

STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK

Studi Kasus Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Rumah Tangga
Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di PT Perusahaan Gas Negara
Surabaya

Nur Qomariya, Bagoes Soenarjanto,, Djoko Widodo

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

nurgomariya03@gmail.com

ABSTRAK

PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang distribusi dan transmisi gas alam. PGAS membagi area bisnisnya menjadi tiga unit bisnis strategis yang ditemukan di daerah Barat dan Timur Jawa, dan area Sumatra. PGAS didirikan pada tahun 1970 dan berpusat di Jakarta, Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh PT PGN Surabaya.

Dengan menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya wawancara, dokumentasi serta observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknis analisis SWOT, dimana teknik analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan atau kelemahan serta peluang dan ancaman dari usaha yang dilakukan. Hasil dari penelitian analisis swot adalah 1. Harus lebih ditingkatkan lagi inovasi seperti lebih dimudahkan masalah pembayaran agar tidak mempersulit pelanggan 2. Memaksimalkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh PT Perusahaan Gas Negara tersebut seperti harga yang lebih murah dibanding elpiji, gas yang ramah lingkungan, keamanan terjamin, tekanan gas nya lebih rendah daripada elpiji sehingga lebih aman. 3. Dilakukan pemerataan pemasangan pipa kepada seluruh masyarakat. 4. Memperbanyak jumlah petugas lapangan dan peralatan untuk memaksimalkan

Kata kunci : Strategi, Manajemen Pelayanan

ABSTRACT

PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) is a State-Owned Enterprise / Badan Usaha Milik Negara (BUMN) engaged in the distribution and transmission of natural gas. PGAS divides its business area into three strategic business units found in the West and East regions of Java and Sumatra. PGAS was founded in 1970 and based in Jakarta, Indonesia. This study aims to determine what strategies are carried out by PT PGN Surabaya.

By using data collection techniques including interviews, documentation and observation. The data analysis technique in this study uses the qualitative and technical methods of SWOT analysis, where the SWOT analysis technique is to find out the strengths or weaknesses as well as the opportunities and threats of the business undertaken. The results of the SWOT analysis research are: 1. More innovation must be improved, such as making payment problems easier so that it does not complicate customers, the gas pressure is lower than LPG, so it is more safer. 3. Equitable distribution of pipes to the entire community. 4. Increase the number of field workers and equipment to maximize

Keywords: Strategy, Service Management

Pendahuluan

Salah satu tantangan terbesar suatu perusahaan dalam menjaga eksistensinya dalam bisnis yaitu dengan mempertahankan pelanggan atau konsumen agar tetap loyal terhadap produk maupun jasa dari perusahaan tersebut. Loyalitas merupakan gambaran kepercayaan dan kesetiaan terhadap pelanggan yang selalu memberikan penawaran ke pelanggan untuk selalu menggunakan produk maupun jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Loyalitas terhadap pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan atas suatu jasa, produk baik produk jasa atau barang tertentu. Pelanggan bisa dikatakan loyal apabila pelanggan itu berkelanjutan atau masih menggunakan fasilitas atau maupun jasa yang

