

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Surya Energi Indotama (SEI) berdiri pada bulan Februari 2009 sebagai anak perusahaan dari PT Len Industri (Persero). Kepemilikan saham dimiliki oleh PT Len Industri (Persero) sebagai pemegang saham utama sebesar 90% dan PT Eltran Indonesia sebesar 10%. Saat ini perusahaan PT. SEI merupakan perusahaan terbesar di Indonesia di bidang *renewable energy* khususnya tenaga surya.

Dukungan lebih dari 50 tenaga ahli berpengalaman, PT. SEI telah menangani ratusan proyek energi terbarukan baik dari instansi pemerintah maupun swasta yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu PT. SEI juga telah menyelesaikan pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) dengan kapasitas besar diantaranya adalah PLTS On Grid 2 x 1 MWp di Bangli dan Karang Asem Provinsi Bali dan PLTS On Grid 5 MWp di Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Energi merupakan kebutuhan dasar manusia yang terus meningkat sejalan dengan tingkat kehidupannya. Energi yang berasal dari alam yang ada di bumi sewaktu - waktu akan habis karena penggunaan yang berlebihan, tetapi ada energi yang terbarukan dan bertahan dengan jangka waktu yang lama yaitu energi matahari. Energi tersebut dapat diperoleh secara cuma - cuma dan ramah lingkungan sehingga banyak perusahaan yang memanfaatkan sebagai suatu terobosan. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan energi terbarukan dari sinar matahari dan menjadikannya fokus bisnis PT. SEI adalah energi baru terbarukan khususnya pada energi surya yang menciptakan produk yaitu panel surya.

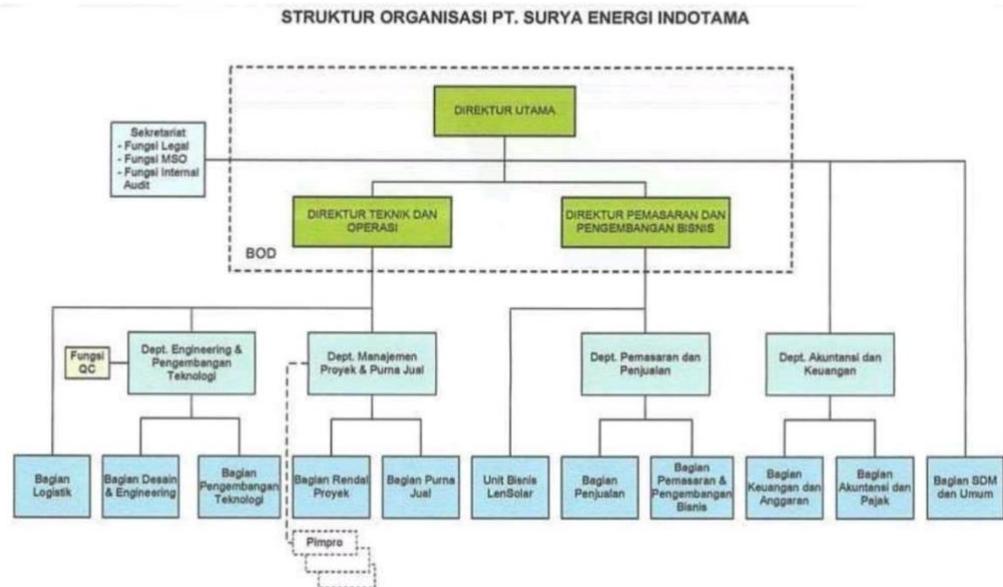
Pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) adalah pembangkit listrik yang menggunakan sel surya *Solar Photovoltaic*, (PV) untuk mengubah sinar radiasi matahari menjadi energi listrik. Pembangkit listrik ini merupakan bentuk energi terbarukan dalam pemanfaatan salah satu sumber energi alternatif yang ramah lingkungan.

Sistem PLTS dapat dipasang dimana saja di seluruh wilayah Indonesia

selama lokasi terkena sinar matahari dan tidak terhalang oleh bayangan benda apapun. Dengan potensi yang sangat besar dan merupakan sumber energi yang tak terbatas dan ramah lingkungan, energi matahari dapat menjadi sumber energi utama di masa depan. Jenis energi yang satu ini bisa dikatakan merupakan energi yang keberadaannya tidak akan pernah habis.

