

**KUALITAS PELAYANAN KELUHAN PELANGGAN PADA PT PLN (Persero)
UNIT LAYANAN PELANGGAN KARANG**

Tugas Akhir

Oleh

SILVIA ANDANI



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

ABSTRAK

KUALITAS PELAYANAN KELUHAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) UNIT LAYANAN PELANGGAN KARANG

Oleh

SILVIA ANDANI

Pelayanan memainkan peran kunci dalam kesuksesan bisnis. Namun, tidak selamanya bisnis berjalan tanpa hambatan. Terkadang, pelanggan mengalami ketidakpuasan atau keluhan terhadap produk atau layanan yang diberikan. Salah satu cara perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya adalah menangani keluhan atau *complain* sebaik mungkin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis layanan yang ada pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karang melalui dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi serta dokumentasi. Hasil penelitian yang di dapat setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan adalah pelayanan yang ada pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karang masih kurang baik pelayanannya. Hal ini dikarenakan masih ditemukannya *complain* dari pelanggan pada indikator *assurance* dan *empathy* karena produk atau jasa yang ditawarkan masih menemui masalah, namun untuk pelaksanaan pelayanannya sudah sesuai dan mengikuti *Standar Operational Prosedure* (SOP) pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Kata Kunci: Pelayanan, Kualitas Pelayanan, Keluhan Pelanggan

ABSTRACT

QUALITY OF SERVICE CUSTOMER COMPLAINTS AT PT PLN (PERSERO) CUSTOMER SERVICE UNIT KARANG

By

SILVIA ANDANI

Service plays a key role in business success. However, the business does not always run without a hitch. Sometimes, customers experience dissatisfaction or complaints about the products or services provided. One way for companies to improve the quality of their services is to handle complaints as best they can. This study aims to identify and analyze the existing services at PT PLN (Persero) Karang Customer Service Unit through the dimensions of service quality consisting of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The research method used in this study is a qualitative method with data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of the research that were obtained after the authors conducted research and observations were that the services available at PT PLN (Persero) Karang Customer Service Unit were still lacking in good service. This is because there are still complaints from customers on the indicators of assurance and empathy. After all, the product or service offered still encounters problems, but the implementation of the service is appropriate and follows the service Standard Operational Procedure (SOP) set by the company.

Keywords: Service, Service Quality, Customer Complaints

**KUALITAS PELAYANAN KELUHAN PELANGGAN PADA PT PLN
(Persero) UNIT LAYANAN PELANGGAN KARANG**

Oleh

SILVIA ANDANI

Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)

Pada

Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Tugas Akhir

**: KUALITAS PELAYANAN KELUHAN
PELANGGAN PADA PT PLN (Persero)
UNIT LAYANAN PELANGGAN KARANG**

Nama Mahasiswa

: Silvia Andani

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2006061029

Program Studi

: Diploma III Administrasi Perkantoran

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. Dosen Pembimbing

**Ghia Subagja, S.E., M.M.
NIK 231808921127101**

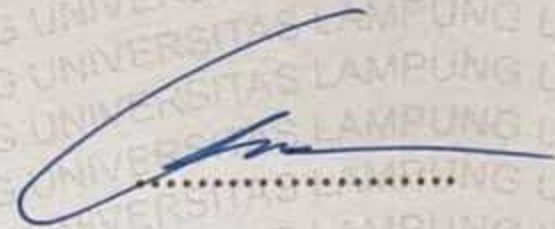
2. Ketua Program Studi D-III Administrasi Perkantoran

**Mediya Destalia, S.A.B., M.AB.
NIP 19851215 200812 2 002**

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : Ghia Subagja, S.E., M.M.



Penguji Utama : Ita Prihantika, S.Sos., M.A.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 03 Juli 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvia Andani
NPM : 2006061029
Program Studi : D-III Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIP)
Alamat : Jl. Amd Tumenggung LK II Kel. Gunung Sulah
Kec. Way Halim, Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul **“KUALITAS PELAYANAN KELUHAN PELANGGAN PADA PT PLN (Persero) UNIT LAYANAN PELANGGAN KARANG”** adalah benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (maupun milik oran lain) maupun dibuat orang lain. Apabila ditemukan dari hasil penelitian Tugas Akhir saya terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak tertekan dari pihak-pihak lain.

Bandar Lampung, 03 Juli 2023

Yang membuat pernyataan




Silvia Andani

NPM. 2006061029

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Silvia Andani dilahirkan di Kota Bandar Lampung, pada tanggal 29 Juli 2001. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan bapak Asli dan ibu Rohela Wati. Alamat tempat tinggal penulis di Jalan Amd. Tumenggung Way Halim Bandar Lampung.

Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Dwi Tunggal diselesaikan tahun 2007, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SDN 1 Gunung Sulah pada tahun 2013, Sekolah Menengah Pertama (SMP) DI SMPN 29 Bandar Lampung pada tahun 2016, dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di SMKN 1 Bandar Lampung pada tahun 2019.

Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Diploma-III Jurusan Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SIMANILA. Selain mengikuti perkuliahan, penulis juga aktif dalam kepengurusan Himpunan Mahasiswa Diploma (HMD) Administrasi Perkantoran Universitas Lampung pada periode 2021-2022 menjabat sebagai Koordinator Eksternal yang mengurus kegiatan yang berhubungan dengan pihak eksternal kampus. Selain itu penulis juga aktif kegiatan di luar kampus seperti magang dan *part time*.

MOTTO

“Kekuatan dan kepintaran adalah modal. Tapi tidak ada yang lebih dahsyat dari keberanian dan ketekunan”

(Merry Riana)

“Anda mungkin bisa menunda, tapi waktu tidak akan menunggu”

(Benjamin Franklin)

PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya.

Dengan ini saya ingin mempersembahkan karya tulis ini kepada :

Kedua orang tua saya yang tidak bisa saya deskripsikan lagi peran besar dan pengorbanannya di kehidupan saya hingga saya bisa sampai di tahap ini. Terima kasih atas dukungan moril dan materil yang telah kalian berikan.

Terima kasih juga untuk diri sendiri yang telah kuat bertahan dan berjuang hingga saat ini.

Terima kasih juga untuk sahabat saya Doni, Irfan, Arini, Fahri, Umaw dan Gian yang telah membantu banyak dalam masa perkuliahan dari awal masuk hingga saat ini kita berjuang bersama.

Terima kasih juga untuk Almamater tercinta, Universitas Lampung Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi D-III Administrasi Perkantoran 2020.

SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Keluhan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karang”** tugas akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya dalam pendidikan Program Diploma Tiga (D3) Jurusan Administrasi Perkantoran di Universitas Lampung.

Penulis menyadari selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik penulis banyak mendapatkan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran serta kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik tanpa melalaikan perintah-Nya.
2. Kedua Orang Tua, Papi dan Mami yang sudah menjadi motivasi dan semangat saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos. M.Si. selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerja Sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B. selaku Ketua Jurusan D-III Administrasi Perkantoran Universitas Lampung.

