

PENGARUH IMPLEMENTASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN BATAM

Narti Eka Putra

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Putera Batam,
Kepulauan Riau
Email : nartiekaputria@gmail.com

ABSTRACT Customers PLN Batam continues to increase, so it is necessary technological tools to assist the process of improving customer service, poor quality of their services led to many customers complaining against PLN Batam services. Customers expect satisfaction with service PLN Batam quality products provided to customers are not in accordance with the wishes of the customer, so that customers feel aggrieved, it is necessary to apply information technology, the quality of service that the company's goal is achieved, Managed poorly, it can lead to miscommunication occurred between the PLN and the Government, because PLN is a limited liability company. The purpose of this study was to obtain an overview of the implementation of Informat technology in providing information needed for customer PT. PLN Batam, and gain an overview of the services provided to the customer PT. PLN Batam. To obtain an overview of customer satisfaction with PT. PLN Batam, to memperolehgambaran implementation of Information Technology to customer satisfaction PT. PLN Batam. To find out how much the level of quality services that include Tangible, realibility, Responsiveness, Assurance, and Empathy towards customer satisfaction PT. PLN Batam. Methods The study design using descriptive and correlation. Descriptive method is a type of research that provides an overview or description of a situation as clearly as possible without any treatment of the studied projects. While the study design korelasil, useful for understanding behavior, whether it is human behavior or other living things, or it could be the behavior of objects that are the objects of research, can be done by looking at whether a particular variable on the object to be examined relating to certain other variables. The findings of this study to get the results that the implementation of information technology to provide accurate information to customers PT. PLN, as well as the quality of services provided by PT. PLN Batam to qualified customers at this time, if eligible implementation of Information Technology. And if all the independent variables are met it will increase customer satisfaction PT. PT. PLN Batam according to the value of contributions, so the customer PT. PLN Batam are satisfied with the implementation of information technology and quality services applied in PLN Batam.

Keywords: *Satisfaction, Quality of Service, Information Technology.*

I. LATAR BELAKANG

PT. PLN Batam merupakan perusahaan listrik dengan kondisi organisasi yang cukup unik. Sebagai perusahaan swasta namun memiliki status sebagai anak perusahaan dari perusahaan listrik negara dengan sistem manajemen sumber daya manusia yang sudah terintegrasi sepenuhnya, PT. PLN Batam menjalankan kebijakan secara parsial dan mengemban tugas untuk turut mendukung kemajuan wilayah layanannya. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dewasa ini memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis, menurut jogiyanto (2008:18) sistem teknologi informasi memberikan lima peran utama didalam organisasi, yaitu untuk meningkatkan: efisiensi, efektifitas, komunikasi, kalaborasi, kompetitif.

Peranan TI dalam berbagai aspek kegiatan bisnis dapat dipahami karena sebagai sebuah teknologi yang menitik beratkan pada pengaturan sistem informasi dengan penggunaan komputer. Teknologi informasi dapat memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan cepat, tepat waktu, relevan dan akurat. Era globalisasi sekarang ini, menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Ditengah berbagai kendala yang ada, PLN Batam melakukan peningkatan pelayanan kepada seluruh pelanggan dan masyarakat Batam dengan senantiasa mempertahankan fokus untuk menjadi perusahaan energi terbaik. Tahun 2010 Indeks Customer Satisfaction (ICS) meningkat menjadi 75,19 dari tahun 2009 yang 64, 92. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT PLN Batam akan berkaitan dengan tingkat loyalitas pelanggan dan berujung pada peningkatan keunggulan kompetitif serta peningkatan profit perusahaan dan penurunan pada ketidakpuasan pelanggan.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menghasilkan kepuasan pelanggan adalah dengan cara mendengarkan pendapat dan masukan dari pelanggan itu sendiri mengenai produk dan layanan yang selama ini telah diberikan. Mengetahui sejauh mana persepsi dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang telah diberikan sangatlah penting. Oleh karena itu perusahaan perlu mengukur kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dengan bertanya kepada mereka. Karena, itulah banyak perusahaan tidak lagi hanya menggunakan complain pelanggan sebagai dasar, melainkan mulai mengadopsi mekanisme kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur kepuasan pelanggan.

PT. PLN Batam merupakan salah satu anak perusahaan PT. PLN (Persero) perusahaan milik negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN Batam menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN Batam. Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN Batam kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang cukup, merata, dan bermutu.

