

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Hal pertama yang langsung ditemui bila seseorang atau sebuah perusahaan terjun ke dalam dunia bisnis adalah persaingan. Persaingan dalam dunia usaha tidak akan pernah hilang atau habis. Sementara masyarakat sebagai konsumen mulai beralih menjadi masyarakat yang berbasis pengetahuan yang semakin kritis, dan akan memunculkan permintaan untuk produk maupun jasa yang berkualitas.

Kegagalan suatu perusahaan dalam menyediakan barang atau jasa sebagaimana yang diharapkan oleh pelanggan, akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan pelanggan akan dengan mudah pergi ke tempat lain yang menyediakan barang atau jasa sebagaimana yang mereka harapkan. Perusahaan yang sudah mulai ditinggalkan pelanggannya menunjukkan pertanda bahwa manajemen yang bersangkutan harus segera memperbaiki kinerjanya. Tujuan utama dari kepuasan pelanggan adalah untuk membangun dan memperbaiki, serta mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian kembali suatu produk.

Kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, terutama pada industri jasa. Salah satu ciri utama dari industri jasa yang penting adalah sifatnya yang tidak tahan lama dan langsung habis begitu jasa itu diterima konsumen. Keberhasilan dari produk jasa sangat bergantung dari penilaian konsumen, maka perlu sekali untuk memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen jasa sangat dipengaruhi oleh ekspektasi dan persepsi atas kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga, serta faktor pribadi. Mengingat kepuasan konsumen sangat kritis dalam persaingan perusahaan dalam tahun 1990-an, setiap perusahaan yang tertarik

untuk memberikan pelayanan bermutu harus mulai dengan upaya memahami konsumennya dengan baik.

Saat ini BUMN bergerak dalam seluruh sektor bisnis. Oleh karena itu sebgaiian besar masyarakat akan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Khususnya terhadap sektor bisnis yang belum/tidak tersentuh swasta, yang pada umumnya adalah bidang usaha yang berorientasi pada pelayanan publik. Namun banyak produk/jasa yang disediakan BUMN ternyata tidak sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan sering terdengarnya keluhan masyarakat pengguna jasa atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Pemerintah melalui Kementerian BUMN menyadari bahwa kurang optimalnya penyediaan produk atau jasa oleh BUMN, salah satunya, disebabkan karena kurang profesionalnya pengelolaan BUMN tersebut. Oleh karena itu perlu diambil langkah-langkah baru dalam mengembangkan BUMN. Kebijakan yang diterapkan dalam strategi revitalisasi bisnis tersebut adalah:

1. Peningkatan *shareholder value*;
2. Efektif manajemen;
3. Peningkatan operasi, pelayanan dan pendapatan;
4. Sistem pengadaan barang dan jasa;
5. Restrukturisasi dan privatisasi.

Sesuai dengan *masterplan*, kebijakan peningkatan operasi, pelayanan dan pendapatan bertujuan untuk menciptakan BUMN yang sehat sehingga pada akhirnya dapat memberikan kontribusi kepada Negara dalam bentuk pajak dan dividen. Untuk menunjang kebijakan peningkatan pelayanan tersebut maka kegiatan penelitian kualitas pelayanan BUMN perlu dilaksanakan secara kontinyu (Padmodimulyo, 2004)

Untuk memahami perilaku konsumen terhadap pelayanan yang telah diterima dari PLN, perlu dilakukan suatu kajian tentang pelayanan yang diberikan dan dimensi-dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harus diketahui pula bagaimana hubungan iteraksi antar dimensi-dimensi dan sejauh mana iteraksi tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan kajian

tersebut, diharapkan dapat dirancang suatu pola pelayanan yang mengacu pada strategi pemasaran yang efektif, efisien yang sesuai dengan ekspektasi konsumen sehingga menghasilkan pemakaian yang optimal dalam penggunaan sumber daya serta maksimasi keuntungan perusahaan.

Salah satu upaya untuk meningkatkan pelayanan tersebut, maka dilakukan penelitian kuantitatif untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan dimensi-dimensi layanan dalam rangka peningkatan mutu layanan yang dilakukan di PT PLN Rayon Rivai Palembang. Dimana PLN merupakan salah satu BUMN yang menguasai hajat hidup orang banyak yang berorientasi pada pelayanan publik.

