

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri energi selama sepuluh tahun terakhir mengalami perubahan yang cukup pesat, khususnya pada meningkatnya peran perusahaan penyedia jasa energi dalam membantu pelanggan menjalankan operasi secara efisien dan berkelanjutan. Kondisi ini dipicu oleh kebutuhan pengelolaan energi yang semakin kompleks akibat tekanan biaya operasional serta tuntutan regulasi lingkungan. Dalam situasi tersebut, perusahaan jasa energi tidak lagi hanya berfokus pada penyediaan solusi teknis, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan secara menyeluruh. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi tolok ukur penting untuk menilai keberhasilan layanan, karena tingkat kepuasan berkaitan erat dengan keberlangsungan hubungan kerja sama dalam jangka panjang. Fenomena ini menunjukkan pergeseran orientasi perusahaan dari yang semula berpusat pada produk menuju pendekatan yang menempatkan pelanggan sebagai fokus utama (Rosak-Szyrocka et al., 2022).

Dalam perspektif pemasaran jasa, kepuasan pelanggan merupakan hasil penilaian pelanggan setelah membandingkan harapan awal dengan kinerja layanan yang diterima. Penilaian tersebut tidak hanya terbentuk dari hasil akhir pelayanan, tetapi juga dari pengalaman selama proses pelayanan berlangsung. Pelanggan yang merasakan kesesuaian antara harapan dan kenyataan cenderung memiliki pandangan positif terhadap perusahaan dan mempertahankan hubungan jangka panjang, sedangkan ketidaksesuaian berpotensi menurunkan kepercayaan serta mendorong perpindahan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan jasa perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pada jasa energi, faktor tersebut bersifat kompleks karena melibatkan unsur teknis sekaligus aspek interaksi pelayanan. Untuk menggambarkan tingkat kepuasan secara objektif, pendekatan deskriptif kuantitatif dapat digunakan sebagai metode pengukuran yang terstruktur (Drosos et al., 2020).

Selain hasil layanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa selama proses pelayanan. Komunikasi yang jelas, respons cepat, serta interaksi berkelanjutan dapat membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan bisnis. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan media komunikasi berbasis teknologi serta pendekatan interaktif mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Hal ini membuat pelanggan tidak hanya menilai manfaat layanan secara fungsional, tetapi juga merasakan pengalaman layanan secara positif, yang pada akhirnya membentuk persepsi nilai, kepercayaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan (Caswito et al., 2025).

Harga jasa juga merupakan faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama pada sektor jasa energi yang melayani pelanggan bisnis dan industri. Bagi pelanggan, harga dipandang sebagai pengorbanan untuk memperoleh manfaat layanan, sehingga kewajaran dan kesesuaiannya menjadi pertimbangan utama. Apabila harga dinilai sepadan dengan manfaat yang diterima, maka kepuasan cenderung meningkat, sedangkan ketidaksesuaian persepsi harga dapat memicu ketidakpuasan. Oleh karena itu, persepsi harga pelanggan perlu menjadi bagian dari evaluasi layanan jasa energi (Nie & Bambang Sugiyanto, 2025).

Selain harga, kualitas pelayanan menjadi determinan penting dalam pembentukan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang andal, cepat tanggap, dan sesuai kebutuhan pelanggan, khususnya pada sektor utilitas dan energi. Pengukuran kualitas pelayanan tidak hanya didasarkan pada hasil teknis layanan, tetapi juga mencakup sikap, kemampuan, serta profesionalitas penyedia layanan selama proses pelayanan berlangsung. Kualitas pelayanan yang baik terbukti memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan (Li et al., 2019).

PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI) merupakan anak perusahaan PT PLN (Persero) yang bergerak pada bidang jasa manajemen energi. Perusahaan ini berperan membantu pelanggan mengoptimalkan penggunaan energi secara efisien dan berkelanjutan. Sebagai perusahaan jasa, keberhasilan PLN EMI sangat

dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap harga dan kualitas layanan yang diberikan. Pelanggannya berasal dari berbagai sektor industri dengan karakteristik kebutuhan energi yang berbeda, sehingga perusahaan harus menjaga keseimbangan antara mutu layanan dan struktur harga. Evaluasi kepuasan pelanggan menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana layanan telah memenuhi harapan pengguna jasa, sementara penelitian yang secara khusus mengkaji kepuasan pelanggan pada PLN EMI masih terbatas.

Penelitian di bidang energi umumnya lebih banyak menitikberatkan pada aspek teknis maupun kebijakan energi, sedangkan pendekatan dari sudut pandang pelanggan relatif jarang dilakukan, khususnya pada konteks Indonesia. Perbedaan karakteristik pasar, regulasi, dan perilaku pelanggan berpotensi menghasilkan temuan yang berbeda dengan penelitian di negara lain. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang sesuai dengan kondisi perusahaan energi di Indonesia. Pendekatan deskriptif kuantitatif memungkinkan penggambaran kondisi kepuasan pelanggan secara empiris sehingga dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja layanan perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian kepuasan pelanggan di PLN Energy Management Indonesia (Rosak-Szyrocka et al., 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, harga dan kualitas pelayanan diduga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan jasa PLN Energy Management Indonesia. Pemahaman terhadap persepsi pelanggan mengenai kedua aspek tersebut diperlukan sebagai dasar peningkatan kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis deskriptif kepuasan pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan jasa PLN EMI. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran aktual mengenai tingkat kepuasan pelanggan serta menjadi pertimbangan manajerial dalam perbaikan strategi layanan, sekaligus memperkaya literatur akademik mengenai kepuasan pelanggan pada sektor jasa energi.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada penilaian pelanggan terhadap layanan PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI). Berdasarkan fokus tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

1. Bagaimana pelanggan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI)?
2. Bagaimana pelanggan memandang kewajaran harga jasa yang diterapkan oleh PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI)?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI)?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menggambarkan persepsi pelanggan terhadap harga jasa PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI), khususnya terkait kewajaran dan kesesuaian harga dengan manfaat layanan.
2. Menggambarkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI) berdasarkan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.
3. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI) secara keseluruhan sebagai evaluasi kinerja layanan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan tambahan kajian pada bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya terkait kepuasan pelanggan pada sektor jasa energi. Penelitian ini memperjelas peran persepsi harga dan kualitas pelayanan dalam membentuk

kepuasan pelanggan serta mendukung pemahaman perilaku evaluasi pelanggan terhadap layanan.

2. Manfaat Akademis

Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang meneliti topik pemasaran jasa, perilaku konsumen, dan manajemen energi. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya pada konteks perusahaan jasa energi di Indonesia.

3. Manfaat Praktis

Memberikan masukan bagi PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI) dalam mengevaluasi layanan, khususnya terkait kebijakan harga dan kualitas pelayanan. Informasi yang diperoleh dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan serta memperbaiki strategi pelayanan pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dibatasi pada beberapa aspek berikut:

1. Subjek penelitian adalah pelanggan pengguna jasa PLN Energy Management Indonesia (PLN EMI).
2. Variabel yang dikaji meliputi harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.
3. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif sehingga tidak membahas hubungan kausal antarvariabel.
4. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert.