

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman dan pertumbuhan perekonomian cenderung membuat kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa meningkat, sehingga mengharuskan perusahaan baik produk maupun jasa yang berskala besar maupun kecil harus menciptakan kepuasan bagi pelanggan melalui pelayanan. Khususnya perusahaan jasa dimana pelayanan memegang peranan penting dan sangat berhubungan erat dengan perusahaan industri maupun instansi-instansi yang terkait dengan kliennya.

Di era globalisasi menyajikan kenyataan baru yang ditandai oleh pasar tanpa batas negara, revolusi teknologi komunikasi, revolusi teknologi informasi dan adanya diskriminasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk dan jasa pelayanan. Menurut Yamit (2001:4) dalam era globalisasi kualitas merupakan inti bisnis, karena kualitas telah menjadi harapan dan keinginan semua orang khususnya pelanggan.

Kualitas jasa pelayanan lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk mempertemukan harapan konsumen. (Collier (1987) pada buku Yamit (2001: 22)).

Untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, ada lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan, yaitu bukti langsung (Tangible), keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), dan empati (Empathy). (Yamit (2001: 10).

Melalui kualitas pelayanan maka terciptalah kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan yang menjadi sasaran utama perusahaan agar dapat bertumbuh dan berkembang untuk menghadapi persaingan yang ketat. Kepuasan pelanggan juga menjadi penunjuk arah dan pendorong motivasi

untuk menciptakan ide kreatif, inovatif yang dapat mengembangkan masa depan yang gemilang bagi perusahaan.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan umum seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan air minum, perusahaan pos dan giro, perusahaan listrik dan lain sebagainya umumnya memiliki investasi sangat tinggi bahkan lebih tinggi dari perusahaan yang beroperasi pabrik, seperti PT PLN (Persero).

Di PT PLN (Persero) kualitas pelayanan merupakan hal terpenting untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Dalam melayani pelanggannya PT PLN (Persero) memberikan 5 dimensi kualitas pelayanan. Seperti tangibles (bukti langsung) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. PT PLN (Persero) menyediakan sarana komunikasi dalam melayani pelanggannya melalui website, facebook, twitter, email, telepon, bahkan bisa langsung ke kantor PLN untuk mendapatkan pelayanan. Lalu reliability yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan. Dalam kegiatan kerja praktek yang dilakukan penulis di PT PLN (Persero), penulis melihat para karyawan PT PLN (Persero) cepat dalam melayani pelanggan yang mengeluh dan dengan segera memuaskan pelanggannya dengan cepat memperbaiki apa saja yang dikeluhkan pelanggannya. Selanjutnya Responsiveness yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dalam melayani pelanggan PT PLN (Persero) tidak memandangkan siapa yang akan dilayaninya, maksudnya para karyawan harus melayani semua pelanggan tanpa melihat status atau siapa pelanggan tersebut. Assurance yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan. Para karyawan PT PLN (Persero) harus mampu dalam melayani pelanggannya dengan sopan dan dapat dipercaya oleh pelanggannya tersebut, sehingga para pelanggan dapat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero). Dan empathy yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian denga

tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Para karyawan PT PLN (Persero) selain sopan harus bisa berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggannya.

PT PLN (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang berbentuk Perusahaan Perseroan (Persero) berkewajiban untuk menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum dengan tetap memperhatikan tujuan perusahaan yaitu menghasilkan keuntungan sesuai dengan Undang-Undang No. 19/2000. PT PLN (Persero) juga menjalankan bisnis di bidang produksi, transmisi, dan distribusi tenaga listrik sehingga PT PLN (Persero) harus menjaga dan meningkatkan pelayanan serta mutu listrik yang diberikan kepada masyarakat di Indonesia. Untuk menunjang peningkatan pelayanan tersebut PT PLN (Persero) sebagai satu-satunya sumber tenaga listrik harus memberikan pelayanan serta mutu listrik yang sangat baik kepada konsumennya karena pelayanan merupakan bentuk penilaian untuk melihat apakah perusahaan tersebut baik atau tidak. Pelayanan yang berkualitas merupakan suatu tuntutan yang harus dipenuhi oleh PT PLN (Persero) kepada pelanggan karena dengan memberikan pelayanan bermutu konsumen akan merasa senang dan dihargai. Tanpa adanya pelayanan yang bermutu dan berkualitas kepada pelanggan, PT PLN (Persero) akan mengalami kerugian yang besar dimana dapat dilihat dengan timbulnya ketidak harmonisan antara PT PLN (Persero) dengan pelanggan.

PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami merupakan salah satu Rayon Kota PT PLN (Persero) WS2JB area Palembang. Rayon ini berperan penting dalam melayani penjualan jasa maupun keluhan pelanggan. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya sebuah perusahaan jasa akan dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan apabila perusahaan tersebut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya.