Untuk itu PT. PLN Batam memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang / tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas / pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN Batam kepada masyarakat harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta untuk meminimalisasikan masalah.

Sesuai keputusan surat keputusan DIRJEN LPE No. 363-12/20/600.3/2008 tentang Standar Mutu Pelayanan, yang disediakan oleh PT Pelayanan Listrik Nasional Batam. Berikut adalah deklarasi Standar Mutu Pelayanan Periode Triwulan II 2012 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Standar Mutu Pelayanan

No	Uraian Uraian	Satuan	Tolok Ukur 2012				
			Nagoya	Tiban	Batu Aji	Batam Center	Prima
1	Tegangan Tinggi Di Titik Pemakaian	KV	0	0	0	0	0
2	A. Tegangan Menengah Di Titik Pemakaian Tertinggi	KV	0	0	0	0	20.5
	B. Tegangan Menengah Di Titik Pemakaian Terendah	KV	0	0	0	0	19
3	A. Tegangan Rendah Di Titik Pemakaian Tertinggi	Volt	229	232	230	230	0
	B. Tegangan Rendah Di Titik Pemakaian Terendah	Volt	198	198	198	198	0
4	A. Frekwensi Di Titik Pemakaian Tertinggi	Cps	50.25	50.25	50.25	20.25	50.26
	B. Frekwensi Di Titik Pemakaian Terendah	Cps	49.75	49.75	49.75	49.75	49.76
5	Lama Gangguan Per Pelanggan	Jam/Bulan/Plg	7	7	6	6	6
6	Jumlah Gangguan Per Pelanggan	Kali/Bulan/Plg	3	4	4	4	4
7	Kecepatan Pelayanan Sambungan Baru TM	Hari Kerja	0	0	0	0	0
8	I. Kecepatan Pelayanan Sambungan Baru TR (Perluasan Jaringan /JTR)	Hari Kerja	15	14	15	14	15
	II. Kecepatan Pelayanan Sambungan Baru TR (Tanpa Perluasan Jaringan /JTR)	Hari Kerja	4	4	4	4	4
9	Kecepatan Pelayanan Perubahan Daya TM	Hari Kerja	0	0	0	0	4
10	I. Kecepatan Pelayanan Perubahan Daya TR (Dengan Perluasan)	Hari Kerja	5	5	5	5	6
	II. Kecepatan Pelayanan Perubahan Daya TR (Tanpa Perluasan)	Hari Kerja	4	4	3	4	5
11	Kecepatan Menanggapi Pengaduan Gangguan	Jam	2	2	2	2	2
12	Kesalahan Pembacaan KWh Meter	Kali/TW/Plg	1	1	1	1	0
13	Waktu Koreksi Kesalahan Rekening	Hari Kerja	1	1	1	1	1

Sumber: PT. PLN Batam

Berdasarkan keputusan Menteri Negara Penanaman Modal dan Pembinaan BUMN, selaku pemegang saham PT PLN (Persero) dalam surat No S-23/M-PM-PBMUN/2000 tanggal 23 agustus 2000, pada tanggal 3 Oktober 2000, pengelolaan bisnis ketenagalistrikan di Batam dipercayakan kepada PT Pelayanan Listrik Nasional Batam (PT PLN Batam) dengan status sebagai anak perusahaan PT PLN (Persero). PT. PLN Batam melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan pembayaran rekening listrik, pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter, dan sebagainya. Demi terselenggaranya penyaluran aliran listrik, dibutuhkan sarana penghubung berupa saluran transmisi, sedangkan jasa yang disalurkan berupa tenaga listrik.

PT. PLN Batam melaksanakan kegiatan pembangunan di segala bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang kelistrikan. Pembangunan PT. PLN Batam tidak semata-mata dimaksudkan untuk mencari keuntungan laba semaksimal mungkin, tetapi cenderung untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan PT. PLN Batam tetap berjalan walaupun menggunakan biaya yang sangat mahal. Hal ini disebabkan oleh

adanya karakteristik pembangunan listrik yang memiliki daya dorong ke belakang (Backward Linkage) dan daya dorong ke depan (Forward Linkage) yang relatif besar. PT. PLN Batam harus menempatkan diri seimbang di antara dua kepentingan yang dominan, yaitu :

1. Sebagai perusahaan, PT. PLN Batam secara kontiniu perlu memperoleh keuntungan ekonomis untuk dapat dan mampu meningkatkan mutu dan jumlah pelayanan listrik untuk umum.
2. Sebagai salah satu komponen pembangunan wilayah layanannya, PT. PLN Batam mengemban tugas untuk menyediakan pelayanan tenaga listrik di seluruh wilayah Batam yang tidak selamanya memberikan keuntungan ekonomis.

