

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan, Pelayanan publik dapat diartikan juga sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan seseorang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Menurut Loina Di dalam bukunya yang bertajuk hubungan masyarakat membina hubungan baik dengan publik (2001:138). Yang beranggapan bahwa sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal, ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintahan seta publik yang lainnya yang berkepentingan. Hal ini memberikan pemahaman bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan, hendaknya harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin agar masyarakat yang menerima pelayanan itu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan atau konsumen menjadi ukuran utama Pelayanan publik, kualitas pelayanan baik dibidang bisnis, manajemen maupun birokrasi. Kepuasan konsumen telah menjadi titik sentral perhatian dalam bisnis dan manajemen sehingga berbagai literatur yang menyangkut bisnis dan manajemen organisasi, baik yang bersifat mencari laba maupun nirlaba menempatkan kepuasan konsumen sebagai ukuran utama

Keberhasilan dari sebuah perusahaan atau penyelenggara pelayanan public dilihat dari banyaknya konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasanya, hal ini tentu di pengaruhi oleh apa yang di berikan oleh perusahaan untuk menarik peminat konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama bagi perusahaan untuk memperhatikan bisnis dan memenangkan persaingan diantara perusahaan yang sejenis. Meskipun tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh, namun setiap perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan kualitas yang baik terutama dalam hal kualitas pelayanan.

Menurut Cadotte, et al (1978) yang dikutip Fandy Tjiptono (2014:353) mendefinisikan “kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa”.Meskipun demikian di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan berikut ini adalah enam konsep ini dalam mengukur kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono, (2014:369), yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction) Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah menanyakan langsung kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penulisan memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen komponennya. Umumnya, proses semacam ini terdiri atas empat langkah. *Pertama*, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, *Kedua*, meminta pelanggan menilai produk dan jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staff layanan pelanggan. *Ketiga*, meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan *keempat*, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan (Confirmation Of Expectations) Konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Minat Pembeli Ulang (Repurchase Intent) Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (Willingness To Recommend) Dalam kasus produk yang pembeli ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (Customer Dissatisfaction) Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: (a) komplain; (b) retur atau pengambilan produk; (c) biaya garansi; (d) product recall (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethoktularnegatif; dan (f) defections (konsumen yang beralih ke pesaing) Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat dikajikan bahwa ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan untuk membeli produk atau jasa perusahaan, yang diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan produk atau jasa perusahaan.

Menurut Fatmawati , Salah satu fungsi pemerintahan yang kini semakin disoroti masyarakat adalah pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi-instansi pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan publik². Peningkatan kualitas pelayanan publik yang diselenggarakan pemerintah kini semakin mengemuka, bahkan menjadi tuntutan masyarakat. Persoalan yang sering dikritisi masyarakat atau penerima layanan adalah persepsi terhadap “kualitas” yang melekat pada seluruh aspek pelayanan.

Listrik merupakan sumber kehidupan bagi masyarakat yang mempunyai fungsi penting sebagai penerangan dan energi dalam segala aktivitas sehari-hari karena era modern ini merupakan zaman yang serba listrik. Ketergantungan manusia akan kebutuhan listrik disebabkan karena energi listrik dapat diubah dalam bentuk lain seperti energi listrik menjadi energi panas. Listrik digunakan dalam menggerakkan peralatan industri, perbankan, rumah tangga, perusahaan, rumah sakit sampai pada pendidikan.

Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencitraan baik bagi perusahaan itu sendiri, serta adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan perusahaan dimata pelanggan atau bahkan perusahaan bisa mendapat kepercayaan yang baik dimata pemerintah.

PT. PLN (Persero) 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 di tuntut untuk lebih memberikan kepuasan pada pelanggannya. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industry dan di iringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN (Persero) menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencitraan baik bagi perusahaan itu sendiri, serta adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin

tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan perusahaan dimata pelanggan atau bahkan perusahaan bisa mendapat kepercayaan yang baik dimata pemerintah.

