

Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan

Muhammad Nur

Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Informatika Nasional

Email: nurpare@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui kualitas pelayanan prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yakni wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan analisis data kualitatif model kolaboratif Miles and Hiberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Prima PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan dapat disimpulkan baik melalui sepuluh indikator kualitas pelayanan prima yakni tangible (bukti fisik), *Realibility* (Pantas), *Responsiveness* (daya tanggap, kesediaan melayani), *Competence* (ahli), *Courtesy* (perkataan sopan dan ramah), *Security* (aman), *Access* (Mudah), *Communication* (Informasi), *Understanding* (Empati).

Kata Kunci: *Kualitas, Pelayanan Prima*

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of excellent service at PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. This type of research uses a qualitative approach. Data collection techniques are interview and observation. Data analysis used qualitative data analysis of Miles and Hiberman collaborative model that is data collection, data reduction, data presentation and conclusion. The results showed that the excellent service quality of PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan can be concluded either through ten indicators of excellent service quality ie tangible (physical evidence), Realibility, Responsiveness, Competence, Courtesy (polite and friendly), Security, Access, Communication, Understanding (Empathy).

Keywords: Quality, Excellent Service

PENDAHULUAN

Di sektor publik ada tiga fungsi pelayanan yang dilakukan pemerintah, yakni: *environmental service*, *development service*, dan *protective service*. Pelayanan oleh pemerintah dibedakan berdasarkan siapa yang menerima layanan tersebut, apakah pihak individu atau pihak kelompok (Prasetyani, 2009). Kemudian konsep barang layanan terdiri dari barang privat (*private goods*) dan barang layanan kolektif (*public goods*). Pelayanan prima adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan. Layanan prima di dalam dunia bisnis disebut juga sebagai *excellent service* (Akib, Guntur, &

Salam, 2016; Akib & Salam, 2016; Saggaf, Salam, Kahar, & Akib, 2014; Salam, Rosdiana, Suarlin, & Akib, 2014). *Excellent service*, *customer service*, dan *customer care* pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada konsep pendekatannya saja. Namun yang paling penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, minimal harus ada tiga hal pokok, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyesuaian kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaannya. Sederhananya, pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan **dan** kualitas. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli.

Perlu mempelajari konsep pelayanan prima. Konsep ini sangat penting terlebih jika Anda adalah orang yang berhadapan dengan customer secara langsung atau disebut sebagai *frontliner* seperti kasir, *waiters*, *customer service*, dan sebagainya. Pelayanan prima sebagaimana yang kita pahami sebagai pelayanan yang sangat baik atau terbaik, namun dalam mengimplementasikan bukan tanpa masalah berbagai masalah yang dihadapi diantaranya sulitnya para aparatur pemerintah memposisikan diri sebagai pelayan publik tetapi lebih merasa sebagai orang yang dilayani bukan sebagai pelayan. Selain itu, masalah yang besar adalah sikap atasan yang kurang memiliki komitmen terhadap pelayanan masyarakat. Kondisi pelayanan pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan sudah memiliki fasilitas yang cukup memadai dalam menunjang pelayanan itu sendiri, para pegawai pun sangat ramah kepada para pelanggan, meskipun ada beberapa pegawai yang bersikap santai meski dalam jam kerja, sadar maupun tidak hal tersebut dapat mempengaruhi pelayanan prima pada citra PLN itu sendiri.

Seiring berkembangnya era global saat ini, masyarakat menuntut adanya peningkatan kualitas kinerja, salah satunya kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas atau sering disebut pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan. Pelayanan prima di sebuah perusahaan maupun instansi penting dilakukan. Karena dengan adanya pelayanan yang terbaik yang diberikan akan memberikan citra dan nama baik bagi kantor tersebut.

Pelaksanaan pelayanan prima memerlukan dukungan Sumber Daya Manusia (SDM), yaitu pegawai atau karyawan yang handal dan siap, maksudnya pegawai yang mampu menguasai apa yang dikerjakan juga mampu mengoperasikan segala alat pendukung maupun sistemnya. Hal ini disebabkan pegawai atau karyawan tersebut yang akan melaksanakan pelayanan prima, terutama ketika berhadapan langsung dengan konsumen atau masyarakat. Oleh karena itu kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) para pegawai yang ada di kantor perlu ditingkatkan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan para pegawai adalah para pegawai diberikan arahan dan training mengenai pentingnya pelayanan prima. Karena pelayanan prima merupakan upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau *customer*. Kenyataannya yang sering terjadi, organisasi atau kantor belum memperhatikan pelayanan prima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengamatan (observasi), wawancara, yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai tinjauan dalam melayani pelanggan atau *customer*. Sedangkan teknik analisis data yaitu reduksi data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Tangible (nyata)

Segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastik. Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1985) yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa tampilan pegawai, segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. Kenyataan di lapangan dari tampilan para pegawai sangat menunjukkan bahwa tampilan sebagai petugas pelayanan yang profesional, baik pendapat dari para responden (pelanggan) yang berpendapat para pegawai berpenampilan sopan, dan juga rapi dalam melayani. Berdasarkan observasi dan narasumber juga berpendapat bahwa segala yang diberikan kepada pelanggan apalagi dalam proses pelayanan selalu memberikan yang terbaik apa lagi dari segi tampilan dan fasilitas.

Sesuai dengan pendapat (Johnson, Hu, & Maltz, 2007) menjelaskan:

“Citra diri adalah konsepsi anda sendiri mengenai orang seperti apa diri anda. Penampilan adalah bentuk citra diri yang terpancar dari diri seseorang dan merupakan sarana komunikasi antara kita dengan orang lain. Berpenampilan menarik adalah salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang berhubungan dengan orang lain. Orang lain akan merasa nyaman, betah, dan senang jika penampilan diri kita enak dipandang.”

Sedangkan, berdasarkan hasil wawancara dengan Sekretaris Manager PLN Rayon Makassar Selatan (tanggal 2 Maret 2017) mengatakan bahwa:

“Para pegawai disini telah diwajibkan berpakaian rapi, sopan dan bersih. Setiap harinya ada pakaian uniform yang wajib dikenakan di hari tertentu, sebenarnya berpakaian biasa juga bisa pada hari selasa dan jumat”

Jadi dari pendapat beberapa ahli dan hasil wawancara dapat disimpulkan PT PLN Persero Rayon Makassar Selatan telah memberikan penampilan dan performa yang terbaik untuk pelanggan.

Reliability (pantas)

Reliability (pantas) Mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janji (iklan-nya). reliability (kepercayaan)

juga merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, dari kutipan artikel kualitas pelayanan berpendapat “*reliability to perform the promised service dependably this means doing it right, over a period of time*” (keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten).

Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan PT PLN Rayon Makassar Selatan benar telah menerapkan sistem pelayanan yang tepat untuk pelanggannya, adapun tanggapan negatif dari pelanggan terkadang dikarenakan *miss communication* dengan pihak PLN sendiri, juga beberapa yang kurang mengerti mengenai sistem.

Responsiveness (kesediaan melayani)

Responsiveness atau daya tanggap yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan. *Responsiveness* yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Dilihat dari kenyataan yang terjadi dilapangan mengenai kesigapan pegawai dalam melayani cukup terlihat jelas dari penanganan setiap *complaint* yang masuk menjadi prioritas untuk segera ditangani, guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sesuai pada buku manajemen pelayanan publik oleh Pranata (2013) menyatakan peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara terus-menerus dalam rangka menjaga kepuasan konsumen.

Competence (ahli)

Setiap pegawai perusahaan/ instansi memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu. Kenyataan yang terdapat dilapangan rata-rata responden dan juga narasumber sependapat bahwa pegawai pelayanan bekerja sesuai dengan bidangnya, memiliki pengetahuan dan menguasai bidangnya meskipun didukung dengan fasilitas dan sistem yang baik, pengetahuan dan skill menjadi tolak ukur utama untuk mendukung kinerja dan kepuasan pelanggan. Seperti pada buku manajemen sumber daya manusia perusahaan Robert J. Eaton, CEO Chrysler Corporation, Amerika Serikat berpendapat “the only we can beat the competition is with people”. Pernyataan Eaton ini seakan-akan hendak menegaskan bahwa di tengah-tengah pesatnya kecanggihan teknologi, ternyata peran SDM dalam menentukan keberhasilan perusahaan tidak bisa diabaikan. Ibarat pepatah, SDM merupakan sumber daya saing yang tak lekang oleh panas, tak lapuk oleh hujan. Maka dari itu pegawai ditempatkan sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan dimiliki, hingga pengetahuan maupun keterampilan yang dimiliki tersalurkan dengan baik.

Courtesy (perkataan sopan dan ramah)

Menurut Parasuraman et al., (1985) yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan. Berdasarkan teori dengan kenyataan dilapangan yang mengharuskan para pegawai dapat berkomunikasi dengan baik sudah sinkron dapat dilihat dari observasi langsung maupun tanggapan dari responden.

Credibility (yakini)

Menurut hasil penelitian dari Berry & Parasuraman (1992) yaitu jujur dan dapat dipercaya. Disini menyangkut nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sikap jujur, transparan atas sistem maupun informasi yang patut diketahui oleh pelanggan wajib di komunikasikan kepada masyarakat (pelanggan) dapat menjadi identitas dari instansi tersebut agar menjadi kebanggaan. Selain itu dalam kutipan pada buku Membangun Psikologi Kerja dan Aplikasi Etika Profesional.

