

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi elektronik berawal dari seorang ahli fisika yang bernama Thomas Alva Edison yang menemukan lampu bohlam. Daya pikirnya yang cemerlang dan kritis mampu melakukan suatu eksperimen, yaitu jika elektron bermuatan negatif dipertemukan dengan elektron bermuatan positif akan menghasilkan suatu energi, energi itulah yang dinamakan energi listrik dan apabila diantara kedua kutub tersebut diletakkan suatu bola lampu maka bola lampu tersebut akan berpijar menghasilkan cahaya yang terang.

Semakin berkembangnya teknologi, para ahli fisika telah menemukan cara memperoleh tenaga listrik yang sangat besar, diantaranya dengan tenaga surya, tenaga uap, dan tenaga air. Dengan tenaga air tenaga listrik yang dihasilkan dapat mencapai mega watt, bahkan giga watt yang mampu menerangi hampir seluruh wilayah tanah air.

PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) yang diberi tanggung jawab dan wewenang untuk mengelola dan melayani masalah perlistrikan di Indonesia dituntut untuk selalu memberikan yang terbaik bagi konsumennya. Tugas ini memang berat karena menyangkut rakyat banyak yang mencapai jutaan orang. Dalam melayani pelanggan, PT. PLN (Persero) sering menemui kendala-kendala dalam memenuhi kepuasan pelanggannya. Hal ini terjadi karena jangkauan tugas yang begitu luas dalam pelayanan pelanggan

Seiring dengan kenaikan tarif dasar listrik (TDL), pihak konsumen menginginkan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik dari PLN, baik dalam pembenahan sistem pembayaran, kesigapan petugas dalam melayani keluhan pelanggan yang bersifat segera ataupun perbaikan jaringan, karena selama ini konsumen merasakan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan pihak PLN, terutama keluhan pelanggan yang bersifat segera.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan jasa, walaupun PT. PLN (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan di Indonesia yang memberikan jasa penerangan, akan tetapi PT. PLN (Persero) juga harus berusaha untuk meningkatkan pelayanannya, karena bagaimanapun pelayanan yang baik juga akan mempermudah dalam suatu pekerjaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kepedulian dari PLN terhadap keluhan pelanggan adanya kerusakan akan meringankan tugas PLN, karena tidak susah untuk mengecek daerah mana yang perlu adanya pembenahan sambungan.

Untuk menilai tingkat keberhasilan PT. PLN (Persero) dalam memberikan pelayanan adalah dengan memberikan gambaran tentang keadaan pelayanan dari berbagai segi, yaitu tingkat pemanfaatan sarana pelayanan, mutu pelayanan dan tingkat efisiensi pelayanan. Kegiatan untuk menjaga kualitas pelayanan jasa menyangkut beberapa dimensi, yaitu kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsibility*), keyakinan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), dan bukti phisik (*Tangibles*).

Menurut Parasuraman et al 1991 dalam Mauludin (2001: 40) Kualitas pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat pelayanan jasa yang diberikan atau disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan tersebut adalah Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, kehandalan (*reliability*), yakni kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf serta bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, serta empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan sehubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dengan menggunakan pola tersebut maka akan membantu pola pikir di dalam menetapkan dan menganalisa masalah yang terjadi untuk mengukur sampai sejauh mana telah dicapai standar program atau pelayanan. Dengan dasar pemikiran bahwa kualitas pelayanan jasa terbentuk atas beberapa dimensi maka dalam penelitian ini dilakukan beberapa tahap pembuktian bahwa dimensi kualitas jasa tersebut mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana konsumen memperoleh apa yang mereka inginkan pada saat apa yang mereka tentukan. Dalam hal ini setiap pelanggan akan berusaha mendapatkan kepuasan yang

maksimal, dan kemudian pekanggan akan meneruskan pembelian produk untuk jangka panjang (lama) serta akan melakukan pembelian yang berulang bila ia mendapatkan kepuasan produk atau jasa yang sama yang telah dikonsumsi.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapan (Kotler, 2002: 42). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

Dari hasil pembuktian diharapkan dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan yang terjadi dan membantu beberapa implikasi kebijakan manajemen di dalam memperbaiki atau meningkatkan kualitas pelayanan di PT. PLN (Persero).

Berdasarkan uraian di atas peneliti mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) UPJ COMAL PEMALANG”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan jasa (kehandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, dan bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan?
2. Variabel manakah diantara kehandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, dan bukti fisik yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara kehandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, menerapkan disiplin ilmu yang telah diterima, terutama yang berhubungan dengan perilaku konsumen, khususnya pelayanan jasa.
2. Bagi perusahaan, memberikan informasi mengenai kebijaksanaan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama yang berhubungan dengan pelayanan jasa.
3. Bagi pihak lain, memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak lain yang melakukan penelitian sejenis.