

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen pada era globalisasi sekarang ini kualitas pelayanan merupakan unsur yang penting untuk diperhatikan. Apabila pelayanan perusahaan dapat memenuhi kriteria harapan dan kebutuhan konsumen Pelayanan perusahaan tersebut terbilang memuaskan. Konsumen yang merasa puas selanjutnya akan memiliki kedekatan emosi sehingga menjadi konsumen yang loyal pada perusahaan. Konsumen yang loyal dapat meningkatkan kinerja bisnis dan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang pelayanan jasa ialah Al-Qur'an Surah Al-Imran/03:159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.

Kepuasan pelanggan dan kualitas sangat terkait. Pelanggan didorong untuk memiliki hubungan dekat dengan bisnis melalui kualitas. Seiring waktu, koneksi ini membantu bisnis memahami sepenuhnya kebutuhan dan harapan pelanggan mereka. Terakhir, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan kejadian yang tidak menyenangkan dan memaksimalkan kejadian yang menguntungkan. (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:2).

Persepsi mengenai harga, kualitas produk dan layanan, serta karakteristik sementara dan pribadi, semuanya berdampak pada kebahagiaan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain adalah persepsi klien terhadap kualitas layanan, yang didasarkan pada lima dimensi: bukti nyata, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan kebaikan. (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:3).

Lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi Tjiptono (2006:70) adalah sebagai berikut: (1) bukti nyata, yang mengacu pada penampakan sarana fisik, peralatan, personel, prasarana, dan sarana; (2) keandalan, yang mengacu pada kapasitas bisnis untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal; dan (3) daya tanggap, yang mengacu pada kesediaan organisasi untuk membantu klien dan menawarkan layanan dengan segera atau sebagai respons terhadap kebutuhan mereka. (4) Assurance menunjukkan tingkat kesopanan dan keahlian karyawan serta kapasitas mereka untuk menunjukkan kesan positif. bermanfaat bagi bisnis, karena membantu pelanggan mengembangkan rasa percaya dan keyakinan terhadap perusahaan, (5) Empati, yang mencakup kemampuan membangun hubungan dengan cepat, berkomunikasi dengan jelas, memberikan perhatian khusus kepada setiap klien, dan memahami kebutuhan mereka.

Pemerintah mengamanatkan agar Badan Usaha Milik Negara (BUMN) meningkatkan pelayanan guna meningkatkan daya saing global. Kesenangan pelanggan akan timbul dari pemberian pelayanan yang baik, sehingga akan meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam Q.S. Al-Baqarah/ 2 : 148, dibahas dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (Departemen agama, RI)

Menurut Al-Quran yang disebutkan di atas, umat Islam diharapkan untuk bersaing dalam tindakan kebajikan, seperti memberikan layanan terbaik kepada klien.

Selain memberikan pelayanan prima, perusahaan harus berinovasi untuk memenangkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. “Badan Usaha Milik Negara (BUMN)” yang memasok energi untuk kepentingan masyarakat umum dan mendukung inisiatif untuk meningkatkan standar sosial dan kegiatan ekonomi di Indonesia adalah PT Perusahaan Listrik Negara (PLN). Manusia sangat bergantung pada listrik untuk melakukan tugas sehari-hari, khususnya di “bidang industri, perumahan, komunikasi, dan teknologi”. Mengingat kebutuhan listrik bagi kehidupan manusia, PT PLN dituntut untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan memberikan layanan terbaik kepada kliennya.

Perusahaan utilitas publik yang melayani masyarakat adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero. Sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia, PLN Persero bergerak di bidang ketenagalistrikan. PLN (Persero) mempunyai tugas sebagai pengelola transmisi, operasi sistem dan transaksi tenaga listrik dengan kualitas pelayanan serta kelas dunia yang mampu memenuhi harapan stakeholder dan memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu PLN harus mampu memberikan pelayanan yang

sebaik-baiknya kepada masyarakat dari pelosok desa hingga ke kota besar, (PLN, 2010 : 5).

