

Perbedaan Kualitas Pelayanan Listrik Pascabayar Dan Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Salak, Pakpak Bharat

Sugeng Arifandi Banurea¹
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Sugengarifandi9@gmail.com

Siti Aisyah²
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
sitiaisyah@uinsu.ac.id

Abstract. *PT. PLN (Persero) is a state-owned enterprise (BUMN) owned by Indonesia which is engaged in the electricity sector led by the Minister of BUMN, Mr. Erick Tohir. In this case PT. PLN (Persero) which takes care of all aspects of electricity in Indonesia. Customer satisfaction is of course a top priority in the vision and mission of PT. PLN, therefore the need to improve the quality of services provided to users. the purpose of this study is to determine the quality of services provided by PT. PLN (Persero) Salak, Pakpak Bharat to two electricity meter users, namely Prepaid and Postpaid electricity. From the results of this study it can be concluded that the quality of services provided will greatly affect customer satisfaction*

Keywords: *customer satisfaction, service quality, postpaid electricity, prepaid electricity*

Abstrak. PT. PLN (Persero) merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) yang dimiliki oleh Indonesia yang bergerak dalam bidang kelistrikan yang dipimpin oleh Menteri BUMN yaitu Bapak Erick Tohir. Dalam hal ini PT. PLN (Persero) yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada Indonesia. Kepuasan pelanggan tentunya menjadi prioritas utama dalam visi dan misi PT. PLN, maka dari itu perlunya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pengguna. tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (persero) Salak, Pakpak Bharat kepada dua pengguna meteran listrik yaitu listrik Prabayar dan Pascabayar

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan akan sangat berpengaruh pada kepuasan para pelanggan

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, kualitas layanan, listrik pascabayar, listrik Prabayar

LATAR BELAKANG

Di era serba teknologi saat ini semuanya memerlukan listrik, baik untuk keperluan pribadi maupun untuk usaha bisnis. Listrik dapat dikatakan sebagai sumber kehidupan bagi manusia, tidak hanya untuk penerangan saja, saat ini listrik menunjang segala kegiatan dan aktivitas di masyarakat.

PT. PLN (persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengurus semua bidang kelistrikan yang ada di Indonesia. Segala hal yang menyangkut tentang kelistrikan mulai dari menyediakan, menangani, dan memberikan solusi kepada para pelanggannya merupakan tanggung jawab yang di emban oleh PT. PLN (Persero). PT. PLN (Persero) telah ada di seluruh wilayah Indonesia salah satunya adalah PLN Unit Induk Wilayah Sumatera Utara yang menangani listrik di area Sumatera Utara.

Pengguna listrik dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan, hal ini , menjadi tanggung jawab PLN untuk selalu menyediakan pasokan listrik agar dapat memenuhi semua kebutuhan konsumennya, tidak hanya dalam hal pemenuhan kebutuhan tetapi PLN juga harus

Received November 2022; Revised November 2, 2022; Desember 22, 2022

*Sugeng Arifandi Banurea, sugengarifandi9@gmail.com

*Siti Aisyah, sitiaisyah@uinsu.ac.id

meningkatkan kualitas mutu pelayanannya, dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik agar dapat memuaskan para konsumen. Menurut Lovelock dan Wirtz kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang di dapatkan.

Dari data yang diperoleh di PLN hingga 2007 sistem meteran listrik yang digunakan oleh PLN adalah meteran listrik pascabayar. Listrik pascabayar adalah sebuah system meteran dimana para konsumen terlebih dahulu menggunakan jasa PLN yaitu listrik dan melakukan pembayaran di waktu yang telah di tentukan, tetapi dari beberapa tahun terakhir banyak keluhan pelanggan mengenai meteran listrik pascabayar ini. Mulai dari keterlambatan pembayaran, kesalahan pencatatan meter, dan jumlah tagihan yang tidak bisa diketahui dan menyulitkan para pelanggan dalam mengontrol penggunaan listriknya. Dari beberapa keluhan ini PT. PLN Persero telah membuat meteran baru yang dapat mengatasi beberapa keluhan pelanggan tersebut. PT. PLN Persero mengeluarkan meteran yang sekarang telah banyak digunakan masyarakat yaitu meteran listrik Prabayar. System dari meteran listrik Prabayar ini adalah pengguna terlebih dahulu membeli voucher listrik dan mengisikannya di meteran tersebut. Dengan system baru ini PT. PLN telah meminimalisir keluhan para konsumen.

Dengan adanya pengembangan terbaru dari meteran listrik ini, diharapkan dapat menjadikan kemudahan dan keuntungan bagi para pengguna listrik. Pada meteran orabayar ini konsumen dapat mengatur dan mematok jumlah pengeluarannya baik dalam perhari maupun perbulan. Dari kemudahan yang ditawarkan oleh PT. PLN ini tentunya sangat menguntungkan dan mendapat respon baik dari masyarakat. Hal ini dapat kita lihat dari tingkat penggunaanya yang semakin tahun mengalami peningkatan khususnya di wilayah Pakpak Bharat.

Table 1. jumlah pelanggan listrik pascabayar dan listrik Prabayar

Tahun	Program listrik dan jumlah pengguna	
	Pascabayar	Prabayar
2017	4.536	497
2818	4.846	1.186
2019	5.196	1.875
2020	5.478	2.942

Sumber : PT. PLN Persero Salak, Pakpak Bharat

Inovasi yang telah di berikan oleh PT. PLN ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta mempertahankan kepuasan para konsumen. Perubahan ini termasuk kedalam system startegi manajemen PT.PLN dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari sini penulis akan membuat penelitian mengenai analisis perbedaan pelayanan yang diberikan terhadap dua pengguna meteran listrik tersebut.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan listrik pascabayar; 2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan listrik Prabayar; 3. Mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan pengguna meteran listrik pascabayar dan meteran listrik Prabayar.

KAJIAN TEORITIS

Listrik Prabayar

Listrik Pra Bayar atau biasa disebut listrik terbaru dan terpintar merupakan suatu layanan yang terbaru dikeluarkan oleh PLN kepada para pelanggannya, listrik ini tentunya akan membuat para penggunaanya menjadi lebih mudah dalam mengontrol dan mengelola konsumsi listriknya hanya dengan melihat meteran digital yang disana tertera jumlah berapa kWh listrik yang tersisa dan bisa di kontrol penggunaannya.

Sistem dari listrik Prabayar ini adalah pelanggan tidak perlu ketempat pembayaran dan pencatatan meteran yang biasa dilakukan bulanan, tetapi cukup mengisi token dari penjual token terdekat atau bisa saja membeli sendiri dari beberapa aplikasi yang sudah tersedia.

Dengan meteran yang digital dan mampu memperlihatkan jumlah kWh yang dimiliki para pelanggan tentunya bisa membatasi dan menghemat pemakaiannya, tidak hanya itu dengan meteran listrik Prabayar para konsumen juga bisa mengisi kWh di meterannya sesuai dengan budget yang dimilikinya, dan juga para pelanggan tidak perlu lagi repot dengan yang namanya pencatatan meteran listrik karena dengan meteran listrik Prabayar semua menjadi serba mudah. Keistimewaan yang diberikan oleh listrik Prabayar ini sangatlah banyak, meteran ini tentunya akan menjadi meteran yang digunakan oleh seluruh masyarakat kedepannya, pihak PLN sendiri juga memastikan hal tersebut sekarang sedang di adakan pergantian meteran dari yang lama yaitu meteran pasca bayar menuju meteran terbaru yaitu Prabayar.

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

Listrik Pascabayar

Meteran Listrik pascabayar adalah meteran yang sistem penggunaannya terlebih dahulu menggunakan listrik dan pembayarannya biasa di lakukan di akhir bulan di tempat yang sudah di tentukan oleh pihak PLN atau mitra PLN yang berada terdekat dari para pelnggan. Penghitungan meteran listrik pasca bayar menggunakan meteran lama yang dari dulu sudah di gunakan.

Pembacaan jumlah penggunaan arus listrik pada meteran listrik pasca bayar dilakukan penghitungan disetiap akhir bulan, dan meteran listrik pascabayar biasanya menggunakan pencatatan berupa struk jumlah penggunaan arus dan jumlah yang harus di bayarkan.

Penggunaan meteran listrik pascabayar terkesan membuat para pelanggan tidak dapat mengontrol ppenggunaannya dikarenakan di meteran listrik pascabayar tidak tertera berapa jumlah arus listrik yang telah digunakannya sehingga banyak pengguna meteran ini kadang terkejut dengan jumlah yang harus dibayarkan di akhir bulannya. Kelebihan dari meteran listrik pascabayar ini adalah penggunaannya bisa terlebih dulu menikmati arus listriknya tanpa harus melakukan pengisian di awal dan tidak ada limit pemakaiannya. Jadi penggunaannya bisa bebas menggunakan listrik di awal.

Tinjauan Kepuasan Pelanggan

Konsep Kepuasan pelanggan sudah menjadi konsep yang sangat perlu atau utama dalam melakukan manajemen bisnis. Konsumen merupakan menjadi hal yang harus dipikirkan pertama untuk dapat memenuhi semua kemauan para pelanggan dan bisa menciptakan kepuasan kepada semua konsumen. Dalam hal manajemen bisnis kepuasan pelanggan memiliki peranan sangat penting dan perusahaan harus mampu melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan kepada produk yang mereka keluarkan yang nantinya akan menjadi penentu kelangsungan dari usaha tersebut.

Jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi maka konsumen tersebut akan loyal terhadap produk yang kita tawarkan dimana mereka telah memberikan kepercayaan melalui pemenuhan kepuasan yang dilakukan oleh perusahaan. Tanpa adanya pelanggan maka sebuah perusahaan yang bergerak tentunya akan mati atau tidak bisa berbuat apa-apa hal inilah yang menjadi fokus perusahaan untuk selalu mengembangkan produknya dan senantiasa mampu memenuhi apa yang diperlukan oleh konsumen.

Sebuah produk yang sampai kepada konsumen yang satu dengan yang lain tentunya memiliki perbedaan terhadap masing-masing pelanggan, nah disini hal tersebut merupakan menjadi tanggung jawab pihak manajemen perusahaan dalam menyatukan perbedaan penilaian konsumen sehingga bisa menciptakan suatu kepuasan yang sama diantara para konsumennya yang berbeda beda.

Sebuah perusahaan yang mampu mengelola semua masukan dari pelanggan dapat dipastikan akan menjadi pilihan para konsumen dan akan menjadikan pelanggannya percaya

serta pelanggan tersebut tidak akan berpindah ke produk lain yang serupa karena kepuasan dan harapan mereka dapat terpenuhi dengan baik.

Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah upaya yang dilakukan dalam hal pemenuhan semua keinginan dan kemauan para pelanggan atau konsumen serta kesesuaian penyampaian yang bertujuan untuk mewujudkan harapan para konsumen (Tjiptono, 2006:59).

Menurut Tjiptono (2006:59), kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat yang mengukur keunggulan yang diinginkan dan kontrol terhadap kelebihan tersebut yang tujuannya adalah untuk memenuhi kemauan pelanggan. Dengan kata lain terdapat “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Jika suatu jasa yang telah dilakukan dan dibuat sesuai dengan yang diinginkan maka penilaian orang terhadap jasa tersebut di kelompokkan kepada persepsi jasa yang baik dan memuaskan. Begitu juga apabila sebuah jasa yang sudah diterima atau dilakukan melewati keinginan para konsumen maka kualitas yang dimiliki jasa tersebut dapat dikategorikan ideal dan terbaik. Tetapi jika yang terjadi adalah sebaliknya, sebuah jasa yang diberikan dan diterima oleh konsumen lebih rendah dari yang diinginkan seharusnya maka kualitas yang diberikan oleh jasa tersebut tergolong rendah dan buruk.

Pasuraman, et. Al (1998) telah melakukan pengelompokan ada lima dimensi utama yang bersangkutan atau berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu instansi atau organisasi jasa yaitu :

1. **Tangibles (Bukti Terukur)** atau bukti fisik adalah kemampuan yang dimiliki sebuah perusahaan untuk memperlihatkan keberadaannya kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Hal yang menjadi bagian penting adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam hal pemenuhan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan dalam perusahaan tersebut, bagian ini dapat meliputi fasilitas fisik yang berupa gedung, gudang, perlengkapan serta peralatan-peralatan yang nantinya dibutuhkan dalam pengoperasiannya.
2. **Reliability (keandalan)** adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam hal pemenuhan seluruh layanan yang sebelumnya telah direncanakan dengan baik dan akurat serta dapat dipercaya. Semua kinerja para pekerja harus selaras dengan yang dijanjikan sebelumnya, hal ini meliputi dari melakukan pelayanan yang terbaik dan sama kepada semua konsumen, disiplin akan waktu, sifat yang bijak dan simpati dan mempunyai jiwa loyal yang tinggi.
3. **Responsive (ketanggapan)** adalah sebuah kemampuan dalam memberikan pelayanan dan memberikan bantuan yang responsif serta tepat pada fungsinya. Dalam hal ini indikator yang meliputinya adalah pemberian informasi yang tepat, memberikan respon cepat kepada konsumen agar tidak merusak kepercayaannya, dan mampu mengendalikan keadaan.
4. **Assurance (jaminan dan kepastian)** adalah suatu kekuatan dalam hal menumbuhkan rasa percaya dari para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik serta mengambil hatinya para konsumen, indikator dalam bagian ini antara lain, melakukan komunikasi yang baik, memberikan keamanan serta sopan santun kepada seluruh konsumen.
5. **Emphaty (Empati)** adalah dengan cara memberikan sebuah nilai tambah yang bisa saja berupa perhatian yang sedikit lebih dari seharusnya yang membuat konsumen merasa lebih di istimewa dari yang lain sehingga tercipta suatu kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tidak hanya itu perusahaan juga berusaha untuk memahami dan mengerti dengan keadaan konsumen, sehingga konsumen merasa nyaman dengan pelayanan tersebut.

Pokok dari kualitas pelayanan diatas bisa dipergunakan dalam melakukan pengukuran kepada kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang akan diberikan. Dengan adanya pengukuran berarti perusahaan akan melakukan evaluasi kinerjanya sehingga mampu

menemukan hal-hal yang perlu untuk diperbaiki, dan juga dapat menentukan standard kinerja yang harus dilakukan. Jika pelayanan yang telah dilakukan dapat memenuhi kemauan dan harapan konsumen maka dapat dikatakan pelayanan tersebut baik dan bisa dilakukan peningkatan kedepannya, dan jika pelayanan yang diberikan ternyata mampu meningkatkan loyalitas pelanggan maka pelayanan tersebut sudah sangat baik dan harus diteruskan tetapi jika suatu pelayanan menyebabkan kemerosotan maka layanan tersebut buruk dan harus dilakukan peninjauan serta perbaikan agar bisa memenuhi keinginan konsumen.

Jika ingin memberikan pelayanan yang terbaik tidak hanya dengan mengeluarkan biaya yang sangat besar dan mahal. tetapi terkadang pelayanan yang bagus dan menciptakan kepuasan pelanggan berawal dari hal-hal kecil yang membuat konsumen merasa didengar dan di turuti. Sebuah pelayanan yang baik memerlukan keyakinan dan harus memiliki komitmen untuk selalu bisa memberikan pelayanan terbaik sepenuh hati serta menumbuhkan perasaan pada semua pekerja tentang bagaimana tanggung jawab seorang pekerja terhadap pekerjaannya.

Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (satisfaction) merupakan sebuah keadaan dimana perasaan seseorang merasa senang atau kecewa yang ditimbulkan dari proses membandingkan sebuah kinerja atau produk yang dihasilkan tidak sesuai atau sesuai dengan keinginan dan harapan mereka. (Kotler, 2005). Dalam konsep ini sebuah tingkat kepuasan adalah dinilai dari keadaan yang di harapkan dan diinginkan dengan yang sesungguhnya.

Apabila sebuah hasil pekerjaan ada di bawah yang seharusnya, maka bisa dipastikan para konsumen yang menikmati hasil dari pekerjaan tersebut akan merasa tidak puas. Jika keadaan seperti itu dibiarkan akan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen dan menimbulkan kesan yang negatif kepada konsumen terhadap perusahaan, dan dapat berdampak pada penurunan jumlah konsumen dan membuat konsumen berpindah kepada penjual lain yang serupa sehingga perusahaan akan mengalami penurunan laba hingga kerugian yang mengancam kelangsungan perusahaan.

Pada dasarnya apapun bisnisnya sudah dipastikan tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan. Proses yang dilalui untuk mencapai tujuan tersebut tidak hanya dengan memperbanyak produk atau layanan yang diberikan, perusahaan tidak boleh terfokus hanya kepada kualitas dan jumlah produk atau output perusahaannya tetapi ada hal lain yang harus diperhatikan juga, menciptakan hubungan yang harmonis kepada para pelanggan merupakan fase yang perlu dikelola, ini merupakan strategi ampuh untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga mereka lebih percaya, dengan terjalinnya hubungan tersebut tentunya akan menaikkan income perusahaan yang selanjutnya sehingga menciptakan loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan, Tjiptono (1996).

Yang menjadi faktor utama dalam mempertahankan pelanggan serta menarik pelanggan baru untuk memilih produk kita adalah dengan memenuhi kepuasan mereka. Ketika sebuah perusahaan telah mampu memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumennya maka perusahaan tersebut telah berhasil memenuhi kepuasan para konsumennya. Setiap konsumen tentunya mempunyai ciri khas masing-masing baik berupa kelas sosial, pengalaman, penghasilan, maupun harapan. (Yamit, 2011, hal. 78).

Jika produk yang dihasilkan oleh perusahaan manfaatnya melebihi yang diinginkan konsumen, maka bisa dikatakan bahwa konsumen tersebut merasa puas menggunakan produk tersebut. Kepuasan para konsumen dapat kita ketahui ketika mereka sudah menggunakan produk kita tetapi kepuasan sebenarnya bukan hanya dari produk tetapi juga dari segi pelayanan yang diberikan ketika konsumen hendak memperoleh produk tersebut.

Faktor paling utama yang perlu dilakukan untuk membentuk fokus kepada pelanggan, yakni kwh-meter prabayar harus mempunyai pelayanan yang optimal. Kwh-meter prabayar harus melibatkan konsumen dalam pengembangan dan kualitas pelayanan ataupun produk agar dapat memenuhi harapan konsumen

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan menggunakan kuisioner yang akan diberikan kepada dua pengguna meteran listrik tersebut, serta melakukan observasi langsung di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini disebabkan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya suatu kepuasan yang dirasakan konsumen itu bisa diukur dengan banyak cara dan metode. Disini terdapat empat cara yang akan dipaparkan dalam mengukur kepuasan pelanggan diantaranya yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran. Pada semua organisasi yang bergerak pada pelanggan atau biasa disebut *customer service* harus mampu membuka diri untuk bisa menerima semua keluhan dan keinginan para pelanggannya hal ini bertujuan agar pihak perusahaan bisa menyesuaikan dengan yang diharapkan konsumen. Semua Informasi yang diperoleh melalui cara ini bisa memberikan inovasi dan masukan yang sangat baik untuk perusahaan guna memperbaiki segala kekurangan yang dimiliki. Tetapi cara ini dianggap pasif dan akan sulit untuk memperoleh gambaran kepuasan para konsumen, disebabkan tidak semua konsumen mau menyampaikan ketidakpuasannya.
2. *Ghost Shopping*. Cara ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli pada produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka akan menyampaikan hasil yang diperoleh mengenai kelebihan dan kekurangan yang ada pada produk tersebut.
3. *Lost Customer analysis*. Dalam hal ini pihak dari perusahaan akan menjalin komunikasi dengan para konsumen yang telah berhenti membeli dan menghubungi konsumen yang telah berpindah ke produk lain yang serupa, hal ini dilakukan adalah untuk mengetahui sebab mereka berhenti membeli dan sebab mereka berpindah ke produk lain yang nantinya akan menjadi bahan perbaikan bagi perusahaan untuk mengatasi semua kekurangannya.
4. Survei kepuasan pelanggan konsumen. Metode ini Umumnya banyak digunakan oleh para peneliti yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yang dilakukan dengan penelitian survey, baik dengan survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Hal yang paling penting dilakukan oleh perusahaan adalah menciptakan kepuasan para pelanggan terhadap produk yang di sediakannya. Kepuasan konsumen adalah sesuatu yang sangat potensial dan harus dikelola guna mempertahankan kelangsungan dari perusahaan. Skill yang dimiliki pihak manajemen perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Jika pihak manajemen perusahaan bekerja dengan baik dan memenuhi kepuasan pelanggan maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang jangka panjang dan loyal terhadap produk kita.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan ada langkah yang harus di tempuh oleh perusahaan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluative konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Dimensi kualitas layanan menurut Brady dan Conin dapat diukur berdasarkan kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil. Keberhasilan pihak perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan meiliki dampak positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Upaya dan Solusi untuk Memecahkan Masalah