I.2 Rumusan Masalah

Yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah: seberapa besar kesenjangan (gap) kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT PLN Rayon Rivai Palembang?

I.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dikemukakan pada pendahuluan secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui tingkat kepentingan (preferensi), ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap atribut pelayanan jasa yang diberikan.
2. Untuk mengetahui apakah masih terdapat kesenjangan (gap) antara kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Seberapa besar gap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

I.4 Batasan dan Asumsi Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan, maka dalam menyelesaikan permasalahan ini dilakukan pembatasan masalah yaitu: yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mendatangi kantor PLN Rayon Rivai baik masalah gangguan listrik maupun pembayaran rekening listrik dan pegawai yang melayani konsumen.

I.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian terdahulu merupakan suatu cara untuk memfokuskan atau mempertajam penjelasan penelitian yang sudah ada.

1. Defita (2.98.007)

Judul: Analisis faktor-faktor untuk meningkatkan kualitas pelayanan di BAAK dan BAU STT MUSI Palembang dengan menggunakan metode *Service Quality* (ServQual).

Tujuan: Menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagian BAAK dan BAU STT MUSI Palembang dan memberikan usulan peningkatan kualitas pelayanan di BAAK dan BAU STT MUSI Palembang.

2. Legiman (2.99.012)

Judul: Integrasi metode *Service Quality* (ServQual) dan *Quality Function Deployment* (QFD) pada perusahaan PT Kereta Api.

Tujuan: Dengan servqual akan diketahui keinginan-keinginan penumpang Kereta Api sehingga apa yang diinginkan penumpang Kereta Api dapat terpenuhi dan dengan metode QFD akan didapatkan prioritas-prioritas cara meningkatkan kualitas layanan secara terstruktur sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para penumpang Kereta Api dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

3. Efendi (2.00.007)

Judul: Analisis pelayanan pada bagian pengiriman paket di PT Pos Indonesia (Persero) Palembang 30000 dengan metode *Service Quality* (ServQual) dan *Importance And Performance Matrix*.

Tujuan: Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelayanan pada bagian pengiriman paket, mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan memberikan usulan-usulan guna meningkatkan pelayanan pada bagian pengiriman paket di PT Pos Indonesia (Persero) Palembang 30000.

4. Ariviani (Mahasiswa Gunadarma)

Judul: Pelayanan yang diberikan oleh *call center* bank (Mandiri, Citibank, BCA dan HSBC) se-Jabotabek.

Tujuan: Mencari apa yang dapat menyebabkan kepuasan pelanggan dan bagaimana kepuasan pelanggan dapat diukur

5. Sugiman (PT PLN Udiklat Jakarta)

Judul: Workshop (Survai Kepuasan Pelanggan) PT PLN

Tujuan: Para karyawan PT PLN setelah mengikuti pelatihan agar memiliki pengetahuan tentang pengolahan survai kepuasan pelanggan, meliputi: merancang, mengambil data lapangan, mengolah, menganalisis, dan membuat laporan hasil survai kepuasan pelanggan.

Persamaan antara penelitian ini adalah dengan menggunakan kerangka studi analisis kesenjangan. Sedangkan perbedaannya adalah sasaran pelayanan yang diberikan.

I.6 Sistematika Laporan

Secara keseluruhan, tugas akhir ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan teori-teori yang menjadi konsep dasar dan bahan pendukung penelitian. Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan hakikat jasa pelayanan, hakikat kepuasan pelanggan, dan model kesenjangan kepuasan pelanggan dan teori penelitian. Teori-teori ini akan digunakan sebagai dasar dalam pemecahan masalah yang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menerangkan langkah-langkah dan prosedur penelitian untuk menggambarkan bagaimana penelitian dan kerangka berpikir yang dipergunakan untuk penyajian masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini diuraikan tentang data-data yang dibutuhkan sebagai bahan masukan dalam penelitian ini dan cara pengumpulan data tersebut serta pengolahan data yang dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian yang diinginkan sebagai keluaran.

BAB V ANALISIS

Berisi pembahasan dan analisis terhadap hasil-hasil pengolahan data yang dilakukan.

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

Berisi bagaimana kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran-saran untuk penelitian lanjutan