Salah satu layanan inovasi yang ditawarkan PT PLN adalah listrik Prabayar atau dikenal dengan listrik pintar (*smart power*) yang memberikan kemudahan, kebebasan, kenyamanan, dan kecepatan lebih kepada pelanggan. Sistem kerja listrik pintar bermula dari mengarahkan pelanggan agar terlebih dahulu membeli pulsa (voucher/token listrik isi ulang) berisi nomor kode yang tersedia di sejumlah Bank, ATM ataupun loket-loket pembayaran *online*. Selanjutnya kode tersebut diinput kedalam Kwh Meter khusus yang disebut dengan Meter Prabayar. Di layar Kwh Meter akan muncul informasi mengenai jumlah energi listrik yang dimasukkan, jumlah energi listrik yang telah terpakai, jumlah energi listrik yang sedang terpakai (*real time*) serta jumlah energi listrik yang masih tersisa. Dengan menggunakan listrik pintar maka pelanggan dapat mengendalikan sendiri penggunaan listrik sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya.

Perkembangan sistem listrik pascabayar menjadi listrik Prabayar untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan adalah salah satu perubahan positif yang diterapkan oleh PT PLN untuk tetap bersaing dalam pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang baik, cepat dan mandiri dan berusaha meminimalisir keluhan berupa tagihan tidak menentu, kesalahan pencatatan meter dan sanksi pemutusan atau denda keterlambatan untuk pengguna listrik pascabayar serta tetap melanjutkan perkembangan program listrik Prabayar untuk kemudahan dalam pembelian voucher, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Di Kuala Kapuas, pemasangan kWh Meter Prabayar sudah di laksanakan dan akan terus berkembang. PT PLN (Persero) Area Kuala Kapuas terdiri dari enam rayon, Tiap rayon bertanggung jawab untuk melakukan monitoring pelanggan di wilayahnya.

Dengan adanya inovasi listrik prabayar pembayaran tarif listrik prabayar bisa dilakukan di toko yang bekerja sama dengan PLN seperti Indomaret, Bank, dan toko lainnya yang telah bekerja sama dengan PLN. Hal ini memudahkan masyarakat mereka tidak perlu lagi pergi membayar tagihan listrik ke kantor PLN. hal tersebut dapat menjaga efektifitas kualitas layanan perusahaan PLN. Kualitas layanan yang efektif dalam sebuah perusahaan akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dan dampak yang besar terhadap keuntungan perusahaan.

Kepuasan pelanggan perlu diimplementasikan secara jelas karena termasuk bagian dari kualitas pelayanan untuk keberhasilan suatu perusahaan. Tujuan diadakannya listrik prabayar ini yaitu untuk memenuhi harapan pelanggan untuk mengembangkan kualitas pelayanan. Maka dari itu, diperlukan informasi yang akurat bahwa ada keunggulan bagi pengguna listrik prabayar. Dalam hal ini, Perusahaan Listrik Negara dapat memahami dengan baik apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan.

Pelayanan listrik pintar oleh PT PLN (Persero) mendapat sambutan hangat dari masyarakat. Namun di sisi lain, berbagai keterbatasan sumber daya pendukung seperti pemasangan listrik baru yang memerlukan waktu lama, infrastruktur, gangguan lingkungan/alam serta tindak kriminalitas sering menjadi kendala listrik prabayar di masyarakat. Selain itu, kendala juga datang dari pihak konsumen diantaranya saat kWh meteran berada di ambang batas pemakaian,

resikonya adalah mati lampu. Hal ini sering terjadi pada pelanggan dan di waktu – waktu yang tidak diinginkan seperti tengah malam atau saat hujan deras dimana jaringan tidak stabil. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kwh Meter Prabayar di Kuala Kapuas”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, masalah pokok yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kwh-Meter Prabayar di Kuala Kapuas?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin di capai di dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna kwh-meter prabayar di Kuala Kapuas.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, sumbangan yang bernilai ilmiah bagi perkembangan khasanah ilmu ekonomi. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengetahui dan memahami secara mendalam mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT PLN Kuala Kapuas.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan kebijaksanaan lebih lanjut khususnya dalam masalah kualitas pelayanan dan memberikan pengembangan kualitas pelayanan. Serta hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan perusahaan.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan, sehingga dapat meningkatkan persepsi serta pengetahuan mengenai PT PLN.