Pertumbuhan dan perkembangan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami tidak terlepas dari kepercayaan pelanggan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

PT PLN (Persero) memberikan inovasi terbaru dalam produk listriknya, yaitu Listrik Pintar (Prabayar). Listrik Pintar (PraBayar) adalah

salah satu terobosan terbaru yang dicanangkan oleh PT PLN (Persero). Dengan listrik pintar, setiap pelanggan bisa mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Seperti halnya isi ulang pulsa pada telepon seluler, maka pada sistem listrik pintar, pelanggan juga terlebih dahulu membeli pulsa (voucher/token listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor

Selama ini pelanggan PT PLN (Persero) mendapat pelayanan listrik pascabayar, yaitu Pelanggan menggunakan energi listrik terlebih dahulu dan membayar pada bulan berikutnya. Setiap bulan pihak PT PLN (Persero) harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar, dan memutus aliran listrik jika konsumen terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu. Mekanisme ini sangatlah tidak efektif dan tidak efisien bagi PT PLN (Persero) maupun para pelanggan. Sehingga PT PLN (Persero) mengeluarkan inovasi terbaru yaitu Listrik Pintar (Prabayar), karena mekanisme di atas tidak dilaksanakan pada sistem listrik pintar (prabayar).

Pada sistem listrik pintar, pelanggan mengeluarkan uang/biaya terlebih dahulu untuk membeli energi listrik yang akan dikonsumsinya. Besar energi listrik yang telah dibeli oleh pelanggan dimasukkan ke dalam Meter Prabayar yang terpasang di lokasi pelanggan melalui sistem token (pulsa) dan jumlahnya sesuai dengan keinginan pelanggan. Meter Prabayar menyediakan informasi jumlah energi listrik (kWh) yang masih bisa dikonsumsi. Persediaan kWh tersebut bisa ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai kebutuhan dan keinginan Pelanggan. Dengan demikian, Pelanggan bisa lebih mudah mengoptimalkan penggunaan listrik dengan mengatur sendiri jadwal dan jumlah pembelian listrik. Dengan menggunakan Listrik Pintar, pelanggan tidak perlu berurusan dengan pencatatan meter yang biasanya dilakukan setiap bulan, dan tidak perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik bulanan.

Selama penulis melaksanakan kerja praktek di PT PLN (Persero) WS2JB, penulis mengalami beberapa keluhan dari para pelanggan yang menyatakan bahwa lamanya proses pemasangan listrik Prabayar dengan berbagai alasan. Hal inilah yang tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) WS2JB terutama di Rayon Sukarami.

Berdasarkan uraian-uraian diatas dan mengingat pentingnya kualitas pelayanan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menuliskan ke dalam laporan akhir dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMASANGAN LISTRIK PRABAYAR PT PLN (PERSERO) WS2JB RAYON SUKARAMI PALEMBANG (Studi Kasus Pelanggan di Wilayah Sukarami Palembang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan di bahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

1. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam proses pemasangan listrik Prabayar di wilayah Sukarami Palembang?
2. Bagaimana kualitas pelayanan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami dalam proses pemasangan listrik Prabayar di wilayah Sukarami Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Melihat luas dan kompleksnya masalah pemasaran ini, maka penulis membatasi permasalahan yang ada mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pemasangan listrik Prabayar di PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dimensi karakteristik kualitas pelayanan yang paling dominan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami Palembang saat proses pemasangan listrik prabayar.
2. Untuk mengetahui tingkat rata-rata kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami saat proses pemasangan listrik prabayar dari setiap variabel.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan penulis dalam bidang manajemen pemasaran pada umumnya terutama tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang merupakan wujud aplikasi ilmu pengetahuan yang peneliti dapatkan selama kuliah.
- b. Bagi Perusahaan  
Dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi perusahaan agar PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami Palembang dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggannya dengan mendahulukan kepuasan pelanggan.
- c. Bagi Almamater  
Hasil penelitian ini dapat menambah sumber bacaan yang bermanfaat yang dapat dipublikasikan melalui perpustakaan Politeknik Negeri Sriwijaya dan perpustakaan Jurusan Administrasi Bisnis.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Peneliti**

Penelitian ini dilakukan pada PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami dari tanggal 15 April 2013 s/d 15 Mei 2013. Penelitian ini hanya meneliti tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan dalam proses pemasangan listrik prabayar yang diberikan oleh PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Umar dalam Laporan Akhir Hutagaol (2013:5) jenis dan sumber data dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang didapat dari pelanggan melalui pengisian kuesioner yang diberikan oleh penulis dan wawancara langsung kepada pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami.
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh langsung oleh penulis dari PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Rivai dan melalui wawancara langsung dengan para karyawan pada bagian pelayanan. Penulis juga mendapatkan data sekunder melalui website dan riset kepustakaan.

