

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan Listrik Negara (disingkat PLN) adalah sebuah BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, PLN harus dapat menjaga kepercayaan dari para pelanggan atau konsumen. Kepercayaan sangatlah penting, karena tanpa kepercayaan dari para pelanggan atau konsumen PLN tidak dapat hidup dan berkembang. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan tersebut, maka PLN perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Pihak-pihak dari PLN pun harus memperbaiki kinerja karyawan dengan cara memberikan sosialisasi kepada karyawan bahwa harus memperkuat kualitas kinerja serta menekankan kepada citra perusahaan terlebih dahulu. Sebab citra perusahaanlah yang menjadi kunci memperbaiki citra PLN dimata pelanggan.

Citra dapat di bangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Menurut Frank Jefkins dalam Rusady Ruslan (2005 : 76) citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas dibidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen

mengadakan riset. Kolter (diterjemahkan oleh Hendra Teguh, 2007:388) mengatakan bahwa “Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya yang berupa barang dan jasa”. Sejalan dengan pendapat tersebut, Myers dan Reynold (diterjemahkan oleh Hendra Teguh, 2006:211) menempatkan konteks citra perusahaan (*corporate image*) ke dalam konsep yang member bentuk dan dasar bagi langkah selanjutnya (*gestalf concept*). Setiap perusahaan memiliki citra yang tidak disadari atau tidak melekat pada perusahaan tersebut. Akan tetapi tidak sedikit produk atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan memiliki citra yang begitu melekat pada benak konsumen.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat diartikan citra perusahaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di masyarakat tentang perusahaan, dimana citra tersebut berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi, dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi.

Zeithaml (1990:144) mengungkapkan secara umum, citra perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh kelompok khalayak sarannya;
2. Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas atau kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi khalayaknya;
3. Citra yang baik tersebut telah dipersentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan, kebanggaan, nilai-nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran;

4. Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiataannya;
5. Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup, menggunakan teknologi ramah lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

Untuk memperbaiki citra, hal yang harus dilakukan oleh PLN adalah pelayanan yang prima. Pelayanan prima menurut Zeithaml (1990:53), "*Excellence in customer service is the hallmark of success in service industries and among manufacturers of products that require reliable service*". Artinya, Keunggulan dalam layanan pelanggan adalah ciri keberhasilan dalam industri jasa dan di antara produsen produk yang memerlukan layanan handal.

Definisi mengenai pelayanan prima juga diungkapkan oleh para pelaku bisnis, terdapat dalam buku pelayanan prima Atep Adya Barata (2008:27) layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting serta melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat. Layanan prima juga merupakan pelayanan dengan mengutamakan Citra perusahaan, atau pelayanan optimal yang menghasilkan citra perusahaan, dan menempatkan pelanggan sebagai mitra. Selain itu, layanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas, serta upaya layanan terpadu untuk citra perusahaan.

Dari pengertian di atas pelayanan prima dapat dilihat baik dari segi ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses, kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan, kualitas pelayanan

berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis, kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan, kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya. Tujuannya adalah untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan, menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga, menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan, menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen, menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan, menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya, dan mempertahankan pelanggan. Hal diatas juga berfungsi untuk menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha, menciptakan mangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa, memenangkan persaingan pasar dan memberikan keuntungan pada perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Masudi, di bagian Pelayanan di PT. PLN (Persero) UPJ Kopo pada tanggal 14 Januari 2013. Sistem pelayanan yang digunakan oleh PT. PLN (Persero) yaitu Pelayanan Pelanggan Terpadu, Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpadu ini memadukan seluruh proses bisnis tata usaha langganan PLN dengan sistem pengelolaan dan pengawasan pendapatan perusahaan (P2APST), sistem Enterprise Resource Planning (ERP), sistem listrik Prabayar, sistem non-tagihan listrik, Contact Center 123 serta fitur lain sehingga menjadikan pelayanan PLN lebih mudah, cepat dan pasti. Dengan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpadu ini,

pelanggan PLN dapat melakukan permintaan pasang baru, perubahan daya, maupun penyambungan sementara listrik kapan saja dan dimana saja. Dengan aplikasi ini, para pelanggan dan calon pelanggan PLN cukup menghubungi PLN lewat salah satu saluran Contact Center 123 (telepon 123, email pln123@pln.co.id, akun facebook pln123, dan akun twitter @pln_123) akan dilayani oleh para petugas PLN tanpa harus datang ke kantor PLN. Setelah melakukan registrasi, transaksi pembayaran dilakukan lewat perusahaan atau ATM perusahaan.