c. Bagi pemerintah

Diharapkan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai permasalahan pada perusahaan negeri, khususnya pada kepuasan pelanggan.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan diteliti dan sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian, terdapat definisi operasional pada penelitian ini. Dimensi dari operasional yang akan menjadi variabel penelitian adalah :

1. Kepuasan Pelanggan, menurut KBBI kepuasan artinya perihal (yang bersifat) puas atau dalam keadaan psikis adalah perasaan menyenangkan yang dirasakan dalam suatu lingkungan karena terpenuhinya semua kebutuhan secara memadai. Pada kepuasan pelanggan diartikan sebagai keadaan dimana suatu keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan bisa terpenuhi pada suatu produk yang dikonsumsi. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan “kepuasan pelanggan” mengacu pada perasaan puas atau

senang atau bahagia yang sesuai dengan harapan yang diinginkan pengguna kwh-meter prabayar di Kuala Kapuas.

2. Kualitas Pelayanan, kualitas menurut KBBI merupakan tingkat baik buruknya sesuatu; kadar; derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dan sebagainya); mutu. Parasuraman, Berry, dan Zeithaml mengungkapkan bahwa kriteria yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Yang dimaksud kualitas pelayanan pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan pihak PLN terhadap pengguna kwh-meter prabayar di Kuala Kapuas.
3. Listrik pintar atau prabayar, merupakan suatu sistem yang di jalankan pihak PLN kepada pengguna dimana pengguna diharuskan membayar sejumlah energi listrik (kwh) terlebih dahulu sebelum menggunakan layanan listrik PLN.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah prediksi atau anggapan yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan tentang apa saja yang kita lihat dalam upaya untuk memahaminya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika terdapat fakta-fakta yang mendukung. Oleh karena itu, pada penulisan penelitian ini hipotesis diartikan sebagai teori atau pandangan sementara yang masih lemah pendapatnya sehingga perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Adanya pengaruh variable *tangible* terhadap kepuasan konsumen
PT PLN Kuala Kapuas

H₀ : Tidak terdapat pengaruh dari variable *tangible* terhadap kepuasan

konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₂ : Adanya pengaruh variable *reliability* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₀ : Tidak terdapat pengaruh dari variable *reliability* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₃ : Adanya pengaruh variable *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₀ : Tidak terdapat pengaruh dari variable *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₄ : Adanya pengaruh variable *assurance* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₀ : Tidak terdapat pengaruh dari variable *assurance* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

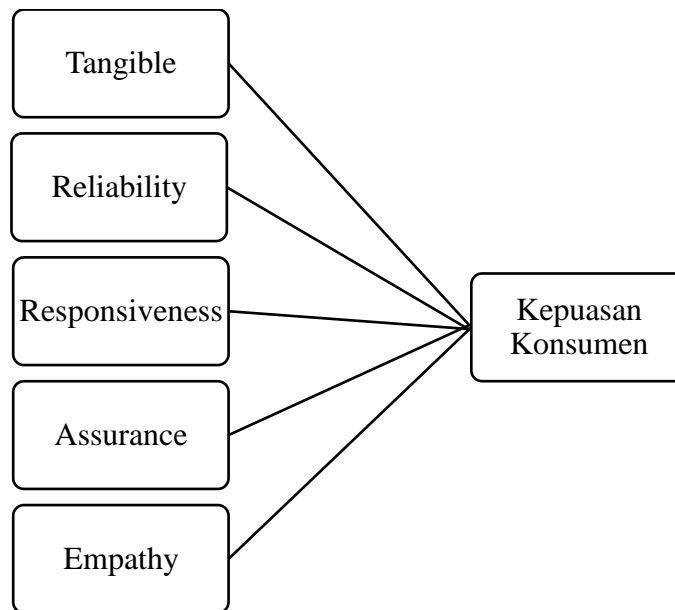
H₅ : Adanya pengaruh variable *empathy* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