8. Bapak Ghia Subagja, S.E., M.M selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam pelaksanaan dan penyelesaian tugas akhir.
9. Ibu Ita Prihantika, S.Sos., M.A. selaku Penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyempurnaan tugas akhir.
10. Bapak Nana Mulyana, S.IP., M.Si. selaku Pembimbing Akademik.
11. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Perkantoran Universitas Lampung.
12. Manager dan Team Leader Bidang Pelayanan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karang.
13. Mba Yuli Wulandari, Mba Nanda Citra Aziz, Mba Yuli Fitriani serta seluruh pihak ULP Karang yang telah membantu baik dalam pelaksanaan proses penelitian serta dalam memperoleh informasi data yang diperlukan penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
14. Teman-teman seperjuangan D-III Administrasi Perkantoran 2020.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan baik dari segi penyajian maupun dari segi materi. Oleh karena itu dengan tidak mengurangi rasa hormat penulis sangat mengharapkan saran atau kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 03 Juli 2023

Penulis



Silvia Andani

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN JUDUL	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Bisnis	8

2.1.1	Pengertian Bisnis	8
2.1.2	Jenis-jenis Bisnis	8
2.2	Pelayanan	10
2.2.1	Pengertian Pelayanan	10
2.2.2	Jenis-jenis Pelayanan	10
2.2.3	Kualitas Pelayanan	11
2.2.4	Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.3	Pelanggan	13
2.3.1	Pengertian Pelanggan	13
2.3.2	Jenis-jenis Pelanggan.....	14
2.4	Pelayanan Pelanggan	14
2.4.1	Pengertian Pelayanan Pelanggan	14
2.4.2	Manfaat Pelayanan Pelayanan	15
2.5	Keluhan	16
2.5.1	Pengertian Keluhan.....	16
2.5.2	Jenis-jenis Keluhan.....	16
2.5.3	Pengertian Keluhan Pelanggan.....	17
2.6	Standar Operasional Prosedur	17
2.6.1	Pengertian Standar Operasional Prosedur (SOP)	17
2.6.2	Tujuan Standar Operasional Prosedur	18
III GAMBARAN UMUM LOKASI.....		19
3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	19
3.1.1	Sejarah PT PLN (Persero) ULP Karang	19
3.2	Logo PT PLN (Persero) ULP Karang	21
3.3	Profil PT PLN (Persero) ULP Karang	23
3.4	Visi dan Misi Perusahaan	23
3.5	Struktur Organisasi PT PLN (Persero) ULP Karang	24
3.6	Struktur Organisasi Bidang	27
IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Hasil Penelitian	28
4.1.1	Prosedur Pelayanan Keluhan Pelanggan	28

4.1.2 Kualitas Pelayanan Pelanggan	38
4.2 Pembahasan	46
4.2.1 Prosedur Pelayanan Keluhan Pelanggan	46
4.2.2 Kualitas Pelayanan Pelanggan	48
V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Profil PT PLN (Persero) ULP Karang	21
Gambar 3.2 Logo PT PLN (Persero) ULP Karang	21
Gambar 3.3 Lokasi PT PLN (Persero) ULP Karang	23
Gambar 3.4 Struktur Organisasi PT PLN (Persero) ULP Karang.....	24
Gambar 3.5 Struktur Organisasi Bidang PT PLN (Persero) ULP Karang	27
Gambar 4.1 SOP Pelayanan Keluhan Pelanggan	31
Gambar 4.2 Prosedur Pelayanan Keluhan Pelanggan	31
Gambar 4.3 Pelanggan Datang ke Loker Pengaduan	32
Gambar 4.4 Mendengarkan Keluhan Pelanggan	33
Gambar 4.5 Pengecekan di Laman APKT	34
Gambar 4.6 Mengarsip Berkas	36
Gambar 4.7 Follow Up ke Pelanggan.....	37
Gambar 4.8 Ruang Pelayanan ULP Karang	48
Gambar 4.9 Karyawan Rapi Menggunakan Seragam	49
Gambar 4.10 Halaman Parkir ULP Karang	49
Gambar 4.11 Respon Cepat PT LN (Persero) ULP Karang	51
Gambar 4.12 Rekap Harian Pelayanan Keluhan Pelanggan	52
Gambar 4.13 Pendahuluan Pelayanan Pelanggan	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Laporan Pengaduan Keluhan Pelanggan.....	3

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Wawancara	60
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara Pelanggan	62
Lampiran 3 Photo Wawancara	62
Lampiran 4 Kegiatan Observasi Partisipatif	64
Lampiran 5 Photo Bersama Team Administrasi Pelayanan Pelanggan	65

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas bisnis pada umumnya menurut Suhardjanto (2020) adalah segala kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa kepada konsumen. Bisnis dapat berupa usaha kecil, perusahaan besar, atau bahkan organisasi nirlaba. Aktivitas bisnis melibatkan beberapa elemen utama, termasuk produksi, pemasaran, penjualan, dan manajemen. Terdapat beberapa jenis bisnis yang umum dikenal yaitu bisnis produk, bisnis jasa atau pelayanan, ritel, grosir dan bisnis waralaba. Aktivitas bisnis itu tergantung pada pelayanan karena semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin menunjukkan keberhasilan bagi perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

Sula (2020) mendefinisikan pelayanan sebagai suatu kegiatan atau proses yang dilakukan oleh individu atau organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, atau permintaan pelanggan dengan memberikan bantuan, informasi, atau kepuasan secara profesional. Bisnis dapat meningkatkan keuntungan dan memperluas pangsa pasar dengan menyediakan layanan pelanggan yang sangat baik. Kepuasan pelanggan berkembang sebagai hasil dari harapan pelanggan yang terpenuhi oleh kemampuan produk yang mereka gunakan

PT PLN (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang beroperasi di sektor energi listrik di Indonesia. Didirikan pada tanggal 27 Oktober 1945, PLN merupakan perusahaan listrik terbesar di Indonesia dan bertanggung jawab atas penyediaan listrik di seluruh wilayah Indonesia, kecuali di area yang terpisah seperti Jakarta dan beberapa wilayah tertentu di Jawa Barat.

Aktivitas yang dilakukan oleh PLN bahwasannya sebagai Perusahaan Listrik Negara juga melakukan aktivitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan dalam bentuk memberikan pelayanan langsung kepada konsumen baik secara online maupun offline. Adapun secara offline terkait produk-produk yang diberikan adalah berupa layanan pasang baru listrik, pelayanan migrasi kwh meter ke token, pelayanan ubah daya listrik, pelayanan balik nama rekening listrik, pelayanan koreksi rekening lebih tagih atau kurang tagih, pelayanan penyelesaian masalah P2TL, sampai dengan pelayanan tutup rekening listrik.

PT PLN (Persero) membagi sub unit layanan pelanggan (ULP) yang bertugas memberikan pelayanan langsung terhadap pelanggan dan hadir di masing-masing rayon, diharapkan dengan didirikannya pada masing-masing rayon ini PLN dapat maksimal dalam melayani kebutuhan konsumennya secara penuh khususnya di kota Bandar Lampung. Salah satu unit layanan pelanggan (ULP) tersebut adalah ULP Karang.

PT PLN (Persero) dalam menjalankan aktivitas bisnisnya berinteraksi langsung dengan pelanggan di berbagai sektor, termasuk rumah tangga, bisnis, industri, dan sektor publik. Setiap harinya, ribuan pelanggan bergantung pada layanan listrik yang diberikan oleh perusahaan ini untuk menjalankan berbagai aktivitas mereka. Namun sebagai penyedia layanan publik yang beroperasi dalam skala besar, PT PLN (Persero) juga dihadapkan pada tantangan dalam memenuhi harapan pelanggan. Salah satu masalah yang sering muncul adalah keluhan pelanggan terkait dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa secara sederhana keluhan bisa diartikan jika pelanggan mengalami ketidakpuasan atau kekecewaan. Suharyono (2019) menyebutkan bahwa keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan yang disampaikan oleh pelanggan kepada perusahaan terkait harapan yang tidak terpenuhi atau masalah yang timbul dalam pelayanan atau produk. Keluhan pelanggan yang terjadi di PT PLN (Persero) ULP Karang berkisar mulai dari pemadaman listrik yang sering terjadi, tagihan yang tidak sesuai, kualitas tegangan yang buruk, hingga keterlambatan dalam penanganan masalah teknis.