### **1.5.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan semua jenis orang yang akan diteliti oleh penulis (Wibisono (2000:25)). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami yang telah mendapatkan pelayanan dalam pemasangan listrik Prabayar baru yaitu sebanyak 11.831 pelanggan.

#### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti oleh penulis. Jadi penulis tidak mungkin meneliti semua populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penulis dapat

menggunakan *Purposive Sampling*. Dikatakan *Purposive* karena sampel yang diambil dari populasi dilakukan secara sengaja atau menunjuk langsung kepada orang yang dianggap dapat mewakili karakteristik-karakteristik populasi.

Untuk mencari jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin. Menurut Umar (2002:141) untuk menentukan minimalnya suatu sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasinya diketahui dalam hal ini populasi yang didapat oleh penulis adalah pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami yang telah mendapatkan pelayanan dalam proses pemasangan listrik prabayar dari Januari 2014 sampai dengan Desember 2014 sebanyak 11.831 pelanggan, dapat digunakan rumus Slovin.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = tingkat ketepatan (presisi) 10% (0,1)

Pemakaian rumus diatas mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal. Dalam hal ini penulis mengambil populasi dari para pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami yang baru memasang listrik prabayar pada tahun 2014. Populasi tersebut sebanyak 11.831 pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami yang memasang listrik prabayar sepanjang tahun 2014, dapat dilihat di lampiran banyaknya pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dari bulan Januari 2015 sampai dengan Desember 2014.

$$n = \frac{11.831}{1 + 11.831(0,1)^2}$$



$$n = \frac{11.831}{1 + 11.831(0,01)}$$

$$n = \frac{11.831}{1 + 118,31}$$

$$n = \frac{11.831}{119,31}$$

$$n = 99,16$$

$$n = 99 \text{ (pembulatan)}$$

Jadi, penulis akan mengambil 99 sampel secara acak dari pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami yang telah memasang listrik Prabayar sepanjang tahun 2014.

#### 1.5.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penulisan laporan akhir ini, maka penulis menggunakan beberapa metode. Metode pengumpulan data yang dimaksud, yaitu:

##### 1. Riset Lapangan

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan, yang dimana dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

##### a. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung kepada para pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami yang telah mendapatkan pelayanan dalam pemasangan listrik Prabayar baru, Manajer PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami serta para karyawan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami terutama pada bagian pelayanan.

##### b. Kuesioner

Yusi (2009: 113) menyatakan kuesioner adalah sesuatu cara untuk mengumpulkan data yang efisien dibandingkan dengan wawancara.

Teknik ini peneliti lakukan dengan memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kelemahannya adalah tidak adanya tanggapan dari responden.

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan pengambilan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

### 1.5.5 Analisis Data

#### a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan hasil yang diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan para pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Rivai dan para karyawannya juga. (Yusi (2009:102))

#### b. Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dengan cara mengisi kuesioner yang diberikan oleh penulis dan diisi oleh para pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB yang telah mendapatkan pelayanan pemasangan listrik prabayar. (Yusi (2009:102))

#### c. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Menurut Yusi (2009:78) “skala likert telah dikembangkan menjadi sebuah skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala social”. Jadi variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi tabel yang berikut:

**Tabel 1.1**  
**Contoh Tabel Skala likert**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

*Sumber: Yusi, 2009:78*

Untuk menghitung skor dari skala likert tersebut menjadi angka persenan, penulis menggunakan Distribusi Frekuensi Relatif. Menurut Sudijono (2009: 43) untuk memperoleh frekuensi relatif (angka persenan) dapat digunakan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Dimana:

f = Jumlah Jawaban

N = Jumlah frekuensi/banyaknya responden

P = Angka persentase

Dalam penelitian kesesuaian terdapat 2 variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Sukarami dan Y merupakan tingkat kepuasan pelanggan yang didapat oleh pelanggan PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Sukarami. Untuk mendapatkan persentase kepuasan maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase jawaban} = \frac{\text{Total Skor yang di dapat}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

(Sumber: Riduwan, 2011: 14)

Dari persentase tersebut dapat dilihat dari interpretasi dibawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian**

No.	Skor/Angka	Interprestasi
1	0%-20%	Sangat Rendah
2	21%-40%	Rendah
3	41%-60%	Cukup
4	61%-80%	Kuat
5	81%-100%	Sangat Kuat

(Sumber: Riduwan 2011:41)

Untuk mendapatkan hasil interpretasi skor masing-masing pertanyaan variabel dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Skor Maksimal} = (\text{Skor tertinggi}) \times (\text{Jumlah responden})$$

Maka skor maksimal dari kuesioner:

$$\text{Skor Maksimal} = 5 \times 99$$

$$= 495$$