Visi PT. SEI yaitu “Menjadi *leader engineering, procurement and construction* bidang *renewable energy* yang memberikan solusi pemanfaatan terbaik bagi pengguna sesuai kebutuhannya.”. Sedangkan misi “Meningkatkan kesejahteraan *stakeholder melalui* pemenuhan kebutuhan *renewable energy* yang kompetitif, inovatif dan berdaya guna serta pemanfaatannya dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dan oleh siapapun.” Sebagai perusahaan EPC (*Engineering, Procurement, Construction*), PT. SEI menyediakan sistem solusi total dalam bidang energi terbarukan.

Struktur organisasi PT. SEI terdiri Direksi dan Komisaris dengan bagan sebagai berikut.



Gambar 1.1 Struktur Organisasi

Sumber : *General Information PT. SEI (2021)*

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber- sumber

Ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Tujuan kegiatan perusahaan adalah untuk memproduksi barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Walaupun inisiatif untuk memproduksi barang dan jasa berasal dari produsen, kesuksesan dari usaha perusahaan sangat bergantung kepada tanggapan para konsumen. Apabila barang dan jasa yang diproduksi tidak disukai konsumen, produksi penjualan barang dan jasa tersebut akan merugikan perusahaan. Sebaliknya, barang dan jasa yang disukai konsumen akan mengalami peningkatan dalam produksi dan penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Dalam berbagai perusahaan kegiatan pemasaran memiliki peranan yang sangat penting. Kegiatan pemasaran dapat menjadi kunci dari keberhasilan usaha. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu, perusahaan hendaknya terus berupaya agar pelanggan dapat menjadi pelanggan yang setia.

Disadari atau tidak setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha hanya telah merencanakan dan menjalankan strategi usaha atau strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dijalankan sangat bervariasi dari yang paling sederhana sampai dengan yang paling ilmiah, sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman masing-masing pelaku usaha.

Strategi pemasaran itu sendiri merupakan rencana implementasi dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pertukaran guna, mencapai sasaran-sasaran organisasi. Mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran salah satu tahapannya adalah merencanakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Perkembangan teknologi tenaga surya sebagai sumber energi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tenaga surya merupakan energi alternatif ramah lingkungan. Seiring berkembangnya kebutuhan manusia akan energi alternatif, saat ini masyarakat berbagai kalangan mulai menyadari pentingnya pemanfaatan

energiramah lingkungan dimana tenaga surya memiliki keunggulan ramah lingkungan, tidak membutuhkan perawatan, cocok digunakan di wilayah Indonesia yang memiliki iklim tropis dan matahari bersinar penuh sepanjang tahun.

PT.SEI adalah perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan energy terbarukan yaitu energi surya. Wilayah Indonesia yang luas dan memiliki beragam kondisi menjadi perhatian PT. SEI untuk peningkatan penggunaan *renewable energy* di wilayah yang memiliki keterbatasan kemampuan pasokan listrik dari energi fosil. Selain itu harga yang kompetitif juga menjadi pertimbangan pemakaian *renewable energy* di wilayah usaha.

Salah satu cara agar konsumen tertarik menggunakan produk PT. SEI yaitu dengan melakukan pendekatan dan hubungan dengan calon konsumen yang baru, melakukan promosi dan pameran dalam rangka pengenalan dan inisiasi system *rooftop* ke masyarakat untuk membentuk dan meningkatkan pasar, melakukan pembinaan dan peningkatan hubungan dengan konsumen yang sudah ada serta memperkenalkan *core* bisnis serta produk dan jasa yang dapat dilakukan oleh PT. SEI. Peraturan Menteri No. 49 tahun 2018 yang sudah di revisi oleh Peraturan Menteri No. 13 tahun 2019 mengatur tentang Penggunaan Sistem Pembangkit Listrik Tenaga Surya Atap oleh Konsumen PT Perusahaan Listrik Negara (Persero). Dengan adanya aturan ini diharapkan animo masyarakat untuk memasang PLTS menjadi lebih tinggi yang dapat berdampak pada kegiatan usaha perusahaan. (PT. Surya Energi Indotama RKAP 2021). Adanya aturan pemerintah mengenai PLTS rooftop diharapkan dapat memberikan dampak terhadap pencapaian target 2021.