Tabel 1. Laporan Pengaduan Keluhan Pelanggan

No.	Jenis Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan (Orang)					
		Jan	Feb	Mar	April	Mei	Jun
1.	Tagihan Tidak Sesuai	293	284	297	330	275	264
2.	Tidak Bisa Input Token	22	13	27	36	29	24
3.	Stand KWH Tidak Jalan	80	68	81	88	72	68
4.	KWH Meter Buram/Rusak	24	17	23	15	21	16
5.	Gangguan Instalasi	84	81	96	71	128	64

Sumber : PT PLN (Persero) ULP Karang, Jan-Jun 2023

Berdasarkan **tabel 1.** di atas dapat di lihat bahwa jenis layanan di PT PLN (Persero) ULP Karang yang paling banyak memiliki keluhan pelanggan adalah jenis layanan koreksi rekening terkait tagihan yang tidak sesuai. Hal ini sering terjadi pada meteran pascabayar. Tagihan listrik pascabayar melonjak dapat disebabkan karena adanya kesalahan pencatatan meteran. Hal ini mungkin akan berdampak langsung bagi bisnis PT PLN (Persero) ULP Karang dalam hal kepuasan layanan kepada pelanggan. Permasalahan ini lah yang menjadikan peneliti ingin mengetahui terkait dengan kualitas pelayanan yang ada melalui dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk memilih sebuah penelitian dengan judul **“Kualitas Pelayanan Keluhan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Karang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana prosedur pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Karang?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada pada PT PLN (Persero) ULP Karang diukur melalui indikator pelayanan *tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance*?

1.3 Ruang Lingkup

Tugas akhir ini memiliki ruang lingkup membahas mengenai kualitas pelayanan keluhan pelanggan dan prosedur pelayanan pelanggan di Sub Bidang Pelayanan Pelanggan PT PLN (Persero) ULP Karang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui prosedur pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Karang.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada PT PLN (Persero) ULP Karang melalui indikator pelayanan *tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan pada penelitian yang sejenis, serta memberikan informasi dan masukan pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pelayanan keluhan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan peneliti serta sarana pengembangan ilmu pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan peneliti dibidang pelayanan prima berdasarkan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah melalui kegiatan penelitian ini.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT PLN

(Persero) ULP Karang khususnya dalam hal menangani keluhan pelanggan dan untuk mengidentifikasi area-area perbaikan dalam pelayanan keluhan pelanggan yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang kualitas pelayanan keluhan pelanggan yang ada di PT PLN (Persero) ULP Karang dan dapat dijadikan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya.

1.6 Metode Penelitian

a. Lokasi Pengumpulan Data

Lokasi penelitian pada PT PLN (Persero) ULP Karang yang berlokasi di Jl. Diponegoro No.14, Gotong Royong, Kec. Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung.

b. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode ini peneliti mengamati langsung proses kerja dalam metode dan proses pengumpulan data antara lain:

1. Wawancara

Metode penelitian ini yaitu pengumpulan data melalui tanya-jawab langsung kepada pihak-pihak relevan untuk mendapatkan informasi pokok yang akan dibahas oleh peneliti dalam penelitian ini. Tahap wawancara ini ditunjukkan kepada pelanggan yang melakukan komplain dan kepada bagian pelayanan pelanggan dan administrasi PT PLN (Persero) ULP Karang.

2. Observasi

Metode penelitian ini mengadakan observasi langsung kegiatan yang berkaitan dengan pelayanan di suatu perusahaan serta mencatat hal-hal penting yang mendukung untuk penelitian. Dalam hal ini penulis mengamati langsung bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pelanggan jika terjadi keluhan pelanggan di PT PLN (Persero) ULP Karang. Mempelajari sistem yang digunakan dan pemecahan suatu permasalahan yang dihadapi.

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen berupa *soft file* yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan dan foto-foto dokumentasi selama berlangsungnya kegiatan pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Karang.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diterapkan untuk lebih memperjelas pembaca dalam mengetahui dan memahami dari penulisan Tugas Akhir, yaitu disusun secara sistematis dalam beberapa bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan latar belakang yang berisi alasan mengapa masalah dalam penelitian ingin diteliti, pentingnya permasalahan dan pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut baik dari sisi teoritis dan praktis. Dan latar belakang dalam penelitian ini yaitu mengenai pelayanan dan kualitas pelayanan serta pentingnya pengaruh pelayanan bagi PLN (Persero) ULP Karang, rumusan masalah yang berisi pertanyaan yang menjadi fokus penelitian penulis, tujuan penelitian yang berisi rumusan kalimat yang menunjukkan sesuatu yang akan diperoleh setelah penelitian dilakukan dan manfaat penelitiannya, metode penelitian yang menjelaskan metode penelitian yang dipakai penulis dalam mengumpulkan data penelitian, dan yang terakhir ialah sistematika penulisan yang berisi kerangka penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail dalam penulisan tugas akhir.

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI

Pada bab ini dibahas profil yang menjadi objek penelitian penulis dengan menjelaskan tentang sejarah, logo, lokasi, visi dan misi, struktur organisasi, fungsi dan tugas pengelola.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil dan pembahasan mengenai objek serta analisis penelitian pada tugas akhir ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan memuat hal-hal yang sudah dibahas pada bab-bab sebelumnya, mulai dari masalah yang ada pada penelitian, analisis serta hasil dari penyelesaian penelitian. Sedangkan saran berisi mencantumkan solusi untuk mengatasi masalah yang ada. Saran ini tidak lepas ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bisnis

2.1.1 Pengertian Bisnis

Menurut Yamin & Kasmir (2019) bisnis adalah “suatu kegiatan atau kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memperoleh laba atau keuntungan baik dalam bentuk finansial maupun non finansial dengan melakukan transaksi jual beli produk atau jasa.”

Bisnis menurut Suhardjanto (2020) sebagai “suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan tujuan memperoleh keuntungan finansial melalui produksi atau penjualan barang dan jasa kepada konsumen.”

Bisnis didefinisikan oleh Kasali (2021) sebagai “kegiatan yang dijalankan dengan tujuan menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan, baik pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, maupun lingkungan sekitar.”

Bisnis menurut Abidin (2022) adalah “suatu proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk menciptakan dan mendistribusikan barang dan jasa.”

2.1.2 Jenis-jenis Bisnis

Jenis- jenis bisnis menurut Hermawan (2019) terdapat beberapa jenis bisnis yaitu :

1. Bisnis Produk

Industri ini berfokus pada produksi dan pemasaran barang berwujud. Proses manufaktur sering terlibat dalam industri produk sambil memproduksi barang-

barang yang disiapkan untuk penjualan konsumen.

2. Bisnis Jasa

Bisnis yang menawarkan layanan atau pengetahuan kepada pelanggan disebut sebagai bisnis jasa. Bisnis yang berspesialisasi dalam memberikan layanan, seperti pendidikan, konsultasi, perawatan kesehatan, perhotelan, dan transportasi, biasanya tidak terlibat dalam pembuatan komoditas berwujud.