Secure (keamanan)

Menurut Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1990) yaitu aman (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Selain pihak PLN yang bersifat jujur dan terbuka, petugas PLN juga harus memberikan rasa nyaman terhadap pelanggannya agar pelanggan dapat bersifat terbuka atas segala permasalahan yang dihadapi, selain itu sarana maupun prasarana yang diutamakan untuk memberikan kenyamanan untuk masyarakat (pelanggan) dalam proses pelayanan.

Access (mudah)

Menurut Berry & Parasuraman (1992) yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi. Berdasarkan hasil observasi langsung lokasi PLN Rayon Makassar Selatan mudah dijangkau selain berada tidak jauh dari pusat kota juga berada di pinggir jalan utama yang dilewati oleh berbagai kendaraan umum, begitupun tanggapan dari responden yang rata-rata sependapat. Selain itu menurut Salvador Ferrer (2005) kualitas jasa atau pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berarti PLN Rayon Makassar Selatan benar memprioritaskan mulai dari pelayanan yang diberikan hingga akses lokasi untuk memudahkan pelanggan.

Communication (informasi)

Menurut Akib, Rifdan, & Guntur (2015) yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Menurut teori dan kenyataan dilapangan PLN selalu memberikan informasi yang dapat dijangkau masyarakatnya,

baik melalui social media, surat edaran, pemberitahuan, sms *blast*, maupun himbauan langsung mengenai hal-hal yang harus disosialisasikan. Terdapatnya juga kotak saran untuk memberikan kepedulian atas keluhan maupun *feedback* dari pelanggan atas pelayanan yang diberikan yang kemudian dijadikan pedoman untuk memperbaiki kinerja agar lebih baik.

Understanding (empati)

Menurut Parasuraman et al. (1985) yaitu upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan. meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Menurut Berry yang dikutip oleh Alma (2004: 293) menyatakan empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada tanggapan responden, wawancara maupun observasi langsung dapat dikatakan hasilnya memuaskan karna PLN benar benar mengutamakan kenyamanan dan kebutuhan pelanggan seperti komunikasi dijalin dengan baik, disediakannya kotak saran juga pelayanan 24 jam.

SIMPULAN

Pelaksanaan pelayanan prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan sudah diusahakan dengan optimal oleh setiap petugas pelayanan dapat sehingga dapat disimpulkan baik melalui sepuluh indikator kualitas pelayanan prima yakni *Tangible* (bukti fisik), *Realibility* (Pantas), *Responsiveness* (daya tanggap, kesediaan melayani), *Competence* (ahli), *Courtesy* (perkataan sopan dan ramah), *Security* (aman), *Access* (Mudah), *Communication* (Informasi), *Understanding* (Empati).

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, H., Guntur, M., & Salam, R. (2016). Civitas Academic Perception of “Blissful Services” for Recipient Postgraduate Program State University of Makassar, Indonesia. In *International Conference on Public Organization VI (ICONPO VI)* (pp. 340–350). Thammsat University, Tha Prachan Campus.
- Akib, H., Rifdan, & Guntur, M. (2015). Quality improvement strategies of academic services and student affairs at the Graduate Program State University of Makassar, Indonesia. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(4), 2019–2027. Retrieved from <http://www.serialsjournals.com/serialjournalmanager/pdf/1441694797.pdf>
- Akib, H., & Salam, R. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Importance Performance Analysis (IPA) pada Kecamatan Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Scientific Pini*, 2(April 2016), 16–20.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1992). Prescriptions for a service quality revolution in America. *Organizational Dynamics*, 20(4), 5–15. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(92\)90071-T](https://doi.org/10.1016/0090-2616(92)90071-T)
- Johnson, D., Hu, Y., & Maltz, D. (2007). *The dynamic source routing protocol (DSR) for mobile ad hoc networks for IPv4*.

- Parasuraman, A., Zeithaml, A. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.pdf. *Journal of Marketing*, 49, 41–50.
- Pranata, Y. (2013). Pemerintahan Daerah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(1), 197–205.
- Prasetyani, N. (2009). Analisis Kinerja Pelayanan Publik Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Demak. program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Saggaf, S., Salam, R., Kahar, F., & Akib, H. (2014). Pelayanan Fungsi Administrasi Perkantoran Modern. *Jurnal Ad'ministrare*, 1(1), 20–27.
- Salam, R., Rosdiana, Suarlin, & Akib, H. (2014). The Impact of Policy on Region Expansion to Office Administrative Services in Barombong Subdistrict of Gowa District. In *International Conference on Mathematics, Science, Technology, Education and their Applications (ICMSTEA) 2014*.
- Salvador Ferrer, C. M. (2005). La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio universitario: características del servicio y habilidades profesionales. *Papeles Del Psicólogo*, 26(90).
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.