Konsumen PT. SEI meliputi pemerintah (Pemerintah Daerah, Kementerian ESDM, Kementerian Kominfo, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pembangunan daerah tertinggal, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, Kementerian Riset dan Teknologi) BUMN (PLN, PT. Pertamina, PT. Telekomunikasi Indonesia, PT. Indosat) Pasar Swasta (PT. Total, PT. Surya, PT. SUN) dan Perumahan.

Saat ini ada cukup banyak perusahaan EPC yang bergerak dibidang *Re newable energy* khususnya Pembangkit Listrik Tenaga Surya. Seiring kesadaran masyarakat untuk menggunakan energi ramah lingkungan dan dukungan pemerintah dalam bentuk peraturan menteri, maka persaingan perusahaan untuk mendapatkan konsumen baik *corporate* maupun retail akan semakin meningkat. Salah satu pertimbangan konsumen untuk memilih produk adalah harga yang komp

etitif.

Salah satu cara agar konsumen tertarik menggunakan produk PT. SEI yaitu dengan melakukan pendekatan dan hubungan dengan calon konsumen yang baru, melakukan promosi dan pameran dalam rangka pengenalan dan inisiasi *system rooftop* ke masyarakat untuk membentuk dan meningkatkan pasar, melakukan pembinaan dan peningkatan hubungan dengan konsumen yang sudah ada serta memperkenalkan *core* bisnis serta produk dan jasa yang dapat dilakukan oleh PT. SEI.

PT. SEI telah melakukan berbagai upaya untuk melayani konsumen sebagai pengguna produk tenaga surya yaitu dengan menyiapkan tenaga teknis yang memiliki kompetensi, membuat kontrak kerjasama yang jelas, garansi terhadap produk tenaga surya, dan adanya divisi purna jual yang siap membantu konsumen.

Adanya pelayanan yang diberikan oleh PT. SEI diharapkan konsumen akan dapat memberikan penilaian tersendiri terhadap perusahaan. Jika pelayanan sesuai dengan yang dikehendaki, maka konsumen akan puas. Jika yang terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan konsumen tidak puas dan berdampak negatif terhadap perusahaan yang akan menyebabkan menurunnya jumlah konsumen dan akhirnya menyebabkan pengurangan pendapatan perusahaan.

Untuk lebih mendalami kinerja Perusahaan, pelayanan kepada konsumen, persaingan dengan kompetitor, dan harapan ke depan, penulis melakukan wawancara dengan salah satu manajer pemasaran yang ada di PT. Surya Energi Indotama. Berikut ini adalah resume wawancara tersebut

1. Kinerja perolehan pendapatan dan laba bersih PT. SEI selama lima tahun terakhir, sejak tahun 2016 sampai dengan 2020 sebagai berikut:

**Tabel 1.1. PENDAPATAN SERTA LABA BERSIH PT. SEI
(DALAM MILYARAN RUPIAH)**

Tahun	Pendapatan Rp.	Lab a Bersih Rp.
2016	261,15	4,26
2017	360,56	18,60
2018	290,81	30,10
2019	400,43	45,44
2020	354,41	37,79

*) *Sumber: General Information PT. SEI 2021*

2. Saat ini persaingan dengan kompetitor perusahaan lain cukup ketat. Untuk memenangkan persaingan agar konsumen memilih produk PT. Surya Energi Indotama, maka PT. SEI memberikan penawaran produk dengan harga yang lebih murah. Dengan penawaran harga yang lebih murah, ditakutkan pelayanan dan kualitas mengalami penurunan. Sehingga kepuasan konsumen yang menjadi *customer focus* perusahaan menjadi turun.

3. Jumlah keluhan pelanggan beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan. Keluhan pelanggan tersebut disebabkan karena produk mengalami kerusakan.

Tabel 1.2

JUMLAH KELUHAN PELANGGAN DAN KERUSAKAN PRODUK

No	Tahun	Jumlah Kerusakan	Keterangan
1	2018	34	PLN, ESDM
2	2019	40	PLN, ESDM
3	2020	426	PLN, ESDM, Pertamina, dan Retail

Terjadi Peningkatan jumlah kerusakan yang signifikan di tahun 2020. Kerusakan peralatan pada tahun 2020 adalah sebesar 426, terdiri dari 16 unit peralatan Energi Limiter proyek Revitalisasi PLTS Kementerian ESDM, 8 unit Inverter di proyek PLN, Retail dan Pertamina, dan 402 PJU Tenaga Surya Proyek Kementerian ESDM.