Sejalan dengan hal di atas, PT. PLN Batam berupaya untuk berperan :

1. Sebagai pendorong, penggerak dan penunjang pembangunan daerah Batam;
2. Sebagai sarana peningkatan produktivitas dan efisiensi.
3. Sebagai penunjang lancarnya kegiatan perekonomian dan pemerintahan.

Kebutuhan akan jasa listrik di Batam dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan. Peningkatan akan dibutuhkannya jasa listrik ini merupakan dampak yang positif untuk menunjang tersaluranya potensi yang dimiliki PT. PLN Batam. Secara umum, pelayanan jasa listrik pada PT. PLN Batam didominasi oleh pelayanan pembayaran rekening listrik. Semua ini terkait dengan adanya penggunaan teknologi informasi.

Permasalahan dibatasi pada variabel yang diteliti, yaitu peranan implementasi teknologi informasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah para pelanggan . Berikut ini merupakan perumusan masalah yang penulis ambil sesuai dari latar belakang :

1. Bagaimanakah implementasi teknologi informasi memberikan informasi yang akurat bagi pelanggan pada PT. PLN Batam?
2. Bagaimanakah kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan pada PT. PLN Batam ?
3. Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada PT. PLN Batam?
4. Bagaimanakah peranan implementasi teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Batam?
5. Bagaimanakah kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Batam?

6. Bagaimanakah peranan implementasi teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Batam ?

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai implementasi teknologi informasi dalam memberikan informasi yang dibutuhkan bagi Pelanggan PT. PLN Batam
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan PT. PLN Batam
3. Untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan terhadap PT. PLN Batam
4. Untuk memperoleh gambaran implementasi Teknologi Informasi terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN Batam
5. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kualitas pelayanan jasa yang meliputi Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN Batam
6. Untuk mengetahui peranan Teknologi Informasi dan kualitas layanan jasa terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN Batam.

Teknologi Informasi

Williams, sawyer (2007: 4) dalam bukunya menyatakan teknologi informasi (TI) adalah istilah umum yang menjelaskan teknologi apapun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan atau menyebarkan komunikasi. TI menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video. Contoh Ti bukan hanya berupa komputer pribadi, tetapi juga telepon, TV, peralatan rumah tangga, dan peranti genggam modern. Terdapat dua komponen dalam TI yaitu komputer dan Komunikasi.

1. Teknologi Komputer

Adalah mesin yang bisa diprogram dan memiliki beragam fungsi untuk menerima data baik data mentah maupun angka, lalu memprosesnya atau mengubahnya kedalam bentuk informasi yang bisa dimanfaatkan. Tujuan penggunaan komputer adalah memecahkan masalah secara lebih cepat supaya

produktivitas bisa meningkat. Menurut buku Computer annual Robert H. Blissmer (dalam sutarman, 2009: 2) komputer adalah suatu alat elektronik yang mampu melakukan bebrapa tugas sebagai berikut:

- a. Menerima input
- b. Memproses input tadi sesuai dengan programnya
- c. Menyimpan perintah-perintah dan hasil dari pengolahan
- d. Menyediakan output dalam bentuk informasi

Berdasarkan defenisi tersebutm dapat disimpulkan bahwa komputer adalah:

1. Alat elektronik yang membaca input data dan melakukan perhitungan numerik.
2. Alat yang dapat membaca input data dan mengolahnya sesuai dengan program yang ditetapkan untuk menghasilkan Informasi yang merupakan output hasil pemrosesan input data.
3. Alat yang dapat melakukan penyimpanan data yaitu program, input maupun output hasil pengolahan data
4. Alat yang bekerja secara otomatis sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan dalam program.

2. Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi atau teknolgi telekomunikasi terdiri dari sistem dan peralatan elektromagnetik untuk berkomunikasi jarak jauh seperti telepon, radio, televisi, dan TV kabel. Seiring perubahan zaman, ditemukan pula sistem komunikasi antar komputer yang dikenal dengan istilah online. Dalam hal ini online berarti menggunakan komputer atau sumber informasi lain yang terhubung ke jaringan untuk mengakses informasi dan layanan dari komputer lain atau sumber informasi lainnya. Jaringan itu sendiri adalah sistem komunikasi yang menghubungkan dua komputer atau lebih.

Untuk bisa melakukan telekomunikasi, ada beberapa komponen yang mensukungnya yaitu:

- a. Informasi : merupakan data yang dikirim atau diterima seperti suara, gambar, file, tulisan.
- b. Pengirim : merubah informasi menjadi sinyal listrik yang siap dikirim

- c. Media transmisi : alat yang berfungsi mengirimkan dari pengirim kepada penerima. Karna dalam jarak jauh, maka sinyal pengirim diubah lagi atau dimodulasi agar dapat terkirim jarak jauh.
- d. Penerima : menerima sinyal listrik dan merubah kedalam informasi yang bisa dipahami oleh manusia sesuai yang dikirimkan.

Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Tjiptono (2008: 68) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan,yaitu :

1. Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
4. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
5. Tangibles atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Untuk lebih menjelaskan pembahasan mengenai dimensi SerQual (Service Quality) maka di bawah ini dijabarkan secara mendetail mengenai kelima dimensi konsep Service Quality. Antara lain :

1. Reliability (Kehandalan)

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar juga harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, time schedule perlu disusun dengan teliti. Indikator yang dapat diukur dari Reliability adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
- c. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan.

2. Responsiveness (Ketanggapan)

Para anggota perusahaan harus memerhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam hal cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan. Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Indikator yang dapat diukur dari responsiveness adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Pelayanan yang tepat pada pelanggan.
- c. Keinginan untuk membantu pelanggan.

3. Assurance (Jaminan)

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor security, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus

bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang. Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Selain kedua faktor yang telah dijelaskan di atas, ada indikator dari pengukuran Assurance seperti yang terdapat di bawah ini :

- a. Karyawan memberi tahu konsumen, apa pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan.
- b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.

4. Empathy (Empati)

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan harus “kalah” dan harus “mengiyakan” pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan. Hal ini menyangkut apa yang dirasakan konsumen ketika berkomunikasi dengan karyawan. Indikator pengukuran dari Empathy seperti di bawah ini:

- a. Karyawan memberi kesempatan bertanya pada pelanggan.
- b. Karyawan memberi perhatian penuh saat berhubungan dengan pelanggan.
- c. Karyawan memahami keperluan yang khusus dari pelanggan.

5. Tangibles (Bukti Fisik)

Adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan

yang diberikan oleh pemberi jasa. Indikator yang dapat diukur dari tangible adalah sebagai berikut :

- a. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan :
 1. Kondisi gedung.
 2. Kondisi sarana penunjang kegiatan sehari-hari.
- b. Penampilan dalam perusahaan :
 1. Kondisi kebersihan.
 2. Suasana dalam gedung.
 3. Sirkulasi udara (ventilasi).
 4. Pencahayaan dalam ruangan.
 5. Jumlah loket yang tersedia.
 6. Poster, spanduk atau brosur sebagai sarana penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.

Elemen-elemen kualitas pelayanan yang telah disebutkan di atas, harus diramu dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan karena perbedaan persepsi tentang wujud pelayanan yang diberikan mengalami perbedaan dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler (2007: 53), pemasaran produk/jasa yang dihasilkan tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif.

Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan oleh perusahaan, menyiapkan pelayanan prima, memberi harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa itu kepada pelanggan. Pemasaran internal menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melatih dan memotivasi pegawainya untuk melayani pelanggan dengan baik. Pemasaran interaktif menggambarkan keahlian pegawai dalam melayani pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kuswadi (2004: 17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu :

- a. Mutu produk atau jasa
Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Contohnya jaringan listrik PT. PLN yang cukup luas dan terjangkau.

b. Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

c. Harga

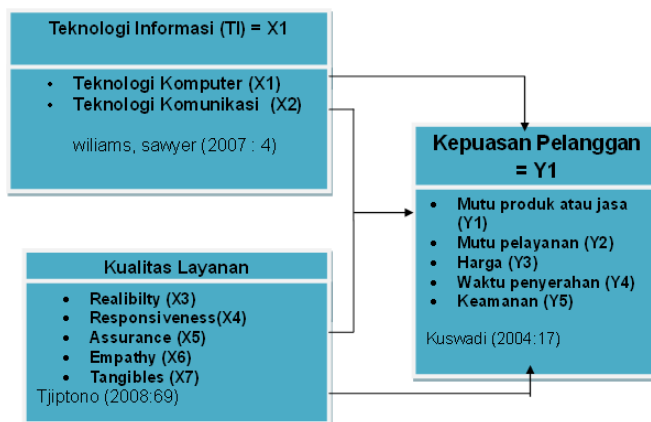
Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya bila PT. PLN (Persero) tidak menaikkan tarif listrik maka pelanggan akan memberikan nilai yang baik atau harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan.

