

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Karena setiap perusahaan jasa memiliki cara tersendiri untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Pada perusahaan jasa tidak hanya menawarkan produk akan tetapi merekapun menawarkan jasa, maka perusahaan jasa harus mengutamakan yang namanya kualitas, karena kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Disamping itu, kondisi konsumen sekarang ini, sebagian telah atau sedang beralih menjadi konsumen yang berbasiskan pengetahuan (*knowledge economy and society*) sehingga menuntut tawaran-tawaran yang lebih berkualitas, selain itu bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan untuk melahirkan kepuasan pelanggan untuk jangka waktu yang panjang.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assefaff,2009:173).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multidimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa factor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff,2009:174).

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat banyak. Oleh karena itu, dalam mengatur dan menjalankan usahanya, BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia.

PLN (Perusahaan Listrik Negara) merupakan salah satu 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 tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya

PLN menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan.

PT. PLN yang berstatus Persero Tertutup merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik. Penyediaan tenaga listrik tersebut meliputi kegiatan pembangkitan, penyaluran, dan distribusi serta melakukan perencanaan dan pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik serta pengembangan penyediaan listrik sesuai perundang-undangan yang berlaku. Menurut catatan dan data yang ada, dilihat dari kenaikan jumlah pelanggan dan kapasitas pembangkitnya, sejak 30 tahun terakhir PLN berkembang sangat pesat. Setelah melewati masa krisis dari 1998 sampai 2003, kedepannya PLN kembali tumbuh dan berkembang sesuai tuntutan dan dinamika masyarakat. Memang, saat ini energi listrik merupakan satu-satunya energi paling banyak pemakainya. Ia merupakan energi yang makin menempati peran (paling) penting dalam kehidupan. Dari awal 1970-an sampai akhir 1990-an (saat terjadi krisis moneter), kapasitas dan penjualan tenaga listrik dari PLN tumbuh rata-rata 15,6 persen pertahun.

Sebagai perusahaan pemerintah, tentunya PLN mempunyai tanggung jawab yang besar dalam merespon dan mewujudkan kebutuhan masyarakat sebagai penyedia listrik bagi badan usaha sampai pada rumah tangga masyarakat. Oleh karena itu, tuntutan masyarakat akan terpenuhinya kebutuhan listriknya harus dapat dimaksimalkan untuk mendapatkan citra (image positif) bagi masyarakat. Selain itu, dilihat dari basisnya, PLN merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sehingga pelayanan yang diberikan harus mampu merespon kebutuhan masyarakat mengenai pelayanan yang seperti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptonodan Chandra, 2005: 192). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003: 28). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas, jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, dayat anggap, jaminan dan empati (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:3).

PT. PLN (persero) Kota Gorontalo yang merupakan penyedia listrik utama di Kota Gorontalo tentunya memiliki desain pelayanan yang telah tersusun dengan baik. Selanjutnya bagaimana desain pelayanan tersebut dapat merespon masyarakat dalam hal ini rumah tangga untuk memenuhi kebutuhannya untuk dilayani seperti apa, dan bagaimana.

Suatu fenomena yang terjadi pada PT. PLN (persero) Kota Gorontalo adalah dapat dilihat dari beberapa hal antara lain: masih kurangnya sosialisasi yang dilakukan dalam melakukan pembayaran rekening listrik (payment point online bank), masih lambatnya pelayanan yang diberikan terhadap keluhan seperti pemasangan dan penambahan daya listrik, kurangnya daya tanggap pegawai PLN dalam memberikan penjelasan mengenai keterlambatan dalam membayar tagihan rekening listrik, dan fasilitas Kantor PLN yang masih belum memadai dalam memberikan pelayanan yang berhubungan dengan keluhan masyarakat terkait ketersediaan listrik.

Saat ini, sosialisasi yang dilakukan PLN Kota Gorontalo, hanya Sebatas melalui informasi yang digalakkan oleh media, sehingga rumah tangga kecil yang seyogyanya mendapatkan informasi tersebut tidak tercover sebagaimana mestinya. Lambatnya pelayanan dikarenakan kekurangan informasi yang diterima konsumen, serta keterlambatan yang dikarenakan oleh kurang responnya petugas dari PLN sendiri. Keterlambatan dalam membayar listrik seringkali menjadi acuan PLN dalam memutus aliran listrik rumah tangga. Hal ini dapat memicu ketidak harmonisan hubungan PLN dan Konsumen. Hal tersebut disebabkan oleh lambatnya informasi yang diterima konsumen perihal sanksi-sanksi akibat keterlambatan pembayaran listrik. Fasilitas kantor perlu didukung oleh pusat pelayanan, sebagaimana diketahui bahwa kantor PLN Kota Gorontalo belum memiliki pusat pelayanan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis memformulasikan suatu penelitian dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (persero) Kota Gorontalo*".

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Masih terdapat pegawai yang kurang cekatan dalam melayani keluhan masyarakat.
2. Belum ada sosialisasi yang baik terkait pembayaran tagihan rekening listrik (Payment Point Online Bank).
3. Fasilitas Kantor yang belum memadai.
4. Masih adanya keluhan mengenai pelayanan dan penambahan daya listrik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Seberapa besar ?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (persero) Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan.
 - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi kantor PT. PLN (persero) Kota Gorontalo yang bersangkutan dalam hubungannya dengan jasa pelayanan.
 - b. Sebagai input atau bahan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan guna memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.