Tabel 1. 1
Pelayanan di PT. PLN (Persero)

No.	Pelayanan	Divisi
1	Pasang Baru	Pelayanan Penyambungan
2	Tambah Daya	Pelayanan Penyambungan
3	Ganti KWH	Pelayanan Penyambungan
4	Pesta	Pelayanan Penyambungan
5	Gangguan Pelanggan	Pelayanan Teknik (Yantek)

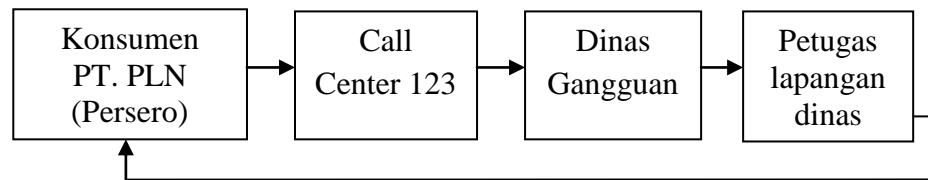
Sumber : Bagian Pelayanan tahun 2013 PT PLN UPJ Kopo

Pelayanan yang ada di PT PLN (Persero), yaitu pasang baru, tambah daya, ganti KWH meter, pesta dan gangguan pelanggan (umum). Yang penulis teliti hanya terfokus pada divisi pelayanan teknik (yantek) yang bertugas melayani gangguan pelanggan. Adapun pekerjaan pelayanan teknik meliputi, sebagai berikut:

1. Pelayanan Gangguan (Korektif),
2. Inspeksi dan Pemeliharaan Jaringan Distribusi (Preventif),
3. Pemeliharaan Gardu Trafo Distribusi (Gadis patas), dan
4. Pemeliharaan Data Induk Jaringan (DIJ).

Pelayanan teknik yang berorientasi pada pelanggan memiliki tugas menekan jumlah gangguan dan mengurangi lamanya pemadaman. Kegiatan

pemeliharaan baik terhadap jaringan maupun trafo distribusi dilakukan dalam upaya mencegah sedini mungkin terjadinya gangguan.



Sumber : Bagian Pelayanan tahun 2013 PT PLN UPJ Kopo

Gambar 1. 1
Alur Pelayanan

Berdasarkan gambar di atas menjelaskan bahwa alur pelayanan yang terjadi dari konsumen yang mengalami gangguan listrik, apabila konsumen tidak mengetahui nomor telepon kantor PLN terdekat maka konsumen menghubungi dahulu call center 123, dari call center 123 lalu konsumen ditanyakan apa yang dapat dibantunya, menanyakan alamat konsumen dan lain-lain. Setelah konsumen menghubungi call center 123, kemudian pihak call center melaporkan kepada PLN terdekat konsumen lalu dari pihak dinas gangguan melaporkan kepada petugas lapangan yang akan menangani gangguan dirumah konsumen tersebut.

Tabel 1. 2
Rekapitulasi data gangguan pelanggan PT. PLN (Persero) UPJ Kopo Periode Tahun 2008-2012

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Target Gangguan Pelanggan	Gangguan Pelanggan	Presentasi (%)	Keterangan
1	2008	55821	0	6271	11,23	—
2	2009	57691	0	6962	12,06	Naik
3	2010	60013	0	7589	12,64	Naik
4	2011	62371	0	8087	12,96	Naik
5	2012	64142	0	8626	13,44	Naik

Sumber : Data PLN UPJ Kopo Bagian Dinas Gangguan, 2013 (Data diolah Penulis)

Berdasarkan data dari tabel 1.2 di atas memberikan informasi bahwa pada tahun 2008 dengan jumlah pelanggan 55821 perusahaan menargetkan 0 (nol) atau 0% (nol persen) untuk gangguan pelanggan ternyata pada kenyataannya terjadi gangguan pelanggan 6271 atau 11,23%, pada tahun 2009 dengan jumlah pelanggan 57691 perusahaan menargetkan 0 (nol) atau 0% (nol persen) untuk gangguan pelanggan ternyata pada kenyataannya terjadi gangguan pelanggan 6962 atau 12,06%, pada tahun 2010 dengan jumlah pelanggan 60013 perusahaan menargetkan 0 (nol) atau 0% (nol persen) untuk gangguan pelanggan ternyata pada kenyataannya terjadi gangguan pelanggan sebesar 7589 atau 12.64% selanjutnya pada tahun 2011 dengan jumlah pelanggan mengalami kenaikan sebesar 2358 yaitu menjadi 62371 perusahaan menargetkan 0 (nol) atau 0% (nol persen) untuk gangguan pelanggan ternyata pada kenyataannya terjadi gangguan pelanggan sebesar 8087 atau 12.96% kemudian pada tahun 2012 dengan jumlah pelanggan mengalami kenaikan sebesar 1771 yaitu menjadi 64142 perusahaan menargetkan 0 (nol) atau 0% (nol persen) untuk gangguan pelanggan ternyata pada kenyataannya terjadi gangguan pelanggan sebesar 8626 atau 13.44% .

