
	Total	64	83.1	100.0	
Missing	System	13	16.9		
Total		77	100.0		

HARAPAN KECEPATAN TAMBAH DAYA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PENTING	6	7.8	9.1	9.1
	TIDAK PENTING	12	15.6	18.2	27.3
	CUKUP	8	10.4	12.1	39.4
	PENTING	11	14.3	16.7	56.1
	SANGAT PENTING	17	22.1	25.8	81.8
	SANGAT PENTING SEKALI	12	15.6	18.2	100.0
	Total	66	85.7	100.0	
Missing	System	11	14.3		
Total		77	100.0		

HARAPAN KECEPATAN TURUN DAYA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PENTING	12	15.6	18.2	18.2
	TIDAK PENTING	11	14.3	16.7	34.8
	CUKUP	10	13.0	15.2	50.0
	PENTING	12	15.6	18.2	68.2
	SANGAT PENTING	10	13.0	15.2	83.3
	SANGAT PENTING SEKALI	11	14.3	16.7	100.0
	Total	66	85.7	100.0	
Missing	System	11	14.3		
Total		77	100.0		

HARAPAN RUTINITAS CEK METERAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK PENTING	2	2.6	2.6	2.6
	CUKUP	6	7.8	7.9	10.5
	PENTING	18	23.4	23.7	34.2
	SANGAT PENTING	34	44.2	44.7	78.9
	SANGAT PENTING SEKALI	16	20.8	21.1	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	System	1	1.3		
Total		77	100.0		

HARAPAN KEANDALAN PASOKAN LISTRIK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PENTING	1	1.3	1.4	1.4
	TIDAK TERLALU PENTING	3	3.9	4.2	5.6
	TIDAK PENTING	6	7.8	8.3	13.9
	CUKUP	8	10.4	11.1	25.0
	PENTING	11	14.3	15.3	40.3
	SANGAT PENTING	21	27.3	29.2	69.4
	SANGAT PENTING SEKALI	22	28.6	30.6	100.0
	Total	72	93.5	100.0	
Missing	System	5	6.5		
Total		77	100.0		

HARAPAN KESTABILAN TEGANGAN LISTRIK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PENTING	2	2.6	2.6	2.6
	TIDAK PENTING	4	5.2	5.3	7.9
	CUKUP	8	10.4	10.5	18.4
	PENTING	8	10.4	10.5	28.9
	SANGAT PENTING	35	45.5	46.1	75.0
	SANGAT PENTING SEKALI	19	24.7	25.0	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	System	1	1.3		
Total		77	100.0		

HARAPAN KESTABILAN FREKUENSI LISTRIK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PENTING	3	3.9	4.0	4.0
	TIDAK PENTING	3	3.9	4.0	8.0
	CUKUP	8	10.4	10.7	18.7
	PENTING	13	16.9	17.3	36.0
	SANGAT PENTING	29	37.7	38.7	74.7
	SANGAT PENTING SEKALI	19	24.7	25.3	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	System	2	2.6		
Total		77	100.0		

HARAPAN PEMBERITAHUAN PLN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PENTING	4	5.2	5.3	5.3
	TIDAK PENTING	1	1.3	1.3	6.7
	CUKUP	5	6.5	6.7	13.3
	PENTING	9	11.7	12.0	25.3
	SANGAT PENTING	32	41.6	42.7	68.0
	SANGAT PENTING SEKALI	24	31.2	32.0	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	System	2	2.6		
Total		77	100.0		

HARAPAN PEMELIHARAAN JARINGAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PENTING	5	6.5	6.7	6.7
	TIDAK PENTING	5	6.5	6.7	13.3
	CUKUP	10	13.0	13.3	26.7
	PENTING	11	14.3	14.7	41.3
	SANGAT PENTING	25	32.5	33.3	74.7
	SANGAT PENTING SEKALI	19	24.7	25.3	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	System	2	2.6		
Total		77	100.0		

KENYATAAN yang Dirasakan Responden Terhadap Layanan PLN:**KENYATAAN KECEPATAN PASANG BARU**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PUAS	2	2.6	3.2	3.2
	TIDAK TERLALU PUAS	8	10.4	12.7	15.9
	TIDAK PUAS	17	22.1	27.0	42.9
	CUKUP	21	27.3	33.3	76.2
	PUAS	8	10.4	12.7	88.9
	SANGAT PUAS	6	7.8	9.5	98.4
	SANGAT PUAS SEKALI	1	1.3	1.6	100.0
	Total	63	81.8	100.0	
Missing	System	14	18.2		
Total		77	100.0		

