

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. “Perubahan teknologi informasi yang berkembang cepat, mengharuskan berbagai perusahaan dapat memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai kebutuhan/keinginan pelanggan sehingga pelanggan puas dan akan bertahan berlangganan” (Sudikan, 2010: 1). Untuk menjawab masalah tersebut pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Secara umum perusahaan mempunyai tujuan dan sasaran yang sama, yaitu mencapai keberhasilan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar dapat memperoleh laba. Namun terkadang pelayanan yang diberikan seringkali dikeluhkan oleh para pelanggan. Hal itu membuat perusahaan kurang memiliki citra yang baik dimata pelanggan. Untuk itu perusahaan harus mengetahui apa saja yang menjadi dasar keluhan para pelanggan agar perusahaan dapat melayani pelanggan sesuai dengan keinginan para pelanggan. Kualitas pelayanan pelanggan memegang peranan yang sangat penting bahkan sangat menentukan kemajuan perusahaan dimasa yang akan mendatang.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009: 160). Dimana kepuasan pelanggan yang menjadi sasaran utama perusahaan agar dapat bertumbuh dan berkembang untuk menghadapi persaingan ketat. Kepuasan pelanggan juga menjadi penunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan ide kreatif, inovatif yang dapat mengembangkan masa depan yang gemilang bagi perusahaan.

Saat ini masyarakat semakin kritis dalam menilai kualitas pelayanan suatu jasa yang telah diberikan, hal ini disebabkan setiap individu menginginkan pelayanan yang sebaik – baiknya terhadap jasa yang telah dibayarnya. “Menurut Markoni (2015: 489) menyatakan bahwa jika layanan yang diterima pelanggan lebih dari yang mereka harapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya”. Dengan demikian baik atau tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

PT PLN (Persero) 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. Untuk menunjang peningkatan pelayanan tersebut PT PLN (Persero) sebagai satu-satunya sumber tenaga listrik di Indonesia harus memberikan pelayanan serta mutu listrik yang sangat baik kepada pelanggannya 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.

Sebagai perusahaan penyedia jasa, PT PLN (Persero) sudah seharusnya mengedepankan kualitas pelayanan yang baik, seperti penyediaan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Selain itu, kemampuan karyawan PT PLN dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi penting dalam rangka memberikan kepuasan pada pelanggan. Selanjutnya karyawan PLN, terutama yang langsung berhubungan dengan pelanggan sudah seharusnya cepat dan tanggap dalam melayani dan merespon keluhan pelanggan. Sikap empati yang ditunjukkan karyawan PT PLN terhadap pelanggan yang membutuhkan pelayanan akan memberikan kepuasan bagi pelanggan PLN. Namun demikian, dari wawancara yang dilakukan penulis

pada tanggal 1 April 2019 dengan staf pelayanan pelanggan dan Administrasi (PA) di PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame bahwa masih terdapat keluhan pelanggan tentang pembayaran listrik yang tidak sesuai dengan listrik yang digunakan, proses administrasi yang lambat serta fasilitas yang tidak lengkap dalam menunjang proses pelayanan pelanggan. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Menurut Lupiyoadi (2013: 180) menyatakan bahwa banyak faktor yang menjadikan pelanggan merasa puas diantaranya adanya persepsi tertentu yang diberikan oleh pelanggan mengenai kualitas jasa pemberi pelayanan yang difokuskan pada 5 (lima) dimensi dari kualitas jasa pelayanan sebagai berikut: bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*).

PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame ini berlokasi di jalan Kelapa Gading Km 9 Kota Palembang. Berikut jumlah pelanggan pada PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan pada PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame

No	Tahun	Jumlah
1.	2016	1.402.586
2.	2017	1.404.286
3.	2018	1.426.011

(Sumber: PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame)

Dilihat dari tabel 1.1 jumlah pelanggan diatas terbukti bahwa setiap tahunnya jumlah pelanggan PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang membutuhkan jasa PT PLN (Persero). Penulis juga melakukan wawancara langsung dengan staf Pelayanan Pelanggan dan Administrasi (PA) di PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame pada tanggal 1 April 2019 menyatakan bahwa

sangat banyak pelayanan yang dilakukan setiap harinya, dimulai dari pelayanan pasang baru, pelayanan tambah daya dan pelayanan teknik. pelayanan ini dilakukan mulai dari hari Senin sampai dengan hari Jum'at pada pukul 07.30 WIB sampai dengan 16.00 WIB dan pelanggan yang datang dalam setiap bulannya kurang lebih 100.000 pelanggan. Hal ini yang menyebabkan bertambahnya jumlah pelanggan PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame disetiap tahunnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, untuk mengetahui dan memahami seberapa besar tingkat pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame kepada pelanggannya melalui Laporan Akhir dengan judul: **“Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan dalam latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kualitas pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan mengenai kualitas pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame

Untuk mengukur kualitas pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame, menurut Lupiyoadi (2013: 180) salah satu studi mengenai SERVQUAL (*service quality*) terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Bukti Langsung (*tangibles*)
- b. Keandalan (*reliability*)

- c. Daya Tanggap (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Perhatian (*empathy*)

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pelanggan pada PT PLN (persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame.

1.4.2 Manfaat

Laporan akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, perusahaan, maupun pihak – pihak lain yang membacanya:

1. Bagi Penulis

Memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan melalui pengalaman yang didapat selama melaksanakan penelitian, serta untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan khususnya dibidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Agar PT PT PLN (persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame dapat mengetahui penilaian masyarakat mengenai kualitas pelayanannya serta sebagai masukan yang positif mengenai pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki di PT PLN (persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi bagi pembaca yang berminat untuk memperdalam kualitas pelayanan

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bagian pelayanan pelanggan PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame di Jl. Kelapa Gading Km 9, RT. 1 Karya Baru Alang – Alang Lebar Palembang Sumatera Selatan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Yusi dan Idris (2016: 103) adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer ini di dapatkan langsung PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame oleh peneliti sebagai objek penulisan. Data primer ini seperti hasil wawancara dan membagikan kuesioner kepada setiap pelanggan yang datang.

2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data ini berupa profil perusahaan, struktur organisasi dan data literature seperti Skripsi, Laporan Akhir atau buku jenis lain yang berhubungan dengan penelitian.

1.5.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016: 148) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 149) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Ide dasar dari pengambilan sampel adalah bahwa dengan menyeleksi bagian dari elemen – elemen populasi, kesimpulan tentang keseluruhan populasi dapat diperoleh.

Penarikan sampel yang digunakan pada laporan akhir ini adalah setiap konsumen yang datang dan akan menggunakan jasa PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame. Untuk menentukan banyaknya jumlah sample yang digunakan jika populasinya belum diketahui, maka menggunakan rumus Roscoe dalam Sugiyono (2016: 131) sebagai berikut:

$$N = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

Keterangan:

N = Penentuan sampel

Variabel X = Kualitas Pelayanan

Variabel Y = Harapan Kualitas Pelayanan

Dimana, Variabel X memiliki lima dimensi, yaitu:

(X_1) Berwujud (*tangibles*), (X_2) Kehandalan (*reliability*), (X_3) Ketanggapan (*responsiveness*), (X_4) Jaminan (*Assurance*), (X_5) Empati (*Emphaty*).

Maka akan diperoleh hasil sebesar:

$$\begin{aligned} N &= (V_x + V_y) \times 10 \\ &= (5 + 1) \times 10 = 60 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel diperoleh sebanyak 60 responden

c. Teknik Sampling

Menurut Yusi dan Idris (2016: 64) menyatakan bahwa “Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat – sifat penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar – benar dapat mewakili populasi”.

Teknik penggunaan sampel dengan menggunakan Non Probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016: 154).