di berikan oleh pihak perusahaan dan akan tetap menjadi pelanggan di perusahaan itu. Hingga disebut Loyalitas kepada pelanggan dinilai memiliki peran penting didalam sebuah perusahaan,yang harus selalu mempertahankan mereka yang di nilai sebagai pelanggan tetap atau atau pelanggan berarti meningkatkan kinerja dari beberapa keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Hal tersebut menjadi prioritas pertama perusahaan untuk mempertahankan agar pelanggan tetap loyal atau menggunakan barang atau jasa yg di sediakan perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan berawal dari penilaian pelanggan atas produk atau jasa yang di terima atau yang di berikan oleh perusahaan tersebut sesuai dengan harapan atau kenyataannya pelanggan. Oleh karena itu upaya untuk mempertahankan pelanggan harus terus dilakukan perusahaan dengan berbagai cara meningkatkan kualitas pelayanan dan pelayanan yang semaksimal mungkin agar pelanggan merasa puas dan semua nya lancer terhadap produk atau jasa yang diberikan, sehingga dapat menciptakan pelanggan-pelanggan yang loyal. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadikan daya saing dan keunggulan tersendiri yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan yang lain dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang distribusi dan transmisi gas alam. Sebagai penyedia gas alam utama di Indonesia. PGAS membagi area bisnisnya menjadi tiga unit bisnis strategis yang ditemukan di daerah Barat dan Timur Jawa, dan Sumatra. PGAS mengelola pipa transmisi pengisian dan pendistribusi yang terletak di enam pasar distribusi utama dalam dan dua pasar transmisi utama untuk melayani konsumen industri, komersial, dan rumah tangga. PGAS juga berjuang untuk memperluas pangsa pasarnya di Indonesia secara domestik dan regional dengan membangun jaringan pipa baru

sekaligus meningkatkan layanannya. PGAS didirikan pada tahun 1970 dan berpusat di Jakarta, Indonesia. Perusahaan Gas Negara (PGN) adalah perusahaan nasional Indonesia terbesar di bidang transportasi dan distribusi gas bumi yang berperan besar dalam pemenuhan gas bumi domestic. PGN saat ini telah bertransformasi menjadi perusahaan yang berdedikasi pada suatu tujuan yaitu Memberikan keahliannya, energi dan infrastruktur yang terutama untuk wilayah pelosok di Timur yang diperlukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia di jangka panjang. PGN juga secara berkesinambungan dan mengintegrasikan rantai bisnis gas bumi dari hulu sampai hilir demi melayani masyarakat . PGN juga terus berupaya meningkatkan produktivitas operasional yang berawal pada tahap penguatan dan pembentukan sebuah bisnis unit. Kesinambungan yaitu penyaluran gas bumi menjadi prioritas PGN dalam memberikan suatu system pelayanan yang terbaik untuk bagi setiap Pelanggan Selama 50 tahun selain itu PGN telah memperkuat struktur usaha dengan berinvestasi dan mengembangkan keahlian pada bidang hulu migas, bidang mid-stream dan bidang hilir.

PGN memiliki kompetensi di bidang transmisi dan distribusi gas bumi yang telah teruji dan handal didukung oleh komitmen yang solid dalam memenuhi permintaan energi gas bumi di Indonesia yang semakin meningkat. Menyediakan energi bersih dan bermutu tinggi bagi beragam aplikasi industry adalah tugas utama PGN dan menjadi keharusan dan untuk senantiasa mengutamakan kepuasan pelanggan setia yang sektor rumah tangga, komersial dan industri serta niaga sejak tahun 1974. PGN selalu mengupayakan terhubungannya antara sumber-sumber gas bumi yaitu dengan sentra pengguna gas bumi dalam negeri maupun regional, agar terwujudnya sistem jaringan Transmisi dan Distribusi terhadap Gas Bumi Terpadu untuk Negara Indonesia. Sebagai Penyedia Utama Gas Bumi, PGN memiliki dua bidang usaha yaitu distribusi (penjualan) dan transmisi (transportasi) gas bumi melalui