3. Ritel

Penjualan langsung ke pelanggan adalah fokus perusahaan ritel. Bisnis ritel termasuk toko seperti supermarket, department store, butik pakaian, dan perusahaan serupa. Perusahaan ritel sering menawarkan produk dalam jumlah kecil kepada konsumen individu.

4. Grosir

Bisnis grosir menjual barang dalam jumlah besar ke pengecer atau perusahaan lain. Biasanya, perusahaan grosir memperoleh produk dalam jumlah besar dari produsen atau distributor dan kemudian menjualnya kembali ke pengecer dengan harga yang lebih murah. Perusahaan yang mendistribusikan produk meliputi pusat grosir dan grosir.

5. Bisnis Waralaba

Bisnis waralaba adalah jenis bisnis di mana pemilik *brand* memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk menjalankan bisnis dengan nama yang sama. Individu yang memperoleh otoritas ini dikenal sebagai franchisor. Pemilik waralaba diizinkan untuk mengoperasikan perusahaan menggunakan sistem, barang, dan merek dagang yang telah mereka pilih. Tempat makan cepat saji dan perusahaan ritel dengan merek terkenal adalah contoh perusahaan waralaba.

PT PLN (Persero) ULP Karang dalam hal ini termasuk ke dalam jenis bisnis jasa, yakni kegiatan utama bisnisnya adalah berspesialisasi dalam memberikan layanan kelistrikan sebagai penyedia solusi energi yang meliputi penyediaan tenaga listrik melalui pembangkit tenaga listrik yang tersebar di Indonesia serta pengembangan bisnis Beyond kWh.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan. Pelanggan membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang cepat, kenyamanan dalam pelayanan, dan lain-lain. Pelayanan akan menjadi senjata utama dalam memenangkan persaingan dan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

Menurut Mardalis (2019) layanan didefinisikan sebagai “suatu proses atau interaksi antara pemberi layanan dan penerima layanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada penerima layanan dengan memberikan manfaat, informasi, atau solusi atas masalah yang dihadapi.”

Menurut Kasali (2019), pelayanan adalah "suatu proses interaksi antara penyedia jasa dengan konsumen yang bertujuan untuk memberikan manfaat, kepuasan, dan pengalaman positif kepada konsumen." Beliau juga menekankan pentingnya empati, kecepatan, dan konsistensi dalam memberikan pelayanan yang baik.

Pelayanan menurut Sula (2020) adalah “suatu kegiatan atau proses yang dilakukan oleh individu atau organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, atau permintaan pelanggan dengan memberikan bantuan, informasi, atau kepuasan secara professional.”

Pelayanan menurut Pratomo (2021) adalah “kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, atau permintaan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang bermutu, tanggap, dan memuaskan”.

2.2.2 Jenis Pelayanan

Terdapat beberapa bentuk jenis layanan yang dilakukan oleh siapapun menurut para ahli yaitu sebagai berikut :

1. Layanan Produk dan Layanan Jasa

Menurut Mardalis (2019), layanan pelanggan dapat dibedakan menjadi layanan produk dan layanan jasa. Layanan produk terkait dengan produk fisik yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Sedangkan layanan jasa berfokus pada penyediaan keahlian, pengetahuan, dan pengalaman dalam bentuk pelayanan.

2. Layanan Tangibles (Benda Nyata) dan Intangibles (Benda Tak Nyata)

Menurut Sula (2020), layanan tangibles terkait dengan aspek fisik atau materi seperti produk fisik atau infrastruktur yang digunakan dalam pelayanan. Sementara itu, layanan intangibles berkaitan dengan aspek non-fisik seperti keahlian, pengetahuan, dan pengalaman.

3. Layanan Prima dan Layanan Sekunder

Menurut Pratomo (2021), layanan pelanggan dapat dikelompokkan menjadi layanan prima dan layanan sekunder. Layanan prima merupakan layanan inti yang ditawarkan kepada pelanggan dan berhubungan langsung dengan produk atau jasa yang disediakan. Sementara itu, layanan sekunder meliputi layanan pendukung atau tambahan yang memperkuat pengalaman pelanggan.

4. Layanan Purna Jual (After-Sales Service)

Menurut Kasali (2021), layanan purna jual merupakan jenis layanan pelanggan yang berfokus pada dukungan yang diberikan setelah pelanggan melakukan pembelian atau menggunakan produk atau jasa. Layanan purna jual melibatkan aspek seperti perawatan, perbaikan, garansi, dan bantuan teknis. Tujuannya adalah untuk memastikan kepuasan dan retensi pelanggan.

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Sawarjuwono (2019) adalah kemampuan suatu organisasi atau individu dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang memadai, responsif, dan efektif.

Kualitas pelayanan menurut Riyanto (2020), kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap harapan yang terpenuhi dan tingkat ketidakpuasan terhadap harapan yang tidak terpenuhi.

Menurut Sumarsono (2021), kualitas pelayanan adalah hasil dari interaksi antara pemberi layanan dengan penerima layanan yang menciptakan kepuasan pelanggan, tergantung pada kecocokan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Menurut Helmi (2023), kualitas pelayanan adalah upaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, melalui pengukuran tingkat kecocokan antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang diberikan.

2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Berry dan Zeithaml dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu :

a. **Tangible (Wujud Fisik)**

Tangible menurut adalah indikator yang mengukur keberwujudan atau aspek fisik dalam pelayanan pelanggan. Indikator ini meliputi penampilan fisik karyawan, keadaan fasilitas, peralatan, atau lingkungan fisik yang berkaitan dengan pelayanan. Keberwujudan yang baik dapat memberikan kesan profesionalisme perusahaan.

b. **Reliability (Keandalan)**

Reliability adalah indikator yang mengukur keandalan atau konsistensi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Indikator ini meliputi kepastian waktu, keakuratan informasi, dan kemampuan untuk menghormati janji atau komitmen kepada pelanggan.

c. **Responsiveness (Daya tanggap)**

Responsiveness adalah indikator yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan tanggapan yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan,

permintaan, atau masalah pelanggan. Indikator ini mencakup waktu respons, kesiapan untuk membantu, dan komunikasi yang efektif.

d. Assurance (Jaminan)

Assurance adalah indikator yang mengukur jaminan atau keyakinan yang diberikan kepada pelanggan terkait dengan kualitas pelayanan. Indikator ini mencakup keahlian karyawan, sertifikasi, kepercayaan, dan reputasi perusahaan. Assurance yang baik membangun kepercayaan dan memberikan rasa aman kepada pelanggan.

e. Empati (Empathy)

Empathy adalah indikator yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memahami dan merasakan emosi serta kebutuhan pelanggan. Indikator ini melibatkan kemampuan dalam mendengarkan, berempati, dan merespons secara emosional terhadap pelanggan.

2.3 Pelanggan

2.3.1 Pengertian Pelanggan

Pelanggan menurut Sula (2020) adalah “individu, kelompok, atau organisasi yang menggunakan atau mengonsumsi produk atau jasa yang disediakan oleh penyedia layanan.” Pelanggan adalah mereka yang membutuhkan layanan dan terlibat dengan penyedia layanan itu agar keinginan mereka terpenuhi.

Pelanggan menurut Pratomo (2021) adalah “pihak yang melakukan transaksi dengan perusahaan atau perorangan lain untuk memperoleh produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan”. Pelanggan memiliki persyaratan, keinginan, dan harapan tertentu, yang semuanya harus dipenuhi oleh penyedia layanan.