4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, Perusahaan pernah melakukan survey kepuasan pelanggan dengan cara membuat kuisisioner dan diberikan ke beberapa konsumen. Tabel berikut ini adalah hasil kuisisioner tersebut.

Tabel 1.2. KUISISIONER KEPUASAN PELANGGAN

PERTANYAAN	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Puas	Puas Sekali
Mutu Barang			60%	40%
Waktu Pengiriman	10%	50%	30%	10%
Penerapan Standar K3	10%	10%	50%	30%
Kemudahan Menghubungi			70%	30%
Kemudahan Mendapatkan Informasi		10%	70%	20%
Penanganan Keluhan		10%	50%	40%

**) Sumber: Bagian Pemasaran PT. Surya Energi Indotama*

Dari hasil kuisisioner Kepuasan Pelanggan yang pernah dibuat oleh PT. Surya Energi Indotama, dapat disimpulkan bahwa semua responden puas dan puas sekali terhadap Mutu barang dan Kemudahan menghubungi. Sedangkan terhadap waktu pengiriman 10 % responden menjawab sangat tidak puas, 50 % menjawab tidak puas, 30 % menjawab puas dan 10 % menjawab puas. Terhadap pertanyaan Penerapan Standar K3, 10 % responden menjawab sangat tidak puas, 10 % menjawab tidak puas, 50 % menjawab puas dan 30 % menjawab puas sekali. Kemudahan mendapatkan Informasi, 10 % responden menjawab tidak puas, 70 % puas dan 20 % menjawab puas sekali. Dan yang terakhir pertanyaan Penangan keluhan, 10 % responden menjawab tidak puas, 50 % menjawab puas dan 40 % menjawab puas sekali.

Ada beberapa catatan dari responden terhadap pertanyaan kuisisioner tersebut diantaranya : perlunya peningkatan manajemen lapangan dan koordinasi team projek, tingkatkan layanan terutama kepastian delivery time, Komunikasi antara team survey dan team projek tidak sinkron.

5. Pimpinan dan Manajer pemasaran mengharapkan penulis untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terhadap kepuasan pelanggan dari berbagai variabel kualitas pelayanan. Kajian ini diperlukan perusahaan untuk membuat strategi agar konsumen lebih puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT.

Surya Energi Indotama. Dengan adanya strategi yang tepat, perusahaan mampu memenangkan persaingan penjualan pasar energi terbarukan, khususnya PLTS. Manajer dan pimpinan tersebut akan membantu menyebarkan kuisioner yang akan dibuat penulis kepada para konsumen agar mendapatkan data yang akurat

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan institusi jasa. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan sebuah institusi jasa untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumen, khususnya adalah konsumen (Srinadi dan Nilaksmawati, 2008).

PT. SEI telah melakukan berbagai upaya untuk melayani konsumen sebagai pengguna produk tenaga surya yaitu dengan menyiapkan tenaga teknisi yang memiliki kompetensi, membuat kontrak kerjasama yang jelas, garansi terhadap produk tenaga surya, dan adanya divisi purna jual yang siap membantu konsumen.

Adanya pelayanan yang dialokasikan oleh PT. SEI diharapkan konsumen akan dapat memberikan penilaian tersendiri untuk perusahaan. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Jika yang terjadi sebaliknya maka akan mengakibatkan konsumen merasa tidak puas dan berdampak kesan negatif terhadap perusahaan yang akan menyebabkan menurunnya jumlah konsumen dan akhirnya menyebabkan pengurangan pendapatan perusahaan.

Untuk mengetahui bagaimana pelayanan PT. SEI terhadap kepuasan konsumen maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, dengan demikian pelayanan yang diberikan oleh PT. SEI kepada konsumen dalam melayani konsumen dapat ditinjau lebih jauh lagi. Berdasarkan analisa diatas penulis tertarik untuk membuat penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Surya Energi Indotama (Studi di PT. Surya Energi Indotama)”**

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka terdapat masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Surya Energi Indotama?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang ditinjau dari variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Surya Energi Indotama?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Surya Energi Indotama.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang ditinjau dari variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Surya Energi Indotama.

1.3 Kegunaan Penelitian

1.3.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan bisa dijadikan bahan referensi untuk penelitian yang serupa terkait dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi perusahaan terutama untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumennya.

1.3 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan Periode Penelitian : Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020 hingga Maret 2021