

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan karena saat ini mulai banyaknya jasa yang ditawarkan oleh perusahaan mengakibatkan konsumen akan semakin selektif terhadap suatu jasa yang digunakan. Mereka akan melihat dan menilai berbagai hal yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, untuk menghadapi hal demikian perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan mengelola kualitas pelayanan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Kondisi ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama tentang sistem nilai dan cara pandang masyarakat untuk lebih menuntut pelayanan yang lebih baik yang sesuai dengan keinginannya (Kotler dan Amstrong, 2008). Perubahan kondisi tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan di segala bidang yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk memperhatikan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan (Atmawati dan Wahyudin, 2007). Kotler (2008) kepuasan adalah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara kinerja atas produk dengan ekspektasi mereka pada saat mendapatkan. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran kebaikan suatu produk atau jasa kepuasan para konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan daya saing untuk memenangkan persaingan. Rambat Lupio Adi (2004).

Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyudin, 2004). Arief (2007:118) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengembalian atas tingkat keunggulan tersebut, kualitas pelayanan juga harus memperhatikan berbagai dimensi dikarenakan hal yang dilakukan perusahaan yang maksimal tentang pelayanan yang ada sehingga nantinya dapat mempersepsikan bahwa konsumen adalah raja sehingga didapatkan pelayanan yang maksimal. Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran yang didapatkan konsumen adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen oleh sebab itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan terhadap konsumen terutama pada perusahaan jasa.

Salah satu perusahaan atau organisasi yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan adalah PT PLN, di Indonesia PT PLN merupakan salah BUMN yang memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat baik masyarakat kalangan bawah

maupun kalangan atas. PT PLN di Indonesia sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. PT PLN banyak memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat, diantaranya pelayanan pemasangan listrik baru, penambahan daya listrik, kemudian lampu penerangan jalan dan layanan gangguan listrik PT PLN harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik baiknya atau bahkan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat karena akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Dengan berjalannya waktu PT PLN cabang Ambulu sejak dulu mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan pelayanan dengan memanfaatkan jejaring saat ini. Namun pada saat ini kenyataannya masih banyak komplain dari para konsumen dalam berbagai hal seperti keterlambatan pelayanan, ketidakpastian waktu dan biaya pelayanan dan lain-lain oleh sebab itu alasan peneliti melakukan penelitian di PT PLN cabang Ambulu. Berikut merupakan data jumlah pengunjung dari Januari- Mei 2019:

Tabel 1.1

Survey Awal Nilai Kepuasan Konsumen

Elemen	Target	kepuasan	persentase
<i>Tangible</i> (Bukti fisik)	90	70	63%
<i>Kehandalan</i> (Reliability)	90	70	63%
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	90	75	67%
<i>Assurance</i> (Jaminan)	90	80	72%
<i>Emphaty</i> (Empati)	90	85	76%

Sumber : PT PLN Cabang ambulu

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah interpretasi awal belum sesuai dengan yang diharapkan karena menurut kominfo survey kepuasan masyarakat (SKM) pada tahun 2017-2018 berada diangka 77,8% sehingga perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap pelayanan kepada konsumen agar dapat merasakan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana analisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT PLN Cabang Ambulu dengan menggunakan metode *importance performance analysis (IPA)* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan pendekatan 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dengan menggunakan metode IPA.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Pihak perusahaan
Dapat memberikan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan guna mempertahankan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik bagi para konsumen PT PLN Ambulu.
2. Pihak Akademisi
Sebagai bahan masukan yang diharapkan dapat menambah dan memberi wawasan dalam perkembangan ilmu pengetahuan serta dijadikan sebagai bahan wacana untuk penelitian lebih lanjut.
3. Peneliti
Sebagai bahan masukan yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa pada PT PLN Ambulu.