KENYATAAN KECEPATAN TAMBAH DAYA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PUAS	1	1.3	1.5	1.5
	TIDAK TERLALU PUAS	7	9.1	10.6	12.1
	TIDAK PUAS	14	18.2	21.2	33.3
	CUKUP	22	28.6	33.3	66.7
	PUAS	9	11.7	13.6	80.3
	SANGAT PUAS	9	11.7	13.6	93.9
	SANGAT PUAS SEKALI	4	5.2	6.1	100.0
	Total	66	85.7	100.0	
Missing	System	11	14.3		
Total		77	100.0		

KENYATAAN KECEPATAN TURUN DAYA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PUAS	1	1.3	1.6	1.6
	TIDAK TERLALU PUAS	13	16.9	20.3	21.9
	TIDAK PUAS	14	18.2	21.9	43.8
	CUKUP	22	28.6	34.4	78.1
	PUAS	8	10.4	12.5	90.6
	SANGAT PUAS	3	3.9	4.7	95.3
	SANGAT PUAS SEKALI	3	3.9	4.7	100.0
	Total	64	83.1	100.0	
Missing	System	13	16.9		
Total		77	100.0		

KENYATAAN RUTINITAS CEK METERAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PUAS	2	2.6	2.7	2.7
	TIDAK TERLALU PUAS	2	2.6	2.7	5.5
	TIDAK PUAS	9	11.7	12.3	17.8
	CUKUP	15	19.5	20.5	38.4
	PUAS	9	11.7	12.3	50.7
	SANGAT PUAS	27	35.1	37.0	87.7
	SANGAT PUAS SEKALI	9	11.7	12.3	100.0
	Total	73	94.8	100.0	
Missing	System	4	5.2		
Total		77	100.0		

KENYATAAN KEANDALAN PASOKAN LISTRIK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PUAS	7	9.1	10.0	10.0
	TIDAK TERLALU PUAS	6	7.8	8.6	18.6
	TIDAK PUAS	13	16.9	18.6	37.1
	CUKUP	19	24.7	27.1	64.3
	PUAS	11	14.3	15.7	80.0
	SANGAT PUAS	8	10.4	11.4	91.4
	SANGAT PUAS SEKALI	6	7.8	8.6	100.0
	Total	70	90.9	100.0	
Missing	System	7	9.1		
Total		77	100.0		

KENYATAAN KESTABILAN TEGANGAN LISTRIK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK PUAS	1	1.3	1.4	1.4
	TIDAK TERLALU PUAS	3	3.9	4.1	5.5
	TIDAK PUAS	5	6.5	6.8	12.3
	CUKUP	19	24.7	26.0	38.4
	PUAS	13	16.9	17.8	56.2
	SANGAT PUAS	22	28.6	30.1	86.3
	SANGAT PUAS SEKALI	10	13.0	13.7	100.0
	Total	73	94.8	100.0	
Missing	System	4	5.2		
Total		77	100.0		

KENYATAAN KESTABILAN FREKUENSI LISTRIK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PUAS	5	6.5	6.9	6.9
	TIDAK PUAS	3	3.9	4.2	11.1
	CUKUP	20	26.0	27.8	38.9
	PUAS	12	15.6	16.7	55.6
	SANGAT PUAS	19	24.7	26.4	81.9
	SANGAT PUAS SEKALI	13	16.9	18.1	100.0
	Total	72	93.5	100.0	
Missing	System	5	6.5		
Total		77	100.0		

KENYATAAN PEMBERITAHUAN PLN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK TERLALU PUAS	10	13.0	13.5	13.5
	TIDAK PUAS	6	7.8	8.1	21.6
	CUKUP	14	18.2	18.9	40.5
	PUAS	11	14.3	14.9	55.4
	SANGAT PUAS	17	22.1	23.0	78.4
	SANGAT PUAS SEKALI	16	20.8	21.6	100.0
	Total	74	96.1	100.0	
Missing	System	3	3.9		
Total		77	100.0		