d. Waktu penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

e. Keamanan

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Berikut hipotesis yang dapat di ambil

1. Implementasi teknologi informasi memberikan informasi yang akurat bagi pelanggan PLN
2. Kualitas layanan yang diberikan oleh PLN Batam kepada pelanggannya berkualitas.
3. Pelanggan PLN Batam merasa puas

4. Implementasi teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Batam
5. Kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PLN Batam
6. Implementasi teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Batam

II. PEMBAHASAN

Populasi dan Sampel.

Populasi dari Pelanggan PLN Batam berjumlah 63.383. Populasi ini di ambil khusus untuk pelanggan yang berdomisili di Batu Aji Kota Batam.

Setelah dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sampel yang diperoleh sebesar 99,84 maka dibulatkan menjadi 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode random sampling, yaitu metode pengambilan sampel secara acak ke tiap-tiap lokasi berbeda berdasarkan tingkat kecamatan. Jumlah 100 reponden diambil dengan purposive random sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Hasil Uji Pengaruh

1. Hasil Uji R dan R Square

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa&Ashari, 2005: 125).

Tabel 7. Model Summaryb

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.726 ^a	.527	.517	1.61503	.527	54.040	2	97	.000	1.540

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel "Model Summary" dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Implementasi Teknologi Informasi berpengaruh sebesar 51,7% terhadap kepuasan pelanggan PLN Batam, sedangkan 48,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

2. Hasil Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Analisis uji t juga dilihat dari tabel "Coefficient".

Tabel 8. Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.780	1.466		3.260	.002		
	Teknologi Informasi	-.089	.050	-.169	-1.762	.081	.528	1.894
	Kualitas Layanan	.346	.040	.832	8.655	.000	.528	1.894

Dalam penelitian ini, hasil regresi menggunakan Standardized Coefficients, persamaan linier dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 4.780 - 0,89X1 + 0,346X2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel Implementasi teknologi informasi mempunyai arah koefisien yang bertanda negatif terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Nilai konstanta sebesar 4,780; artinya jika variabel teknologi informasi (X1) dan kualitas layanan (X2) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel kepuasan masyarakat (Y) nilainya adalah 4.780
- c. Koefisien regresi variabel teknologi informasi (X1) mempunyai nilai sebesar - 0,89; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel teknologi informasi mengalami penurunan satu skor, maka akan menurunkan kualitas layanan sebesar – 0,89. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara teknologi informasi dengan kepuasan. Semakin turun nilai variabel teknologi informasi, maka semakin menurun kepuasan masyarakat.
- d. Koefisien regresi variabel Kualitas layanan (X2) mempunyai nilai sebesar 0,346; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel kualitas layanan mengalami kenaikan satu skor, maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat sebesar 0,346. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antar Kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Semakin naik nilai variabel kualitas layanan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Tabel.9 Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Variabel Bebas	t hitung	Sig. t
Teknologi Informasi (X1)	-1,762	0,081
Kualitas Layanan (X2)	8,655	0,000

Sumber: Lampiran output SPSS

Pada tabel 9 di atas, dapat diketahui bahwa hipotesis pertama menunjukkan nilai t hitung variabel teknologi informasi (X1) adalah sebesar

-1,762 dengan nilai Sig. 0,081. Hal ini berarti bahwa t hitung $<$ t tabel. Dengan kata lain, H_0 diterima dan H_1 ditolak karena $0,000 < 0,05$. Artinya, hasil uji t ini menunjukkan bahwa teknologi informasi (X1) mempunyai pengaruh yang negatif terhadap kepuasan pelanggan PLN Batam.

Pada tabel 9 di atas, dapat juga diketahui bahwa hipotesis kedua menunjukkan nilai t hitung variabel kualitas layanan(X2) adalah sebesar 8,665 dengan nilai Sig. 0,000. Hal ini berarti bahwa t hitung $>$ t tabel. Dengan kata lain, H_0 ditolak dan H_1 diterima karena $0,000 < 0,05$. Artinya, hasil uji t ini menunjukkan bahwa kualitas layanan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PLN Batam.