Pada pokok permasalahan yang pada saat ini dihadapi oleh konsumen PT PLN (Persero) adalah seberapa puas konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di berikan terhadap kedua pengguna meteran listrik tersebut yaitu kepuasan para pelanggan meteran listrik prabayar dan pascabayar. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai kualitas dari segi pelayanan menjadi bagian yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh PT. PLN (Persero). Senjata yang ampuh dalam untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Mengapa demikian, disebabkan oleh umpan balik positif yang diberikan oleh pelanggan untuk perusahaan sangat tergantung dari penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) yang selalu berkomitmen menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini, kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat krusial dalam proses pencapaian keberhasilan dari program sebuah perusahaan. Dalam mengkaji fenomena digital dan permasalahan yang terkait dengan penerapan pada tingkat kepuasan pelanggan listrik prabayar dan listrik pascabayar.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan antara pelanggan listrik pascabayar dengan pelanggan listrik prabayar. Hasil riset memperlihatkan bahwa rata-rata dari kepuasan responden listrik prabayar lebih tinggi jika dibandingkan rata-rata kepuasan responden listrik pascabayar hal ini di sebabkan dalam program listrik prabayar tidak ada beban listrik bulanan dan minimal pemakaian, penggunaan sistem digital yang lebih akurat, pemakaian lebih terkontrol dibandingkan listrik pascabayar dimana menggunakan listrik prabayar dituntut untuk lebih hemat, pengeluaran lebih ekonomis terbukti dengan dominasi responden listrik prabayar dengan tingkat pendapatan dibawah Upah Minimum Regional (UMR) yang lebih memilih program listrik prabayar karena alasan efisiensi dalam pemakaian, privasi kehidupan pelanggan, pelanggan terlepas dari masalah kesalahan pencatatan meter dan terbebas dari sanksi pemutusan atau denda keterlambatan yang secara otomatis mengatasi keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter yang tidak akurat, dan lebih dari setengah responden listrik prabayar adalah pelanggan mutasi yang pernah merasakan program listrik pascabayar namun berpindah ke listrik prabayar karena listrik prabayar lebih efisien dan efektif serta memiliki sedikit kelemahan dalam pemakaian

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan masyarakat yang di ukur pada 5 dimensi yaitu: *reability, responsiveness, assurance, tangible* dan *emphaty* kita dapatkan bahwa pada pelanggan listrik prabayar lebih tinggi dari pada pelanggan listrik pascabayar.
2. Berdasarkan uji korelasi untuk karakteristik pelanggan pascabayar dengan kepuasan didapatkan hasil tidak ada korelasi karakteristik responden dengan kepuasan responden, sedangkan untuk pelanggan prabayar didapatkan hasil bahwa hanya karakteristik pelanggan pekerjaan dan pemakaian daya listrik yang memiliki korelasi dengan kepuasan responden.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan diketahui bahwa ada perbedaan, tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di PT PLN (Persero) Salak, Pakpak Bharat. Hasil perbandingan nilai rata-rata tingkat kepuasan pelanggan pascabayar dan prabayar secara keseluruhan menjelaskan pelanggan prabayar memiliki nilai rata-rata lebih tinggi dibandingkan dengan pelanggan pascabayar.

DAFTAR REFERENSI

- Nuranita, Silmi “AnalisaPerbandinganKwh Meter PrabayarDenganNonprabayar Di Lihat Dari SisiKeekonomisannya Di PT. PLN (Persero)” Skripsi, 2012.
- Masram, Mu’ah. 2014. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Publisher, Sidoardjo.
- Salahuddin “Perbandingan Energy ListrikKwhPrabayarDenganPascabayar” *Jurnal Energy Elektrik* Vol. V

- Saktiani.2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 4 No. 2, ISSN 2442-6962
- Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Pranada Media, Jakarta..
- Fuady, M, 2015. *Perseroan Terbatas: Paradigma Baru*, Penerbit PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Haryanto, Farid Firmansyah.2019. *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan &Loyalitas Pelanggan*. Duta Media, Pamekasan.
- Candrianto, 2021.*Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. CV. Literasi Nusantara Abadi, Malang.
- Agus, Nufal Harif. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Scopindo, Surabaya.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo, Jakarta.
- Purboyo, Suwandi. 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Media Sains Indonesia, Bandung.