Pelanggan adalah "individu atau organisasi yang membeli atau memanfaatkan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan," menurut Kasali (2021) pelanggan memainkan peran penting dalam memastikan kelangsungan bisnis dan mendukung profitabilitas perusahaan.

2.3.2 Jenis-jenis Pelanggan

Berikut adalah beberapa jenis pelanggan menurut para ahli sebagai berikut :

1. Pelanggan Setia Dan Pelanggan Potensial

Menurut Mardalis (2019), pelanggan dapat dibedakan menjadi pelanggan setia dan pelanggan potensial. Pelanggan setia adalah mereka yang secara konsisten membeli produk atau menggunakan jasa dari suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Sementara itu, pelanggan potensial adalah individu atau organisasi yang memiliki potensi untuk menjadi pelanggan setia jika diberikan layanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Pelanggan Segmentasi

Menurut Pratomo (2021), pelanggan segmentasi adalah mereka yang memiliki kesamaan dalam hal demografi, perilaku, atau kebutuhan. Dengan memahami dan memenuhi kebutuhan setiap segmen, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. Pelanggan *Reseller* dan Pelanggan *End User*

Menurut Sula (2020), pelanggan dapat dibagi menjadi pelanggan *reseller* dan pelanggan *end user*. Pelanggan *reseller* adalah mereka yang membeli produk dari suatu perusahaan untuk dijual kembali kepada pelanggan akhir. Sementara itu pelanggan *end user* adalah individu atau organisasi yang menggunakan produk atau jasa secara langsung untuk keperluan mereka sendiri.

2.4 Pelayanan Pelanggan

2.4.1 Pengertian Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan menurut Mardalis (2019) adalah "suatu proses interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan yang melibatkan pemberian manfaat, informasi, atau solusi yang memadai dan tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan." Interaksi positif dan koneksi jangka panjang dengan konsumen dapat dihasilkan dari penyediaan layanan pelanggan yang sangat baik.

Menurut Sula (2020) pelayanan pelanggan adalah "proses atau serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau individu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan manfaat, informasi, atau solusi yang memadai secara responsif dan berkualitas." Pelayanan pelanggan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan menjaga hubungan jangka panjang.

Pelayanan pelanggan menurut Pratomo (2021) adalah "proses atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau individu dalam memberikan layanan yang berkualitas, responsif, dan memuaskan kepada pelanggan." Pelayanan pelanggan yang baik melibatkan pengenalan kebutuhan pelanggan, penanganan keluhan, dan pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

2.4.2 Manfaat Pelayanan Pelanggan

Adapun beberapa manfaat dari pelayanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut Suharyono (2019), pelayanan yang baik dapat memenuhi harapan pelanggan, memberikan pengalaman positif, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

2. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Menurut Mardalis (2019), pelayanan pelanggan yang baik dapat membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung tetap loyal dan memilih untuk bertransaksi kembali dengan perusahaan.

3. Meningkatkan Citra Perusahaan

Pelayanan pelanggan yang baik menurut Kotler (2019) dapat membantu meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan dan masyarakat umum. Ketika perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas, profesional, dan responsif, citra perusahaan akan positif.

4. Meningkatkan Profitabilitas

Menurut Kusumanto (2019), pelayanan pelanggan yang baik dapat berdampak langsung pada profitabilitas perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung membeli lebih banyak, melakukan pembelian berulang, memberikan referensi, dan memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan dan keuntungan perusahaan.

5. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Pelayanan pelanggan yang unggul dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Menurut Sula (2020) dalam persaingan bisnis yang ketat, perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya akan memiliki keunggulan dalam memenangkan hati dan preferensi pelanggan.

2.5 Keluhan

2.5.1 Pengertian Keluhan

Sebagaimana dikemukakan Tjiptono (2019) keluhan dapat diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Ada berbagai metode yang digunakan perusahaan untuk mengumpulkan keluhan dari pelanggan mereka seperti kotak saran, formulir keluhan pelanggan, kartu komentar, hotline khusus, survei kepuasan pelanggan, dan situs website. Ini disebut sebagai "Paradoks Pemulihan". Sedangkan menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi dalam buku *Konsumen dan Pelayanan Prima* (2014), keluhan adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, dan kemarahan atas servis jasa atau produk.

2.5.2 Jenis-jenis Keluhan

Menurut berbagai riset psikologi pelanggan ada dua jenis keluhan Tjiptono (2019) yaitu :

1. *Instrumental Complaints* adalah keluhan yang dibuat dengan maksud untuk mengubah situasi atau keadaan yang tidak diinginkan.
2. *Non-Instrumental Complaints* adalah keluhan yang dibuat tanpa harapan tertentu bahwa keadaan yang tidak diinginkan tersebut akan berubah.

2.5.3 Pengertian Keluhan Pelanggan

Suharyono (2019) menyebutkan bahwa keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan yang disampaikan oleh pelanggan kepada perusahaan terkait dengan harapan-harapan yang tidak terpenuhi atau masalah yang timbul dalam pelayanan atau produk.

Mardalis (2019) mengartikan keluhan pelanggan sebagai respons negatif atau ekspresi ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan atau produk yang tidak memenuhi harapan atau standar yang diharapkan.

Keluhan pelanggan menurut Sula (2020) adalah ekspresi ketidakpuasan, ketidakcocokan, atau ketidaksesuaian yang disampaikan oleh pelanggan terkait dengan pelayanan atau produk yang diberikan oleh perusahaan.

Keluhan pelanggan menjadi salah satu bentuk evaluasi diri internal terhadap kinerja perusahaan.

2.6 Standar Operasional Prosedur

2.6.1 Pengertian Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah suatu dokumentasi yang berisi langkah-langkah atau prosedur yang telah ditetapkan secara resmi untuk melaksanakan suatu tugas atau kegiatan secara konsisten dan efisien. SOP digunakan untuk memastikan kualitas, keamanan, dan keberlanjutan suatu proses atau operasi dalam suatu organisasi.

Menurut Ndraha (2018) SOP adalah dokumen tertulis yang berisi instruksi-instruksi mengenai cara melakukan suatu tugas atau prosedur secara lengkap dan terperinci, sehingga dapat memastikan bahwa tugas atau prosedur tersebut dilaksanakan secara seragam dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Menurut Tjiptono (2019) SOP adalah kumpulan instruksi atau pedoman yang terdokumentasi secara tertulis dan memuat langkah-langkah yang harus diikuti dalam menjalankan suatu tugas atau proses dengan tujuan untuk mencapai kualitas yang konsisten dan memastikan keseragaman operasi di dalam organisasi.

Menurut pendapat dari beberapa ahli tersebut maka dapat disimpulkan SOP adalah suatu kumpulan dokumen tertulis yang berisikan prosedur-prosedur kerja secara rinci, tahap demi tahap dan sistematis dari semua kegiatan rutin yang dilakukan oleh perusahaan yang menjadi pedoman untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Setiap perusahaan wajib memiliki SOP karena merupakan pedoman bagaimana proses sebuah fungsi kerja dapat berjalan dengan baik, dapat menjadi rujukan apabila ditemukan sesuatu tidak maksimal, dalam hal ini tidak efektif dan tidak efisien.

2.6.2 Tujuan Standar Operasional Prosedur

Menurut Tjiptono (2019), tujuan utama dari SOP adalah:

1. Menjamin Konsistensi

SOP memastikan bahwa tugas atau prosedur dijalankan dengan cara yang sama dan konsisten setiap kali dilakukan, sehingga mengurangi variasi dan meningkatkan kualitas.