Hal ini dilakukan karena beberapa alasan yaitu pertimbangan biaya dan waktu. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan terlebih dahulu yaitu peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang dijumpainya bila dipandang orang yang cukup kebetulan dijumpai itu sesuai sebagai sumber data. Setelah jumlahnya diperkirakan mencukupi, pengumpulan dihentikan dan data diolah lagi. Sehingga penarikan sampel dalam penelitian ini memilih responden dari pelanggan yang datang ke PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame di Jl. Kelapa Gading Km 9 RT 01, Karya Baru, Alang – Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30961 untuk memberikan informasi.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan penulis dalam proses pengumpulan dan informasi untuk penelitian ini yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan ditempat yang menjadi objek yang akan diteliti dengan cara mendatangi langsung objek tersebut, dalam hal ini adalah PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame di Jalan Kelapa Gading Km 9 RT 01, Karya Baru, Alang – Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30961. Adapun teknik yang digunakan untuk mendapatkan data pada waktu melakukan penelitian dilapangan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2016: 108) menyatakan bahwa “Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”.

Menurut Esterberg (didalam Sugiyono, 2016: 384) menyatakan bahwa “ Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”.

Wawancara dilakukan dengan pegawai bagian pelayanan di PT PLN (Persero) WS2JB Area Palembang Rayon Sukarame untuk mengetahui gambaran umum pelayanan yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016: 230) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Jumlah responden yang diambil sebanyak 60 responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pelayanan pelanggan PT PLN (Persero) UIW S2JB UP3 Palembang ULP Sukarame di Jl. Kelapa Gading Km 9 RT 01, Karya Baru, Alang – Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30961.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mengadakan penelitian dengan cara mempelajari dan membaca literatur – literatur, buku, catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian agar bermanfaat sebagai bahan masukan untuk melengkapi penulisan Laporan Akhir ini.

1.5.5 Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, teknik analisa data yang penulis gunakan adalah deskriptif kuantitatif. Data-data kuantitatif yang diperoleh penulis dinyatakan dalam bentuk angka sebagai hasil dari pengamatan dan pengukuran yang dapat ditunjukkan melalui persentase lalu dijelaskan dalam bentuk kata, kalimat, skema atau gambar.

Penulis menggunakan skala Likert untuk digunakan dalam kuesioner nantinya. Menurut Rensis Likert (dalam Yusi dan Idris, 2016: 78), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan Skala Likert, maka

variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dapat diukur.

Tabel 1.2
Skala pengukuran tingkat kenyataan kualitas pelayananan

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

(Sumber: Ridwan, 2013: 38)

Sedangkan untuk mengukur tingkat harapan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3
Skala pengukuran tingkat harapan kualitas pelayanan

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Penting (SP)	5
2	Penting (P)	4
3	Cukup Penting (CP)	3
4	Tidak Penting (TP)	2
5	Sangat Tidak Penting (STP)	1

(Sumber: Ridwan, 2013: 39)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai permasalahan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Menurut Ridwan dan Akdon (2013: 18), rumus presentase dan kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut:

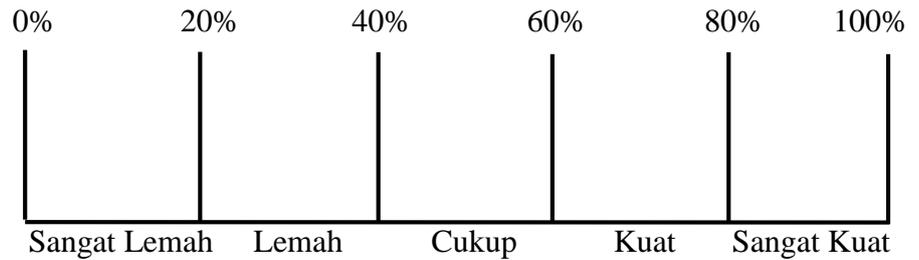
$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

IS = Interpretasi Skor

Total Skor = Jawaban Responden x Bobot Nilai (1- 5)

Skor Ideal = Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden



Hasil perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan sebagai berikut:

Keterangan: Kriteria Interpretasi Skor

Skor (0% - 20%) = Sangat Lemah

Skor (21% - 40%) = Lemah

Skor (41% - 60%) = Cukup

Skor (61% - 80%) = Kuat

Skor (81% - 100%) = Sangat Kuat