PT. PLN (Persero) Area Mano merupakan salah satu perusahaan BUMN yang beralamat di Mano, Kecamatan Pocoranaka. ini bergerak di bidang pelayanan pembayaran rekening listrik, pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter dan sebagainya.

Menurut pengamatan singkat yang telah dilakukan di Kecamatan Poco Ranaka terdapat beberapa permasalahan yang berupa keterlambatan pelayanan, ketidakpastian waktu dan biaya pelayanan, listrik illegal sampai adanya orang tertentu yang memanfaatkan situasi tersebut untuk mengambil keuntungan sendiri dengan cara menaikan biaya kerja pada saat ada permasalahan dengan listrik yang tentunya merugikan pelanggan dan pihak PLN sendiri. Fenomena tersebut akan menimbulkan pemikiran-pemikiran negatif dari pelanggan. Berdasarkan temuan penulis di lapangan tentunya masyarakat Kecamatan Pocoranaka yang menikmati pelayanan PT.PLN (pesero) kurang menikmati pelayanan yang diberikan. Berikut ini akan ditampilkan Tabel 1.1 mengenai jumlah Pelanggan PT. PLN (persero) Sub rayon Mano Kecamatan Poco Ranaka.

Tabel 1.1

PT. PLN Sub Rayon Mano Kecamatan Poco Ranaka

Data pelanggan Rumah Tangga Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Pelanggan
2017	4856
2018	4987
2019	7013

Sumber data PT. PLN Sub Rayon Mano Tahun 2018

Dari tabel 1.1 diatas menunjukan bahwa pengguna atau pelanggan Jasa PT. PLN Sub rayon Mano mengalami peningkatan setiap tahun. Dengan adanya peningkatan kebutuhan masyarakat akan Jasa PT. PLN maka salah satu hal yang perlu diperhatikan pemberi jasa adalah kepuasan pelanggannya

Menurut Kuswadi (2003:105) Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu:

- a) Kualitas jasa: konsumen merasa akan puas apabila mereka akan mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang di harapkan
- b) kualitas produk: yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
- c) Harga: yaitu produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen
- d) Faktor situasi: yaitu keadaan atau kondisi yang di alami oleh konsumen
- e) Faktor situasi dari konsumen: karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi

Dari kelima faktor penunjang kepuasan pelanggan di atas yang menurut penulis kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan atau jasa, yaitu, konsumen merasa akan puas

apabila mereka akan mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang di harapkan, karena dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik tentu konsumen akan merasa puas, hal ini juga di kemukakan oleh Zeitzman dan Bitner (2003:305) pelanggan akan merasa puas apabila pemberi layanan dengan senang hati melayani konsumen serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, sehingga pelanggan akan merasa puas.

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penting yang di berikan oleh perusahaan, dengan pelanggan puas dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap perusahaan itu . Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan produk yang diterimanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan tulisan ilmiah dengan judul: ” *Kualitas Pelayanan dalam peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Area Manado, Kecamatan Pucangan Kabupaten Manggarai Timur*”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Pengertian kualitas pelayanan
2. Pengertian kepuasan pelanggan
3. Kualitas pelayanan dalam peningkatan kepuasan pelanggan

C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

1. TujuanPenulisan

- a. Untuk mengetahui pengertian kualitas pelayanan
- b. Untuk mengetahui pengertian kepuasan pelanggan
- c. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan/ manfaat Penulisan

Berdasarkan tujuan penulisan di atas maka kegunaan dari penulisan ini adalah

1. Praktis

Diharapkan dengan adanya penulisan ini maka dapat memberi suatu masukan berbagai pihak khususnya pelaksana Kepuasan Pelanggan dalam hal ini PLN agar dapat meningkatkan pelayanan lebih baik lagi.

2. Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah kepuasan pelanggan.
- b. Dengan melakukan penulisan, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi penulis untuk dapat berfikir secara analisis dan dinamis di masa yang akan datang.