2. Meningkatkan Efisiensi

SOP membantu mengidentifikasi langkah-langkah yang efektif dalam menjalankan tugas atau prosedur, sehingga meminimalkan kesalahan dan meningkatkan produktivitas.

3. Memastikan Kepatuhan

SOP membantu memastikan bahwa tugas atau prosedur dijalankan sesuai dengan standar, peraturan, atau kebijakan yang berlaku, sehingga meminimalkan risiko pelanggaran institusi, organisasi, maupun perusahaan.

III. GAMBARAN UMUM LOKASI

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah PT PLN (Persero) ULP Karang

Berawal di akhir abad ke 19, perkembangan ketenagalistrikan di Indonesia mulai ditingkatkan saat beberapa perusahaan asal Belanda yang bergerak di bidang pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit listrik untuk keperluan sendiri. Pada tahun 1942-1945 terjadi peralihan pengelolaan perusahaan-perusahaan Belanda tersebut oleh Jepang, setelah Belanda menyerah kepada pasukan tentara Jepang di awal Perang Dunia II maka Indonesia dikuasai oleh Jepang.

Proses peralihan kekuasaan kembali terjadi di akhir Perang Dunia II pada tanggal 17 Agustus 1945, diproklamirkannya kemerdekaan Bangsa Indonesia serta jatuhnya Jepang dan menyerah kepada Sekutu, maka kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pemuda dan buruh listrik melalui delegasi Buruh/Pegawai Listrik dan Gas yang bersama-sama dengan Pimpinan KNI Pusat berinisiatif menghadap Presiden Soekarno untuk menyerahkan perusahaan-perusahaan tersebut kepada Pemerintah Republik Indonesia. Pada 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas di bawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik sebesar 157,5 MW. Pada perkembangan selanjutnya pada tahun 1959, tepatnya dengan peraturan pemerintah No. 3 Tahun 1959 tentang Badan Nasionalisasi Perusahaan Belanda yang dikenal dengan singkatan BANAS yang bertugas menetapkan keseragaman kebijaksanaan dan melaksanakan nasionalisasi, perusahaan milik Belanda yang mengandung maksud untuk menjamin koordinasi dalam pimpinan.

Sejalan meningkatnya Bangsa Indonesia untuk membebaskan Irian Jaya dari

cengkaman perjanjian Belanda, maka dikeluarkan Undang-Undang No. 86 Tahun 1958, tertanggal 30 Desember Tahun 1958 tentang Nasionalisasi semua perusahaan-perusahaan Belanda, dan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1958 tentang perusahaan listrik dan gas milik Belanda. Dengan Undang-Undang tersebut, maka seluruh perusahaan listrik milik Belanda berada ditangan Bangsa Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 86 Tahun 1958, Perusahaan Listrik dan Gas berubah menjadi Perusahaan Listrik Negara (PLN).

Sebelum terbentuknya PT PLN (Persero) di wilayah Lampung, kelistrikan provinsi Lampung dijalankan oleh cabang Tanjung Karang dibawah koordinasi PT PLN (Persero) wilayah IV serta dengan berjalannya kebijakan restrukturisasi sektor ketenagalistrikan maka PT PLN (Persero) wilayah IV diubah melalui keputusan direksi PT PLN (Persero) Nomor : 114.K/010/DIR/2001 menjadi PT PLN (Persero) Unit Bisnis Sumatera Selatan, Bengkulu, Bangka Belitung, Jambi, dan Lampung (UB2JL) pada tanggal 28 Mei 2001. Dalam Keputusan tersebut termuat rencana pembentukan Unit Bisnis tersendiri untuk Lampung & Bangka Belitung pada 1 Juni 2001 ditunjuklah manager wilayah usaha Lampung yang bertugas mengelola dan bertanggung jawab atas penyelenggaraan perusahaan kelistrikan di Provinsi Lampung, serta tujuan dibentuknya unit bisnis Lampung adalah untuk meningkatkan efisiensi pelayanan kepada pelanggan serta mengantisipasi perkembangan kelistrikan di provinsi Lampung dan untuk mempercepat proses pembentukan unit bisnis ini, pada tanggal 03 Januari 2002 dilaksanakan penandatanganan pelimpahan wewenang dan aset dari GM PT PLN (Persero) UB SB2JL kepada manager PT PLN (Persero) wilayah usaha Lampung di jalan Gatot Subroto No. 30 Bandar Lampung.

Sejak 1 Januari 2013 PT PLN (Persero) Wilayah Lampung resmi berubah nama menjadi PT PLN (Persero) Distribusi Lampung diikuti dengan perubahan nama PT PLN (Persero) cabang Kotabumi, Metro & Tanjung Karang melalui keputusan direksi PT PLN (Persero) Nomor:530, 531 dan 532.K/010/DIR/2012, menjadi PT PLN (Persero) Area Kotabumi, Metro & Tanjung Karang. Di Provinsi Lampung khususnya di Bandar Lampung dan Kabupaten Lampung Selatan, bisnis kelistrikan dikelola oleh PT PLN Area Lampung Cabang Tanjung Karang yang

terletak di jalan Pangeran Diponegoro No. 14, Tanjung Karang Bandar Lampung. PT PLN Lampung Area Cabang Tanjung Karang memiliki 7 (tujuh) subdivisi yaitu:

1. Subdivisi ULP Karang
2. Subdivisi ULP Teluk Betung
3. Subdivisi ULP Way Halim
4. Subdivisi ULP Natar
5. Subdivisi ULP Sidomulyo
6. Subdivisi ULP Sutami
7. Subdivisi ULP Kalianda



Gambar 3.1 Profil PT PLN (Persero) ULP Karang

Sumber : Website PT PLN (Persero) 2023

3.2 Logo PT PLN (Persero) ULP Karang



Gambar 3.2 Logo PT PLN (Persero)

Sumber : Website PT PLN (Persero) 2023

Logo PT PLN (Persero), memiliki makna sebagai berikut:

a. Bentuk Lambang

Bentuk, warna dan makna lambang Perusahaan resmi yang digunakan adalah sesuai yang tercantum pada Lampiran Surat Keputusan Direksi Perusahaan Umum Listrik Negara Nomor : 031/DIR/76 Tanggal : 1 Juni 1976, mengenai Pembakuan Lambang Perusahaan Umum Listrik Negara.

b. Element-element Dasar Lambang

1. Bidang Persegi Panjang Vertikal

Menjadi bidang dasar bagi elemen-elemen lambang lainnya, melambangkan bahwa PT PLN (Persero) merupakan wadah atau organisasi yang terorganisir dengan sempurna. Berwarna kuning untuk menggambarkan pencerahan, seperti yang diharapkan PLN bahwa listrik mampu menciptakan pencerahan bagi kehidupan masyarakat.

2. Petir atau Kilat

Melambangkan sebagai produk jasa utama perusahaan yaitu listrik. Selain itu petir pun mengartikan kerja cepat dan tepat para insan PT PLN (Persero) dalam memberikan solusi terbaik bagi para pelanggannya. Warnanya yang merah melambangkan kedewasaan PLN sebagai perusahaan listrik pertama di Indonesia dan kedinamisan gerak laju perusahaan beserta tiap insan perusahaan serta keberanian dalam menghadapi tantangan perkembangan jaman.

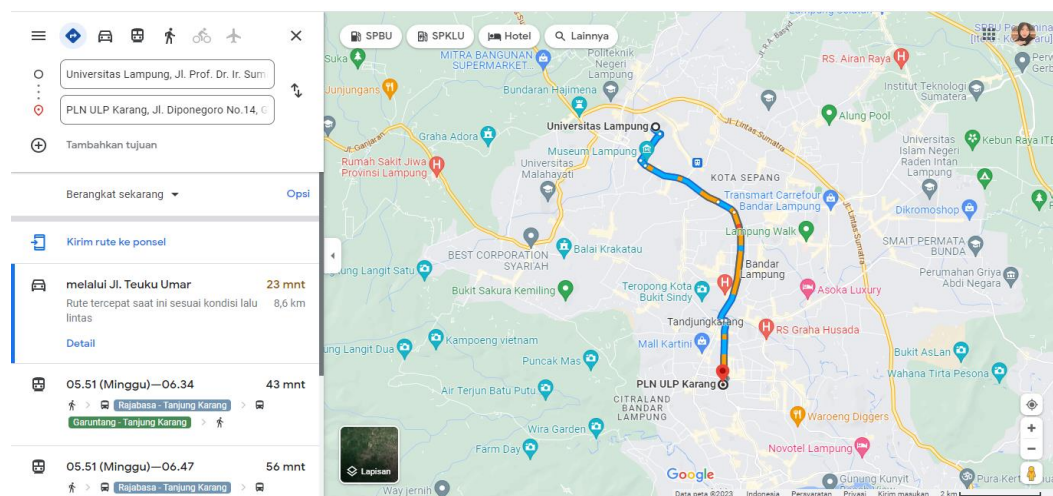
3. Tiga Gelombang

Memiliki arti gaya rambat energi listrik yang dialirkan oleh tiga bidang usaha utama yang digeluti perusahaan yaitu pembangkitan, penyaluran dan distribusi yang seiring sejalan dengan kerja keras para insan PT PLN (Persero) guna memberikan layanan terbaik bagi pelanggannya. Diberi warna biru untuk menampilkan kesan konstan (sesuatu yang tetap) seperti halnya listrik yang tetap diperlukan dalam kehidupan manusia. Di samping itu biru juga melambangkan keandalan yang dimiliki insan-insan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi para pelanggannya.

3.3 Profil PT PLN (Persero) ULP Karang

Secara umum gambaran mengenai PT PLN (Persero) ULP Karang adalah sebagai berikut :

- a. Nama Perusahaan : PT PLN (Persero) ULP Karang
- b. Alamat : Jl. Diponegoro No.14, Gotong Royong, Kec. Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung.
- c. No Telpn : (0821) 78704148
- d. Website : <http://www.pln.co.id>



Gambar 3.3 Lokasi PT PLN (Persero) ULP Karang

Sumber : Google Maps (2023)

3.4 Visi dan Misi Perusahaan

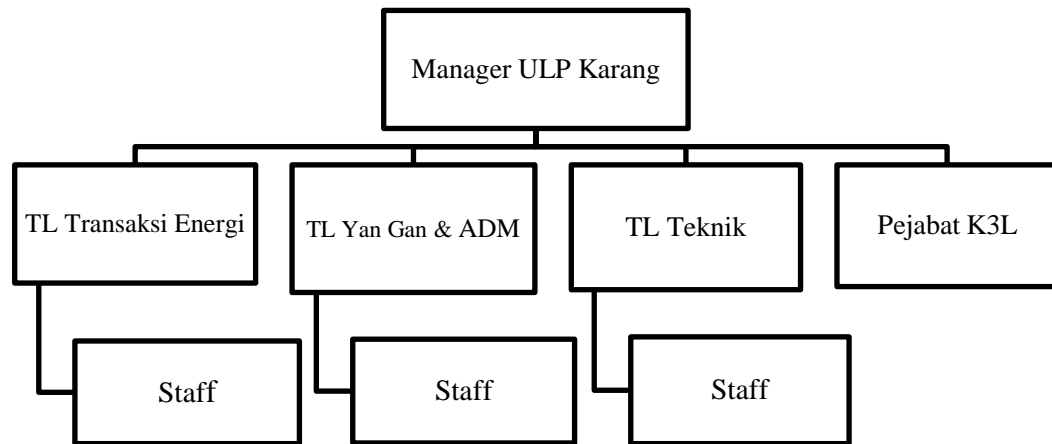
a. Visi Perusahaan yaitu :

“Menjadi Unit PLN yang Mampu Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan Secara Efektif, Efisien & Transparan”.

b. Misi Perusahaan yaitu :

1. Memberikan Pelayanan Secara Cepat Dan Tepat.
2. Melakukan Pelayanan Secara Transparan Baik dari Sisi Waktu & Biaya.
3. Mengembangkan Kualitas Pelayanan Secara Kontinyu Dengan Mengutamakan Kepuasan Pelanggan.

3.5 Struktur Organisasi PT PLN (Persero) ULP Karang



Gambar 3.4 Struktur Organisasi PT PLN (Persero) ULP Karang

Sumber : Data diolah Peneliti

Berdasarkan gambar struktur organisasi di atas berikut uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bidang yaitu :

a. Manager ULP Karang

Adapun tugas dan wewenang seorang Manager adalah sebagai berikut :

1. Mengkoordinir dan memetakan rencana investasi satu tahun kedepan meliputi program peningkatan pelayanan, pemasaran, dan meningkatkan kualitas dan efisiensi kerja.
2. Mengkoordinir proses pengelolaan keuangan dan pendapatan perusahaan.
3. Mengkoordinir pelaksanaan keselamatan ketenagalistrikan (K2) dan (K3) untuk keselamatan dan kesehatan seluruh pegawai.
4. Memaksimalkan operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi untuk mempertahankan kualitas dan keandalan pasokan energi tenaga listrik.
5. Meningkatkan mutu pelayanan secara benar, baik dari sisi pelayanan gangguan, proses pelayanan, dan penagihan yang diturunkan dalam angka-angka standar pelayanan triwulan.
7. Mengkoordinir dan mengendalikan pelaksanaan tata usaha langganan (TUL).
8. Melakukan evaluasi teknis kegiatan sistem operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi.

b. Team Leader Transaksi Energi

Adapun tugas dan wewenang dari Team Leader Transaksi Energi adalah sebagai berikut :

1. Mengelola sistem dan proses transaksi energi tenaga listrik power purchase agreement (PPA) Power Sale Agreement (PSA) dan Transfer Sale Agreement (TSA) bersama para pihak untuk pedoman transaksi secara transparan dan efisien.
2. Membuat laporan transaksi tenaga listrik dan neraca energi serta laporan sesuai bidangnya untuk mendukung laporan kinerja unit.
3. Melakukan supervisi pemeriksaan dan pemeliharaan alat ukur peralatan uji kalibrasi dan peralatan khusus pada transmisi badan gardu induk/utama.
4. Mengolah data perusahaan untuk laporan AP2B dan bahan evaluasi untuk mendukung laporan kinerja unit.
5. Menyusun dan mengendalikan anggaran rutin investasi perluasan dan pengembangan jaringan.
6. Merencanakan jadwal pemeliharaan dan pengukuran.

c. Team Leader Pelayanan Pelanggan dan Administrasi

Adapun tugas dan wewenang dari Team Leader Pelayanan Pelanggan dan Administrasi adalah sebagai berikut :