3. Hasil Uji F (simultan)

Uji – F ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara implementasi teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN Batam. Ketentuan F tabel : (Usman dan Akbar, dkk, 2006: 245),

$$df1 = m = 2$$

$$df2 = n - m - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$$

Keterangan : N : sampel

M = variabel bebas

Maka F tabel = 3,09

Berdasarkan hasil pengolahan dengan SPSS maka didapat hasil uji – F, yang hasilnya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 10. ANOVAb

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	281.904	2	140.952	54.040	.000a
	Residual	253.006	97	2.608		
	Total	534.910	99			
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi						
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Hasil uji – F sebesar 54, 040 di tabel ANOVA dengan sig 0,000. Nilai signifikansi diperoleh nilai sig lebih kecil (<) dari 0,05 dan F hitung > F tabel, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa implementasi teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PLN Batam secara bersama-sama diterima.

III. KESIMPULAN

1. Implementasi teknologi Informasi dapat memberikan kontribusi yang sangat baik, jika ini diterapkan secara keseluruhan di Lingkungan PLN Batam. Karena implementasi teknologi informasi juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan PLN. Dengan memanfaatkan teknologi pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat, seluruh informasi yang ingin disampaikan kepada pelanggan maupun kepada karyawan PLN Batam itu sendiri dapat diterima dengan cepat dan akurat.
2. Kualitas layanan dengan beberapa indikator bukti fisik terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fisik dari Unit Layanan Pelanggan PLN Batam, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan Daya

- tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Empati terhadap Kepuasan Pelanggan, Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas layanan benar-benar mempengaruhi kepuasan pelanggan PLN Batam, ini bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sehingga H_0 ditolak
 4. Koefisien regresi semua variabel independent berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan variabel kualitas layanan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PLN Batam, kemudian di urutan terakhir variabel Implementasi Teknologi menjadi variabel nomor dua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PLN Batam
 5. Implementasi teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PLN Batam secara bersama-sama diterima

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir; Terra Ch. Triwahyuni; Pengenalan teknologi informasi penerbit Andi offset 2005
- Fandy Tjiptono; Gregorius Chandra; Dadi Adriana; Pemasaran Strategik: mengupas tuntas pemasaran strategik, branding strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif, hingga e-marketing, penerbit Andi 2008
- Kuswadi, 2004, Cara Mudah Memahami Angka dan Manajemen Keuangan, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2004, Riset Pemasaran, Cetakan Kelima, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Janner Simarmata 2006; Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi penerbit Andi Offset

- Prof.Dr.Jogiyanto HM, MBA, Akt 2008;Sistem teknologi Informasi;Pendekatan Terintegrasi: Konsep Dasar, teknologi, Aplikasi, Pengembangan dan pengelolaan, Penerbit andi Yogyakarta.
- Ronny kountur, D.M.S., ph.D.,2007 Metode penelitian untuk penulisan skripsi dan tesis Edisi Revisi, penerbit PPM
- Williams / sawyer 2007, Using Information technology pengenalan praktis Dunia komputer dan komunikasi edisi 7, penerbit andi.
- Husein Umar, 2004. Metode penelitian Untuk skripsi dan Tesis bisnis. Cetakan ke-6. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rambat Lupiyoadi; A.Hamdani; Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2, penerbit Salemba Empat 2006.
- Radminto dkk, 2006 Manajemen pelayanan: pengembangan konseptual, penerapan citizen charter dan standart pelayanan minimal, Pustaka pelajar.
- Kottler, Phillip; Armstrong, G., 1998, Dasar – dasar Pemasaran, Jilid I, II, PT. Prehalindo, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra 2006, Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Moh. Nazir, Ph. D, 2003 Metode penelitian.penerbit Ghalia Indonesia.
- Assegaff, Mohammad. 2009. ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)”*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang.*
- Singgih Santoso. 2000. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik : PT. Raja Grafindo. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Umar Husein, (2002). Riset Pemasaran & Perilaku Konsume. PT. Gramedia Pusaka Utama; Jakarta
- Husein umar, (2001) Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis, penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, jakarta.
- Sugiyono, (2007). Statistika untuk penelitian, penerbit alfabeta Bandung.
- Sutarman 2009; Pengantar Teknologi Informasi, penerbit bumi aksara jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT AsdiMahasatya.

