

BAB I

Pendahuluan

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

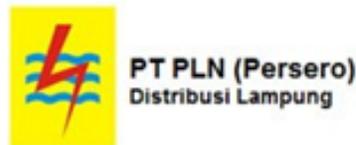
Ketenaga listrikan merupakan sumber daya yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat diseluruh dunia termasuk di Indonesia, dalam memberikan penerangan terhadap masyarakat di Indonesia maka pemerintah menunjuk perusahaan yang bergerak di bidang energi listrik untuk memenuhi kebutuhan tersebut yaitu PT. PLN persero. PT. PLN persero merupakan satu-satunya perusahaan yang memberikan pelayanan dalam menyediakan ketenaga listrikan kepada seluruh masyarakat Indonesia baik untuk kebutuhan rumah tangga atau industri. Dalam memenuhi tugas tersebut PT. PLN persero memiliki setiap cabang-cabang yang mengepalai rayon yang berada disetiap daerah diseluruh Indonesia agar dapat dipermudah dalam menjalankan usaha penyediaan tenaga listrik yang meliputi Pembangkitan tenaga listrik, Penyaluran tenaga listrik, Distribusi tenaga listrik, Perencanaan dan pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik, Pengembangan penyediaan tenaga listrik, Penjualan tenaga listrik, serta usaha penunjang listrik yang meliputi Konsultasi ketenagalistrikan, Pembangunan dan pemasangan peralatan ketenagalistrikan, Pemeriksaan dan pengujian peralatan ketenagalistrikan, Pengoperasian dan pemeliharaan peralatan ketenagalistrikan, Laboratorium pengujian peralatan dan pemanfaatan tenaga listrik, Sertifikasi peralatan dan pemanfaatan tenaga listrik, Sertifikasi kompetensi tenaga teknik ketenagalistrikan.

Sebelum terbentuknya PT PLN (Persero) Wilayah Lampung, kelistrikan seluruh provinsi Lampung dijalankan oleh Cabang Tanjung Karang dibawah koordinasi PT PLN (Persero) Wilayah IV. Sejalan dengan kebijakan restrukturisasi sektor Ketenagalistrikan maka PT PLN (Persero) Wilayah IV dirubah melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 114.K/010/DIR/2001 menjadi PT PLN (Persero)

Unit Bisnis Sumatera Selatan, Bengkulu, Bangka Belitung, Jambi, Lampung (UB SB2JL) pada 28 Mei 2001. Dalam Keputusan tersebut termuat rencana pembentukan Unit Bisnis tersendiri untuk Lampung & Bangka Belitung.

Pada 1 Juni 2001 ditunjuklah Manager Wilayah Usaha Lampung yang bertugas mengelola dan bertanggungjawab atas penyelenggaraan perusahaan kelistrikan Provinsi Lampung. Sebagai tindak lanjut dari Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 114.K/010/DIR/2001, GM PT PLN (Persero) Unit Bisnis SB2JL melalui Keputusan GM PT PLN (Persero) Unit Bisnis SB2JL No.011.K/471/GM.UB.SB2JL/2001 membentuk Tim Pemisahan Wilayah Kerja antara PT PLN (Persero) Unit Bisnis SB2JL dengan Wilayah Kerja Unit Bisnis Lampung & Bangka Belitung pada 16 Desember 2001.

Tujuan dibentuknya Unit Bisnis Lampung adalah untuk meningkatkan efisiensi pelayanan kepada pelanggan serta mengantisipasi perkembangan kelistrikan di Provinsi Lampung. Untuk mempercepat proses pembentukan unit bisnis ini, 3 Januari 2002 dilaksanakan penandatanganan pelimpahan wewenang dan aset dari GM PT PLN (Persero) UB SB2JL kepada Manager PT PLN (Persero) Wilayah Usaha Lampung di Jalan Gatot Subroto No 30 Bandar Lampung. Wilayah kerja PT PLN (Persero) Wilayah Usaha Lampung meliputi Provinsi Lampung dengan unit pelaksana Cabang Tanjung Karang. Dalam perkembangannya PT PLN (Persero) Wilayah Usaha Lampung berubah nama menjadi PT PLN (Persero) Wilayah Lampung yang ditetapkan melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 085.K/010/DIR/2002 tanggal 25 Juni 2002.