1. Mampu mengelola fungsi kehumasan.
2. Melaksanakan fungsi tata usaha langganan.
3. Mengelola K3 di lingkungan kerja.
4. Menyiapkan rencana kerja dan anggaran.
5. Mengelola fungsi keuangan di Ulp.
6. Pengelolaan dana dan alur kas.
7. Pelaksanaan pelayanan penerimaan, penyimpanan, pengambilan barang atau pengamanan.
8. Pelaksanaan pencatatan transaksi perusahaan yang menyangkut investasi dan koperasi.

d. Team Leader Teknik

Adapun tugas dan wewenang dari Team Leader Teknik adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas dan keandalan sistem operasi jaringan.
2. Mengkoordinir pengendalian konstruksi, operasi dan pemeliharaan jaringan distribusi untuk mempertahankan kualitas pasokan energy tenaga listrik.
3. Mengkoordinir pelayanan gangguan dan petugas pelayanan teknik.
4. Memelihara jaringan distribusi.
5. Menjaga aset dan pemuktahiran dan pemutusan aliran tenaga listrik.
6. Melaksanakan penertiban pemakaian tenaga listrik.
7. Mengkoordinir pengelolaan sarana dan peralatan keperluan kerja.
8. Membuat usulan penyambungan dan pembangunan listrik di daerah yang terpencil.

e. Pejabat Pelaksana K3L

Adapun tugas dan wewenang dari Pejabat Pelaksana K3L adalah sebagai berikut :

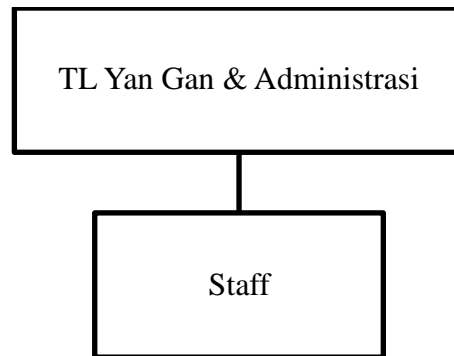
1. Menyusun dan merancang sistem/pola tentang K3 di perusahaan.
2. Melakukan pembinaan tentang K3 dan keamanan di lingkungan kerja yang telah ditetapkan.
3. Mengidentifikasi potensi bahaya kecelakaan kerja di lingkungan kerja.
4. Mengolah dan mengawasi pelaksanaan K3 di lingkungan kerja.
5. Mampu menjalin hubungan baik antara unsur pimpinan.
6. Menyusun SOP tentang K3 secara periodik untuk ketaatan pelaksanaan.

f. Staff para Team Leader

Adapun tugas dari Staff Team Leader adalah sebagai berikut :

1. Membantu pimpinan dalam pelaksanaan tugas/fungsi yang melekat.
2. Membantu pimpinan dalam bentuk pemberian fasilitas (tenaga, material, pembiayaan dan ketata usahaan).
3. Mengumpul, mengestimasi dan mengolah bahan-bahan mengenai atau yang berhubungan dengan tugas pokok.

3.6 Struktur Organisasi Bidang



Gambar 3. 5 Struktur Organisasi Bidang Pelayanan Pelanggan

Sumber : Data diolah Peneliti

Bidang pelayanan pelanggan dan administrasi dalam hal ini bidang tersebut mempunyai tugas pokok seperti:

a. Team Leader Pelayanan Pelanggan & Administrasi

1. Melakukan perencanaan, pengawasan, dan evaluasi terhadap penyelesaian keluhan konsumen.
2. Bertanggung jawab dalam melaksanakan koordinasi dalam membina kerjasama team.
3. Bertanggung jawab dalam mencapai suatu target pekerjaan yang telah ditetapkan dan sesuai SOP.
4. Mengkoordinir seluruh aktivitas tim dalam mengelola seluruh kegiatan.

b. Staff Pelayanan Pelanggan & Administrasi

1. Melaksanakan fungsi tata usaha langganan,
2. Memonitoring proses administrasi P2TL,
3. Mengelola Arsip Induk Pelanggan (AIL),
4. Mengatur administrasi perkantoran,
5. Pemeliharaan gedung/kantor dan fasilitas kerja,
6. Memonitoring proses logistik rayon,
7. Mengelola fungsi keuangan rayon.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah di bahas pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Karang sudah sesuai dan mengikuti *Standar Operational Prosedure* (SOP) pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan. Pada pelaksanaannya dijalankan dengan cara yang sama dan konsisten setiap kali adanya keluhan pelanggan sehingga mengurangi variasi, meminimalisir terjadinya kesalahan dan memastikan kepatuhan.
2. Kualitas pelayanan pada PT PLN (Persero) ULP Karang sudah tergolong baik jika dilihat dari berbagai aspek indikator pelayanan dalam bentuk *tangible*, *reliability*, *responsiveness*. Akan tetapi masih terdapat aspek yang tidak terpenuhi dalam proses pelayanannya yaitu pada dimensi *assurance* dan *empathy* yang membuat masih adanya keluhan pelanggan.

5.2 Saran

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian penulis ingin memberikan masukan terhadap PT PLN (Persero) ULP Karang yaitu :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perlu memisahkan halaman parkir khusus untuk pelanggan agar pelanggan yang datang ke kantor PT PLN (Persero) ULP Karang tidak kesulitan pada saat ingin memarkirkan kendaraannya yang dimana halaman parkir selalu penuh oleh kendaraan dari karyawan.
 - b. Perlu dilakukannya konfirmasi kepada pelanggan yang mengajukan pelayanan seperti pasang baru listrik, migrasi maupun tambah daya apabila terjadi kekosongan suatu material yang menyebabkan belum bisa terlaksananya proses realisasi di lapangan, agar tidak terjadi *miss* komunikasi dan menyebabkan pelanggan melakukan komplain ke kantor.
 - c. Sebaiknya segera menerapkan pelayanan sistem *number* atau nomor antrian, hal ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya diskriminasi pada saat pelayanan. Dimana pelayanan masih belum bisa menghilangkan sifat patron/kekeluargaan, orang dekat dan orang yang dikenal. Dan itu yang menjadikan pendahuluan pelayanan terhadap oknum tersebut.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan materi atau tema sejenis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan pengembangan penelitian lanjutan tentunya dengan memperhatikan kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini.
 - b. Sebaiknya lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2022. *Pengantar Manajemen Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Daryanto., & Setyabudi, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Faizul, M. 2023. *Prosedur Pelayanan Keluhan Pelanggan di PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Selat Panjang*. Tugas Akhir: UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Gusti, T.Y. 2021. *Mekanisme Penanganan Keluhan Pelanggan di PDAM Tirta Mayang Kota Jambi*. Tugas Akhir: Universitas Jambi.
- Helmi, M. 2023. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Andi Offset.
- Hermawan, R. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Operasi: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kasali, R. 2019. *Manajemen Pemasaran: Strategi, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasali, R. 2021. *Manajemen Perubahan: Revolusi Mental Bisnis Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., et al. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumanto, D. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Mardalis, M. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ndraha, T. 2018. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1994. Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58 (1), 111-24.
- Pratomo, H. M. H. 2021. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Riyanto, A. 2020. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.

- Sawarjuwono, T. 2019. *Manajemen Mutu Pelayanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardjanto, D. 2020. *Manajemen Bisnis Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Suharyono, S. 2019. *Manajemen Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sula, H. A. 2020. *Manajemen Pelayanan: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, A. 2021. *Customer Experience Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. 2019. *Manajemen Jasa: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2019. *Total Quality Management: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Andi Offset.
- Yamin, M.H., & Kasmir, 2019. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.