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa terjadi kenaikan jumlah pelanggan pada tahun 2008-2012. Dengan gangguan pelanggan yang terus meningkat dari tahun 2008-2012. Hal ini diduga disebabkan oleh kurangnya pemeliharaan dan inspeksi (gardu dan jaringan distribusi) oleh petugas PLN yang dilakukan secara rutin kepada pelanggannya.

Tabel 1. 3
Daftar Respon Time Dan Recovery Time Pelayanan Penanganan Gangguan UPJ
Kopo

Periode Bulan Januari-Desember 2012

BULAN	RESPON TIME		RECOVERY TIME		TARGET	
	TERLAMA	RATA-RATA	TERLAMA	RATA-RATA	RESPON	RECOVERY
JANUARI	60,00	45,13	80,00	79,21	30	90
FEBRUARI	60,00	52,45	90,00	97,43	30	90
MARET	120,00	54,12	420,00	95,53	30	90
APRIL	40,00	23,14	305,00	91,13	30	90
MEI	70,00	46,14	50,00	70,34	30	90
JUNI	60,00	45,21	90,00	91,24	30	90
JULI	70,00	46,17	90,00	92,42	30	90
AGUSTUS	60,00	47,18	245,00	90,98	30	90
SEPTEMBER	100	53,16	130,00	87,64	30	90
OKTOBER	70,00	45,98	90,00	96,32	30	90
NOVEMBER	40,00	35,87	230,00	97,81	30	90
DESEMBER	70,00	45,34	150,00	97,21	30	90
RATA-RATA	68,33	44,99	164,17	90,61	30,00	90,00

Sumber : Data PLN UPJ Kopo Bagian Dinas Gangguan, 2013

Terdapat beberapa hal yang membuat citra PLN kurang yaitu dari lamanya petugas yang datang (*Respon time*) kepada pelanggan karena minimnya petugas, dalam hal ini petugas yang ada dilapangan terdapat 2 unit sedangkan target yang ada adalah 30 menit. Selain itu juga dilihat dari lama petugas menangani gangguan yang ada (*Recovery time*), apabila petugas sulit menangani gangguan, maka waktunya pun akan lama sedangkan target petugas menangani gangguan pelanggan yaitu 90 menit. Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa rata-rata *respon time* gangguan pelanggan adalah 44,99 menit dan rata-rata *recovery time* gangguan pelanggan adalah 90,61. Hal ini mencerminkan bahwa pelayanan di PLN khususnya UPJ Kopo kurang prima atau kurang memberikan pelayanan yang terbaik. Kurangnya pelayanan prima akan berdampak negatif pada Citra perusahaannya.

Gronroos dalam bukunya Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2007:140) menyatakan bahwa, Citra perusahaan dipengaruhi oleh dua komponen kualitas, yaitu kualitas teknikal (*technical quality*) terkait dengan solusi teknikal, sistem komputisasi, sistem informasi, kemampuan mesin dan kemampuan karyawan, serta kualitas fungsional (*functional quality*) terkait dengan kemudahan konsumen untuk mengakses, tampilan fisik kantor, hubungan jangka panjang dengan pelanggan, hubungan internal di dalam perusahaan, sikap, perilaku, dan jiwa pelayanan dari pemberi jasa/pelayanan.

Menyoroti pendapat Gronroos tersebut, maka Citra perusahaan dipengaruhi oleh tingkat kualitas baik dari segi kualitas teknikal maupun fungsional. Kualitas ini lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik atau pelayanan prima pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya, dan keuntungan).

Berdasarkan pendapat dari Gronroos tersebut, unsur-unsur untuk meningkatkan citra PT. PLN (Persero), maka salah satunya PT. PLN (Persero) perlu menyiapkan pegawai yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggan/konsumennya. Pegawai yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan/konsumen ini kita sebut pelayanan prima Pelayanan Teknik (Yantek).