Gambar 1.1
Logo PLN

Sumber : <http://www.pln.co.id/lampung/?p=62>
diakses pada tanggal 12 Februari 2016 pukul 12:26

PT PLN (Persero) Wilayah Lampung terus berbenah dan mengembangkan organisasinya melalui pemekaran unit – unit pelaksana baru. Cabang Tanjung Karang yang dahulu area kerjanya mencakup seluruh Provinsi Lampung kini dipecah menjadi 3 Cabang. Dengan tambahan dua cabang baru yakni Cabang Kota Bumi yang ditetapkan melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 256.K/010/DIR/2003 tanggal 15 Oktober 2003 dan Cabang Metro yang ditetapkan melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 257.K/010/DIR/2003 tanggal 15 Oktober 2003. Dikarenakan PT PLN (Persero) Wilayah Lampung tidak lagi mengelola pembangkit maka melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 440.K/010/DIR/2012 tanggal 29 Agustus 2012 maka sejak 1 Januari 2013 PT PLN (Persero) Wilayah Lampung resmi berubah nama menjadi PT PLN (Persero) Distribusi Lampung diikuti dengan perubahan nama PT PLN (Persero) Cabang Kotabumi, Metro & Tanjung Karang melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 530, 531 dan 532.K/010/DIR/2012, menjadi PT PLN (Persero) Area Kotabumi, Metro & Tanjung Karang.

Dalam rangka meningkatkan keandalan sistem dan memperbaiki kualitas jaringan distribusi di lingkungan PT PLN (Persero) Distribusi Lampung, maka dibentuklah PT PLN (Persero) Area Pengatur Distribusi melalui Keputusan Direksi PT PLN (Persero) Nomor. 026.K/010/DIR/2013 tanggal 16 Januari 2013 dengan fungsi dan tugas pokok mengelola operasi sistem distribusi, Gardu Induk, Scada dan telekomunikasi di wilayah kerja PT PLN (Persero) Distribusi Lampung secara efisien dan efektif guna menjamin mutu dan keandalan sistem pendistribusian tenaga listrik untuk mencapai kinerja unit.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Tidak terkecuali Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang harus mengikuti perubahan teknologi dan kondisi ekonomi yang terjadi agar dapat menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan

konsumen, sehingga konsumen puas dengan produk dan pelayanan yang telah diberikan perusahaan. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya dengan memberikan citra yang baik kepada konsumen serta pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) harus memberikan rasa puas atas jasa dan produk yang diberikan kepada masyarakat sebagai konsumen dan menunjukan citra yang baik di mata konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga konsumen dapat *loyal* kepada perusahaan. Menurut Mirzapur, Akhiagh, & Taleghani (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berdampak langsung secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan tetapi berdampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen sehingga dengan semakin percayanya konsumen terhadap layanan perusahaan maka akan membuat konsumen menjadi loyal. Jika perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka secara tidak langsung citra perusahaan akan meningkat sehingga pelanggan akan percaya dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini diperkuat dengan pendapat (Hui, Kandampully dan Juwaheer 2009) dalam Normasari (2013:3) dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan.

Untuk memenuhi loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen (Tjiptono, 2014:282). Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Tjiptono di atas maka perusahaan sebagai pemberi pelayanan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen. Selain dengan memberikan pelayanan yang dapat memuaskan perusahaan sebagai pemberi jasa harus senantiasa menyampaikan setiap informasi yang diperlukan oleh konsumen, hal ini dimaksudkan agar konsumen atau calon konsumen memiliki pengetahuan terhadap produk atau jasa yang akan digunakan atau yang sudah digunakan.

Setiap pelanggan berhak mengetahui segala informasi tentang suatu produk yang digunakannya tidak terkecuali dengan informasi yang menyangkut tentang kendala

atas produk yang digunakan oleh pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan dapat memahami apabila ada suatu kendala dialami oleh perusahaan sehingga pelanggan akan mengerti terhadap masalah yang dialami oleh perusahaan walaupun dalam penyelesaiannya membutuhkan waktu yang lebih lama. Berdasarkan uraian diatas hal ini terjadi terhadap pelanggan PT. PLN (Persero) yang melakukan aksi 1000 lilin untuk meluapkan kekecewaan mereka terhadap pelayanan yang diberikan karena dalam satu hari terdapat tiga kali pemadaman yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero). Awalnya masyarakat Bandar Lampung mengerti khususnya di kecamatan Tanjung Karang bahwa perusahaan mengalami defisit air untuk menggerakkan turbin penghasil listrik sehingga pasokan listrik untuk masyarakat mengalami kekurangan tetapi saat musim penghujan datang pemadaman tetap dilakukan tanpa ada pengurangan intensitas pemadaman yang dilakukan. Dengan demikian masyarakat bertanya-tanya apa permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan sehingga pemadaman terus terjadi dan hasilnya masyarakat lampung berkumpul di tugu adipura, Tanjung Karang untuk melakukan aksi agar perusahaan dapat memberikan penjelasan tentang pemadaman yang dilakukan oleh perusahaan.

Dengan berkembangnya pengetahuan konsumen terhadap sebuah produk membuat konsumen mengharapkan peningkatan standarisasi yang ditetapkan hal ini berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dimana bila standar yang ditetapkan oleh konsumen dapat terpenuhi dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat serta dapat loyal terhadap perusahaan. Uraian diatas memiliki kaitan dengan aksi 1000 lilin yang masyarakat Bandar Lampung lakukan khususnya di daerah tanjung karang yang apabila semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat sebagai pelanggan suatu produk maka standar yang diharapkan oleh pelanggan juga akan semakin tinggi serta harapan pelanggan untuk menerima pelayanan yang lebih baik akan semakin tinggi pula. Hal ini didukung oleh Bell dan Esingerich (2007) dalam Wahyuni (2011:4) bahwa pengetahuan pelanggan akan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Pengetahuan pelanggan merupakan alat yang akan digunakan oleh pelanggan untuk dapat menilai suatu jasa yang ditawarkan tersebut tepat digunakan.