H₀ : Tidak terdapat pengaruh dari variable *empathy* terhadap kepuasan konsumen PT PLN Kuala Kapuas

G. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang memadukan indikator variabel kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen. Struktur dasar pemikiran berdasarkan alur di atas dapat dicirikan sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Kerangka Pemikiran



H. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah daftar penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini :

“Tingkat Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar dan Pascabayar di PT. PLN (Persero) Ahmad Yani Banjarmasin” ditulis oleh Hamidatul Jannah dari Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan prabayar dan pascabayar. Selain itu juga untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kepuasan antar pelanggan prabayar dan pascabayar. Perbedaan dari penelitian terdahulu ini ialah penggunaan permasalahan yaitu listrik prabayar dan pascabayar serta pada variabel independen yaitu lokasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dikumpulkan, dikatakan bahwa 78,51% pelanggan prabayar merasa puas dan 73,89% pelanggan pascabayar merasa puas.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabri Prayogo dari universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi dengan judul “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kwh-Meter Prabayar Perusahaan Listrik Negara UPJ Kota Magelang*” pada tahun 2018. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna kwh-meter prabayar PLN UPJ Kota Magelang. Penelitian ini sama-sama membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, perbedaannya terletak pada tempat penelitian dimana penelitian tersebut berorientasi di kota Magelang sedangkan penelitian yang ingin peneliti teliti di kota Kapuas.

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Ni Ketut Henny Oktavianti Putri Jaya, Kadek Rai Suwena, dan Made Ary Meitriana, dari Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Fakultas Ekonomi bertajuk “*Studi Komparatif Kepuasan Pelanggan antara Listrik Pintar (Prabayar) dan Listrik Konvensional (Pasca Bayar) pada PT. PLN (Persero) Area Bali Utara Rayon Singaraja*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk membandingkan kepuasan pada pengguna prabayar dan pasca bayar. Persamaan pada penelitian ini adalah untuk membandingkan kepuasan pelanggan prabayar. Perbedaannya terdapat pada teknik yang digunakan dalam menentukan sampling. Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan pelanggan listrik prabayar dan listrik pasca bayar memiliki perbedaan yang signifikan.

Penelitian berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT. Astra International Tbk- Daihatsu Malang)*” dilakukan oleh Bela Dwi Kuntari, Srikandi

Kumadji, Dan Kadarisman Hidayat tahun 2016. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan; pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan; serta pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Perbedaan penelitian ini terlihat dari variabel-variabel yang digunakan yaitu Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian mengatakan bahwa ketiga faktor kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan.

Selanjutnya penelitian Diny Prestiwati dan Budiyanto (2015) diberi judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cyclo Cafe Sidoarjo*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Dan hasil pengujian menunjukkan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

I. Sistematika Pembahasan

Demi memudahkan dalam proses membaca dan memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai teori Pengaruh, Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kwh Meter Prabayar.

Bab III adalah metode penelitian. Bab ini berisi informasi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, subjek dan objek, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini hasil temuan penelitian disajikan dan dijelaskan dalam bentuk analisis, meliputi deskripsi responden, hasil penelitian yang telah dilakukan, dan pembahasan.

Bab V adalah Penutup. Menyajikan kesimpulan penelitian serta saran-saran terhadap hasil dari penelitian yang telah di teliti dan untuk penelitian selanjutnya.