

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi seorang pelanggan atau konsumen setelah menerima produk atau jasa dari perusahaan. Hal ini terjadi ketika pelanggan membandingkan harapan mereka terhadap produk atau layanan yang mereka terima dengan kenyataan. Oleh karena itu, kepuasan bersifat subjektif. Rating tergantung pelanggan itu sendiri. Menurut Caniago (2022) kualitas adalah keadaan dinamis yang terkait dengan produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan yang meminimalkan atau mengurangi risiko. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai pelanggan penentu indikator seberapa baik karyawan tersebut berada di suatu perusahaan hingga dapat memenuhi harapan pelanggan. Penerimaan pelayanan yang baik akan berujung pada kepuasan pelanggan, yang tentunya akan menciptakan citra positif terhadap layanan perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana perusahaan mampu mengurangi kebutuhan, permintaan, dan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ini dapat diukur melalui berbagai metode, termasuk dengan cara survey, wawancara, dan pengukuran kualitas produk atau layanan. Metode-metode tersebut dapat membantu perusahaan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kualitas kepuasan pelanggannya. Perusahaan dapat melakukan identifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Kepuasan pelanggan juga sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang merasa puas cenderung untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang sama dan merekomendasikan kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur suatu perusahaan bagaimana akan kedepannya atau bahkan ada beberapa hal yang mesti diubah karena adanya pelanggan yang merasa tidak puas tentunya pelanggan tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidak puasannya kepada pelanggan lainnya.

Jika pelanggan tidak puas, memungkinkan mereka tidak akan kembali dan dapat beralih ke perusahaan lain. Tentu saja hal tersebut dapat menjadi ancaman utama bagi perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah hal penting untuk keberhasilan perusahaan, karena pelanggan yang baik akan memberikan umpan balik yang positif dan merekomendasikan perusahaan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan kualitas produk dan layanannya, memperhatikan masukan pelanggan, dan menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan melalui pelayanan pelanggan yang prima. Perasaan senang atau kecewa yang ada ketika kinerja suatu produk dibandingkan dengan harapan pelanggan merupakan kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk dan layanan, harga, komunikasi, persepsi dan harapan pelanggan.

Perusahaan yaitu setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus, didirikan, bekerja, dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Perusahaan dapat berupa perusahaan swasta yang dimiliki oleh perusahaan perseorangan maupun perusahaan persekutuan, serta perusahaan negara yang didirikan dan dimiliki negara. Perusahaan juga dapat dibedakan berdasarkan bentuk badan usaha, yaitu berbadan hukum atau tidak berbadan hukum. Perusahaan berbadan hukum terdiri dari perusahaan-perusahaan swasta yang didirikan oleh perseorangan atau beberapa orang secara bekerja sama, serta perusahaan negara yang didirikan dan dimiliki oleh negara. Sedangkan perusahaan tidak berbadan hukum, seperti perusahaan perseorangan, adalah bentuk usaha yang tidak memiliki badan hukum dan tidak termasuk dalam persekutuan atau perkumpulan.

Perusahaan adalah suatu lembaga yang mempunyai misi menjual barang dan jasa. Dunia usaha memiliki hubungan yang erat dengan konsumen, dan konsumen berperan sebagai penyalur barang dan jasa yang dihasilkan oleh dunia usaha. Dalam bertransaksi barang dan jasa, konsumen mempunyai persepsi terhadap perusahaan yang dapat menimbulkan reaksi positif maupun negatif. Jika konsumen memberikan respon positif

terhadap produk atau jasa yang diterima, maka citra perusahaan di mata konsumen juga akan meningkat. Untuk menciptakan kesan yang baik di mata konsumen, maka penting untuk memperhatikan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dapat berusaha memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen.

PT. PLN (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pemberian pelayanan dari Perusahaan BUMN yang baik dan berkualitas dapat membuat masyarakat merasa puas, tidak dirugikan, dan merasa dihargai haknya sebagai konsumen dari pengguna jasa pemerintah tersebut. PT. PLN (Persero) merupakan satu-satunya Perusahaan di Indonesia yang menyediakan jasa kebutuhan listrik kepada Masyarakat. Saat ini kebutuhan akan listrik sangat tinggi. Bahkan dapat dikatakan pada saat ini adalah zaman serba listrik, sehingga membuat listrik mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat.

Kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kualitas pelayanan ini dapat kita lihat dari lima dimensi yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Dengan penjelasan dari lima dimensi tersebut dapat meningkatkan kinerja dan memenuhi keinginan pelanggan.

Penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. PLN memiliki pengaruh yang relevan terhadap kepuasan pelanggannya. Misalkan, penelitian pada PT. PLN (Persero) UP3 Payakumbuh yang dapat menjabarkan ke lima dimensi dalam satu mekanisme pelayanannya. Kualitas pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan citra perusahaan dan meminimalisasi masalah yang dihadapi pelanggan. Pada penelitian yang berbeda juga telah menemukan bahwa kualitas pelayanan disuatu PT. PLN dapat ditingkatkan melalui kinerja pada lima dimensi kualitas pelayanan. Dan penelitian lainnya juga ada yang menggunakan observasi langsung. Dengan mengamati langsung tindakan bagaimana pelayanan yang diberikan pegawai kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) adalah kepuasan Pelanggan dan ditentukan oleh kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan ini mencakup beberapa aspek seperti keandalan, keamanan, daya tanggap, bukti nyata, dan empati. Jadi, dengan demikian PT. PLN (Persero) harus mampu memperhitungkan kelima aspek tersebut dalam mekanisme pelayanan yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) dapat juga diukur menggunakan beberapa aspek, seperti *tangibility* (bukti fisik), yang meliputi fasilitas yang tersedia dan infrastruktur yang ada. Selain itu, kualitas pelayanan juga dapat diukur dengan menggunakan skala Likert, seperti sangat setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

PT. PLN (Persero) berusaha selalu untuk meningkatkan kualitas pelayanan, ini dibuktikan dengan hadirnya fasilitas *call center* 123 yang dapat melayani pelanggan 24 jam. PT. PLN (Persero) menyadari bahwa ditengah pasar yang semakin terbuka, memuaskan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk sukses. Dimana, tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam mengembangkan suatu sistem layanan yang tanggap terhadap konsumen. Sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian atau penjualan energi listrik PT. PLN (Persero) dalam meraih keuntungan tidak mengandalkan pada volume penjualan saja, tetapi harus berorientasi pada *long term satisfaction*. Qomariah dan Wibowo (2019) menjelaskan bahwa Kepercayaan atau keyakinan, sebagai persepsi keaslian dari sudut pandang konsumen, didasarkan pada pengalaman, lebih khusus lagi pada serangkaian transaksi atau interaksi yang ditandai dengan terpenuhinya harapan mengenai kinerja produk dan kepuasan pelanggan.

PT.PLN (Persero) harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima menurut Rinawati (2020) kemampuan untuk mengantisipasi, **mengenali**, dan memenuhi harapan **pelanggan**, serta **melampaui keinginan** dan **kekhawatiran** pelanggan. Selain memberikan pelayanan yang ekselen (prima), PT.PLN (Persero) menerapkan upaya-upaya untuk nilai pelanggan yang berkualitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan untuk mencapai keuntungan Perusahaan.

PT. PLN sebagai perusahaan penyedia energi listrik yang fokus pada penyediaan energi listrik yang terjamin dan realibel, maka pelayanan yang baik bagi perusahaan ini dapat diterapkan melalui beberapa aspek. Pertama, pelayanan yang baik dicapai dengan memberikan pelayanan yang efektif dan efisien. Menyelesaikan masalah teknis dengan cepat dan akurat dengan memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang status jaringan dan biaya penagihan. Kedua, pelayanan yang baik juga dapat dicapai melalui interaksi yang baik dengan pelanggan, termasuk memberikan bantuan dan dukungan tepat waktu serta memberikan bantuan dan dukungan tepat waktu serta memberikan solusi efektif terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan. Dengan cara ini PT. PLN mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga reputasi baik sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap kualitas layanan.

Dengan diberikannya pelayanan yang baik kepada pelanggan, diharapkan PT.PLN (Persero) Area Payakumbuh dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal, sehingga terciptanya citra yang baik terhadap perusahaan. Berdasarkan dari latar belakang diatas penulis ingin menjelaskan mengenai kualitas pelayanan yang terdapat pada PT.PLN (Persero) Area Payakumbuh, untuk tugas akhir dengan judul; **“Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT.PLN (Persero) UP3 Area Payakumbuh”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diterapkan pada PT.PLN (Persero) UP3 Area Payakumbuh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari kegiatan magang ini untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diterapkan pada PT.PLN (Persero) UP3 Area Payakumbuh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil dari magang ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan ilmu pengetahuan yang berguna sebagai referensi bagi PT.PLN (Persero) UP3

Payakumbuh, sehingga dapat dimanfaatkan secara efektif dalam perusahaannya.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari magang ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT.PLN (Persero) pelayanan pemasaran yang efisien dan efektif untuk keberlanjutan usaha.

### **1.5 Tempat dan Waktu Magang**

Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT.PLN (Persero) UP3 Payakumbuh yang beralamat di Jl. Moh. Yamin, Padang Tiakar Hilir, Kec.Payakumbuh Timur, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat. Kegiatan magang ini akan dilakukan penulis sesuai kebijakan Universitas Andalas yaitu berlangsung selama 40 hari.

### **1.6 Sistematika dan Waktu Magang**

Adapun sistematika laporan magang ini adalah:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan magang.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Memberikan landasan teori yang menjelaskan teori-teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasann tugas akhir (laporan magang).

#### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Menguraikan tentang gambaran umum dari PT.PLN (Persero) UP3 Area Payakumbuh.Terdiri dari Sejarah singkat perusahaan, visi, misi, dan motto perusahaan, kegiatan usaha perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan data dan pembahasan tentang Kualitas Pelayanan Jasa pada PT.PLN (Persero) UP3 Area Payakumbuh.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.