Buchari Alma (2005:375) mengungkapkan bahwa, citra tidak dapat dicetak seperti membuat barang di pabrik, akan tetapi citra adalah kesan yang

diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi pelayanan. Pelayanan prima merupakan sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan pelanggan dengan cara sebaik-baiknya. Kemampuan professional para pemberi jasa di uji pada bagian ini, sehingga unit layanan dalam menghasilkan produk jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, untuk meningkatkan citra PT. PLN (Persero), maka salah satunya perusahaan perlu menyiapkan pegawai yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan konsumen/pelanggannya. Pegawai PT. PLN (Persero) yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan konsumen/pelanggan ini disebut Pelayanan Teknik (Yantek). Untuk itu, Peneliti menduga kualitas pelayanan di bagian Pelayanan Teknik (Yantek) yang ada pada kualitas fungsional pada PT. PLN (Persero) menjadi penyebab rendahnya citra PT. PLN (Persero). Kemungkinan pegawai PT. PLN (Persero) kurang mampu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan konsumen/ pelanggan, sehingga citra pada PT. PLN (Persero) tersebut pun menurun. Maka dari itu penulis tertarik mengkaji lebih dalam mengenai pelayanan prima yang berpengaruh terhadap citra perusahaan. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Pencitraan pada Bagian Pelayanan Teknik (Yantek) PT PLN (Persero) Area Pelayanan dan Jaringan Bandung (Penelitian pada Pelanggan PT PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu Tengah RT 03 RW 15)”**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas inti yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah masalah Citra perusahaan yang ditinjau dari pelayanan prima. Dimana turunnya citra perusahaan ini terjadi karena performa dan pelayanan perusahaan di duga kurang sesuai dengan ketentuan ketika melayani konsumen.

Upaya dalam merealisasikan agar bisa meningkatkan citra perusahaan tersebut salah satunya perusahaan harus memiliki pelayanan yang baik atau pelayanan prima dalam melayani para konsumen itu akan menjadikan konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Karena tidak menutup kemungkinan adanya pelayanan PLN yang kurang mampu memberikan pelayanan dan membina hubungan yang baik dengan konsumen, sehingga citra pada PLN tersebut menurun. Secara terperinci identifikasi masalah dalam penelitian ini dibatasi dengan rumusan penelitian berikut :

1. Bagaimana gambaran tingkat pelaksanaan Pelayanan Prima di bagian Pelayanan Teknik (Yantek) di PT. PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu RT 03 RW 15 ?
2. Bagaimana gambaran tingkat Citra yang baik di mata konsumen PT. PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu RT 03 RW 15 ?
3. Adakah pengaruh Pelayanan Prima terhadap Pencitraan di bagian Pelayanan Teknik (Yantek) PT. PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu RT 03 RW 15 ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan dan melakukan kajian secara ilmiah tentang Pengaruh Pelayanan Prima di bagian Pelayanan Teknik (Yantek) terhadap Citra PT PLN (Persero) UPJ Kopo. Analisis tersebut diperlukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pelayanan prima terhadap pencitraan perusahaan. Secara khusus, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran tingkat pelayanan prima di bagian Pelayanan Teknik (Yantek) di PT. PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu RT 03 RW 15.
2. Untuk mengetahui gambaran tingkat Citra pada PT. PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu RT 03 RW 15.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh Pelayanan Prima terhadap Pencitraan di bagian Pelayanan Teknik (Yantek) PT PLN (Persero) UPJ Kopo Kelurahan Margahayu RT 03 RW 15.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Secara teoritis, peneliti ini diharapkan memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu ekonomi manajemen khususnya pada bidang manajemen perkantoran, melalui pendekatan serta metode-metode yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek strategi efektifitas organisasi yang menyangkut pengaruh pelayanan prima terhadap Citra perusahaan, sehingga diharapkan

penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam pengembangan teori efektifitas organisasi.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu untuk memberikan masukan kepada PT. PLN (Persero) UPJ Kopo untuk dijadikan pertimbangan dalam mengoptimalkan pelayanan prima sebagai salah satu upaya peningkatan citra perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan dan pengalaman sehingga dapat mengaplikasikan teori yang dimiliki dalam dunia kerja untuk mencoba menganalisa fakta, data, kendala dan peristiwa yang terjadi pada suatu perusahaan tertentu. Selain itu, dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain khususnya mengenai pelayanan prima yang mempengaruhi citra perusahaan.