Dengan terjadinya aksi yang dilakukan oleh masyarakat Bandar Lampung khususnya di daerah Tanjung Karang untuk memperlihatkan kekecewaan masyarakat sebagai pelanggan PT. PLN (Persero) Tanjung Karang membuat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen, selain itu berdasarkan wawancara terdahulu dengan pelanggan PT. PLN (Persero) Tanjung Karang diperoleh informasi bahwa pelanggan merasa tidak puas atas kualitas pelayanan yang diberikan PT. PLN (persero) kecamatan Tanjung Karang. Wawancara yang dilakukan ini berdasarkan dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut :

Realibilitas (*Realibility*), Berdasarkan dimensi ini pelanggan memberikan informasi bahwa pada saat pelayanan terhadap proses pasang baru atau tambah daya pihak perusahaan dalam memproses permintaan tidak sesuai dengan waktu yang telah diatur dalam standar operasional perusahaan (SOP) dan dalam menyelesaikan masalah pemadaman secara bergilir PT. PLN (Persero) selalu berusaha untuk menyelesaikan segala permasalahan yang terjadi seperti kekurangan teknisi dalam pengerjaan perbaikan tiang sutet yang jatuh. Walaupun perusahaan tidak memberikan informasi tersebut kepada pelanggan sehingga pelanggan kecewa dengan pelayanan perusahaan akan tetapi perusahaan berusaha untuk memperbaiki sesuai dengan waktu yang ditetapkan oleh perusahaan.

Daya Tanggap (*Responsiveness*), berdasarkan informasi yang diberikan oleh pelanggan bahwa pada saat terjadi gangguan dan keluhan yang disampaikan kepada perusahaan sering mengalami respon yang lambat serta penanganan pada keluhan pelanggan diselesaikan tidak sesuai dengan waktu yang telah disampaikan oleh pihak perusahaan dalam hal perusahaan mengalami keterlambatan karena stok yang diberikan vendor atau penyedia material sering mengalami keterlambatan pengiriman yang mengakibatkan pelanggan menunggu terlalu lama saat proses instalasi listrik.

Jaminan (*Assurance*), berdasarkan dimensi ini diperoleh informasi dari pelanggan bahwa pihak perusahaan saat melakukan proses pemasangan material pasang baru dan

tambah daya material yang digunakan tidak sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan dalam buku panduan perusahaan serta saat pelanggan ingin melakukan pasang baru dan tambah daya karyawan memberikan tarif yang tidak sesuai dengan ketentuan perusahaan

Empati (*Empathy*), berdasarkan dimensi ini pelanggan memberikan informasi bahwa karyawan sering memberikan informasi kepada pelanggan terhadap proses dan tarif saat pasang baru dan tambah daya sehingga pelanggan tidak terkena penipuan tarif yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Tetapi pelanggan mengeluhkan bahwa pihak perusahaan tidak melaksanakan kegiatan ini secara *continuity* melainkan hanya pada hari-hari besar perusahaan saja.

Bukti Fisik (*Tangibles*), berdasarkan dimensi ini pelanggan memberikan informasi bahwa karyawan lapangan yang bertugas sering tidak menggunakan tanda pengenal dan seragam perusahaan sebagai alat bukti bahwa karyawan tersebut merupakan bagian dari perusahaan dan bukan oknum yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam suatu karya ilmiah berupa tugas akhir dengan judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan (Studi Pada Pelanggan PT. PLN (Persero) di kecamatan Tanjung Karang, Bandar Lampung)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana harapan pelanggan atas kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) kecamatan Tanjung Karang?
2. Bagaimana kinerja perusahaan atas kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) kecamatan Tanjung Karang?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN (persero) area tanjung karang?

4. Aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT. PLN (persero) area tanjung karang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harapan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) kecamatan Tanjung Karang
2. Untuk mengetahui kinerja pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) kecamatan Tanjung Karang
3. Untuk mengetahui Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN (persero) area tanjung karang
4. Untuk mengetahui Aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT. PLN (persero) area tanjung karang

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan akan melengkapi wawasan keilmuan pemasaran sehingga berguna untuk pengembangan ilmu pemasaran.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kesesuaian antara teori pemasaran dan implementasi yang terjadi di kehidupan nyata.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak PT. PLN (persero) area Tanjung Karang dalam menggunakan pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat

tunggakan listrik, sehingga dapat menyusun strategi yang lebih baik lagi untuk mengurangi tingkat tunggakan yang terjadi pada bulan – bulan selanjutnya.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian di masa mendatang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.