jaringan pipa yang tersebar di seluruh wilayah usaha. Usaha distribusi meliputi kegiatan pembelian gas bumi dari pemasok dan penjualan gas bumi melalui jaringan pipa distribusi ke pelanggan rumah tangga, komersial dan industri. Sedangkan usaha transmisi merupakan kegiatan pengangkutan (transportasi) gas bumi melalui jaringan pipa transmisi dari sumber-sumber gas kepada user industri. PGN mendistribusikan produk gas bumi melalui jaringan pipa distribusi kepada para pelannya. Sebelum membangun dan mendapatkan pengakuan atas layanan prima yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan saat ini dan masa depan. Kepuasan akan timbul jika kinerja produk atau jasa yang diberikannya kepada konsumen sesuai dengan harapannya atau bahkan melebihi dari yang diharapkan. Rasa puas akan ditunjukkan oleh pelanggan dengan melakukan pembelian ulang produk atau jasa. PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan dan Layanan Area Surabaya-Gresik bergerak dibidang supplier energi gas dan bumi dengan cara menyalurkannya melalui infrastruktur jaringan pipa transmisi dan distribusi gas bumi ke pelanggan-pelanggan, antara lain seperti rumah tangga, pelanggan kecil, industri jasa & komersial dan industri manufaktur dan pembangkitan listrik Wilayah operasi PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area yaitu wilayah Surabaya dan Gresik antara lain Kota Ngagel Rungkut, Manukan Karang Pilang, Tandes dan wilayah Gresik. Dengan kebutuhan akan energi yang harus menjadi syarat merupakan kebutuhan vital yang harus di penuhi untuk berlangsungnya kehidupan masyarakat seperti, untuk pelanggan rumah dan tangga yang menggunakan gas bumi sebagai bahan bakar untuk memasak dan pemanas air untuk kebutuhan sehari-hari. Untuk menjaga penyalur gas bumi ke pelanggan-pelanggan tidak terganggu dan memberikan rasa aman bagi pelanggan diperlukan pelayanan yang prima. Pelayanan yang prima menjadi sebuah tuntutan dimana tuntutan itu harus dilakukan yang harus dipenuhi sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan

menjaga citra positif perusahaan dimata masyarakat. Jumlah pelanggan PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan dan Layanan Area Surabaya-Gresik pada tahun 2012 sejumlah 9.405 pelanggan, dengan rincian rumah tangga sekitar (9.179 pelanggan), pelanggan kecil (61 pelanggan), industri jasa & komersial(30 pelanggan) dan industri manufaktur & pembangkitan listrik (135 pelanggan). Jumlah pelanggandominasi oleh pelanggan yang sudah berkeluarga /berumah tangga yaitu sebesar 98% dari total semua total pelanggan yang ada pada berbagai layanan konsumen tentang kualitas Pelanggan rumah tangga memiliki karakteristik yang jauh lebih dari sensitif dalam menerima layanan dan menyampaikannya kembali ke perusahaan baik berupa rasa puas maupun tidak puas seperti complain/keluhan. Berdasarkan data keluhan pelanggan pada tahun 2012 di PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan dan Layanan Area Surabaya- Gresik diketahui bahwa keluhan terbanyak di dominasi oleh keluhan pelanggan rumah tangga sebanyak 412 keluhan (71%) dari total 583 keluhan. Jumlah keluhan pelanggan rumah tangga tersebut tersebar di beberapa wilayah Surabaya seperti Surabaya Kota, Rungkut, Manukan, Gunung Sari, Barata Jaya, Tengger, Candi Lontar, Rusun Warugunung, Kompleks Darmo dan wilayah Gresik seperti Gresik Kota Baru, Randu Agung, Pongahan dan keluhan terbanyak di wilayah Manukan yaitu sebanyak 82 pelanggan (20%) dari total 412 keluhan pelanggan rumah tangga.

Kajian Teori

Strategi merupakan rencana suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien suatu perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang ada dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Strategi merupakan

alat atau rencana untuk mencapai tujuan yang diinginkan untuk konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu perusahaan atau instansi sangatlah di butuhkan untuk pencapaian visi, misi dan tujuan yang sudah di terapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Menurut David (2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengendalian, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan. Menurut Tjiptono (2006:3) istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu..

Dalam buku Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis, Rangkuti (2013:3-4) mengutip pendapat dari beberapa ahli mengenai strategi, di antaranya :

1. Chandler : Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
2. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth : Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu

fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.

3. Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner : Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

4. Porter : Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

5. Andrews, Chaffe : Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

6. Hamel dan Prahalad : Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir yang selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Dalam suatu perusahaan atau organisasi sebuah pelayanan public sangat penting di dalamnya. Pelayanan juga dapat diartikan melayani masyarakat atau pelanggan sesuai kebutuhan dan kepuasan masyarakat agar terpenuhi. Pelayanan suatu hal yang mendasar bagi suatu instansi atau perusahaan. Karena dengan pelayanan tersebut masyarakat atau pelanggan merasa puas dengan jasa yang diberikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna, (1) perihal atau cara

melayani; (2) usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan atau uang; (3) kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Menurut Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2007:4-5) pengertian pelayanan publik atau pelayanan umum adalah : Pelayanan Publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, definisi dari pelayanan umum adalah : Segala 13 bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan menurut Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 UU No. 25/2009, yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundangundangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/ atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan publik merupakan salah satu kebutuhan di dalam rangka pemenuhan pelayanan sesuai peraturan perundang-undangan. Pemenuhan kebutuhan merupakan hak dasar bagi setiap warga negara dan penduduk untuk mendapatkan pelayanan atas barang, jasa dan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik yang maksimal.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif, agar dalam proses pencarian fakta dapat dilakukan pengkajian secara objektif. Penelitian ini menggunakan model pengumpulan data, studi kasus dan wawancara, Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya – upaya penting, seperti pengajuan pertanyaan dan prosedur – prosedur, mengumpulkan data yang spesifik menganalisis secara data secara induktif mulai dari tema – tema umum dan mentafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang lebih fleksibel (Creswell, 2010) pendekatan kualitatif dipilih karena dalam penelitian ini karena peneliti ingin melakukan kajian secara mendalam berupa fenomena sosial di masyarakat yang sifatnya kompleks, dinamis, dan tidak dapat diukur hanya menggunakan angka semata.

Fokus tersebut dilakukan peneliti pada di PT Perusahaan Gas Negara. Dari analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode Creswell (2010), merupakan analisis penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus – kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan beberapa prosedur pengumpulan data berdasarkan langkah dalam menganalisis data menurut Rangkuti (2014) analisis tentang SWOT yaitu : *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dapat meminimalkan beberapa kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Hasil

Dari penelitian yang berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian menemukan hasil dari peneliti. Hasil ini menjawab focus dari penelitian yang telah disebutkan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini

| | | |
|---|---|--|
| <p>2. Sumber daya amigas dari PGN yang masih tinggi</p> <p>3. Produk yang bisa menggantikan bahan bakar premium</p> | <p>pelanggan karena PGN termasuk inovasi perusahaan milik negara yang terbaru.</p> <p>2. Menambah pelanggan baru dengan melakukan banyak sosialisasi.</p> <p>3. Melakukan sosialisasi terhadap masyarakat tentang sumber daya baru yang digunakan perusahaan.</p> | <p>manajemen</p> <p>2. Dilakukan pemerataan pemasangan pipa kepada seluruh masyarakat</p> <p>3. Memperbanyak jumlah petugas lapangan dan peralatan untuk memaksimalkan penggunaan layanan PGN</p> |
| <p>Ancaman (T)</p> <p>1. Pasar bebas</p> <p>2. Masuknya pihak swasta yang beroperasi di bidang Non-BBM</p> <p>3. Image produk yang ditawarkan produk lain tingkat kualitasnya lebih baik dari yang ditawarkan</p> | <p>strategi S-T</p> <p>1. Harus lebih ditingkatkan lagi inovasi</p> <p>2. Memaksimalkan kelebihan kelebihan yang dimiliki</p> <p>3. Harus ditingkatkan lagi masalah produk</p> | <p>strategi W-T</p> <p>1. Meningkatkan SDM dalam bidang persaingan pasar bebas</p> <p>2. Memperbanyak atau memperluas area pemasangan pipa agar merata</p> <p>3. Lebih diperbanyak armada dan alat agar produk yang ditawarkan lebih baik daripada produk lain</p> |

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitiano kualitatif dengan menggunakan teknis seperti observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan di PT Perusahaan Gas Negara area Sales Surabaya tentang Strategi Peningkatan Pelayanan Publik di PT

Perusahaan Gas Negara Area Sales Surabaya dapat diambil kesimpulan. Kesimpulan diambil dari penyimpulan analisa faktor internal dan eksternal serta penyimpulan dari matrik swot dan penetapan asumsi dan strategi pilihan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat diterapkan dalam upaya peningkatan pelayanan publik oleh perusahaan gas negara Surabaya utamanya pada pelanggan rumah tangga adalah Harus lebih ditingkatkan lagi inovasi seperti lebih memudahkan masalah pembayaran agar tidak mempersulit pelanggan, Memaksimalkan kelebihan kelebihan yang dimiliki oleh PT Perusahaan Gas Negara tersebut seperti harga yang lebih murah dibanding elpiji, gas yang ramah lingkungan, keamanan terjamin, tekanan gas nya lebih rendah daripada elpiji sehingga lebih aman, Melakukan perluasan pemerataan pemasangan pipa kepada seluruh masyarakat. Agar semua masyarakat bisa merasakan dan menggunakannya dengan secara merata.

Daftar Pustaka

- aditi, b. (2017, october). *Analisis Strategi Kemudahan Pelayanan Dan Akurasi Ppob Terhadap Kinerja Payment Point Online Banking (PPOB) Pada Pelanggan PT Perusahaan Gas Negara*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/327382904_Analisis_Strategi_Kemudahan_Pelayanan_Dan_Akurasi_Ppob_Terdapat_Kinerja_Payment_Point_Online_Banking_PP OB_Pada_Pelanggan_Pt_Perusahaan_Gas_Negara.
- CAHYANA, D. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. Retrieved from file:///C:/Users/HP%2014S%20-%20CF1046TU/Downloads/DADANG%20CAHYANA%20OK%20(1).pdf.
- COACH, B. (2018, SEPTEMBER). *TEORI TENTANG KEPUASAN PELANGGAN*. Retrieved from <https://billionairecoach.co.id/entrepreneurship/6-teori-kepuasan-pelanggan>.
- dimas. (2012). *definisi strategi*. Retrieved from <https://definisimu.blogspot.com/2012/11/definisi-strategi.html>.
- herman, h. (2018). *jurnal STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA PT PUTRA USAHA MANDIRIKOTA*

- BATAM. Retrieved from <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jab/article/view/861/544>.
- Huwaida, H. (2016). *jurnal Strategi Pelatihan Guna Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pt Telkom Indonesia Wilayah Banjarmasin*. Retrieved from <http://ejournal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/359>.
- Juliyanto, I. T. (2015). *Strategi peningkatan kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api (studi pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VII Madiun*. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/81047/strategi-peningkatan-kualitas-pelayanan-jasa-transportasi-kereta-api-studi-pada>.
- pgn, i. t. (n.d.). *pgn.co.id*. Retrieved from <http://ir.pgn.co.id/financial-information#FinancialReports>.
- pgn.co.id. (n.d.). *info tentang pgn*. Retrieved from <http://ir.pgn.co.id/financial-information#FinancialReports>.
- R., I. K. (2012, agusty). *Strategi penerapan kualitas pelayanan jasa sebagai upaya peningkatan kepuasan layanan pada kantor Dinas Pendapatan Daerah Palembang*. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/112184/strategi-penerapan-kualitas-pelayanan-jasa-sebagai-upaya-peningkatan-kepuasan-la>.
- Susanto, F. d. (n.d.). *Analisa kepuasan pelanggan rumah tangga sebelum dan sesudah pelayanan GO PAY pada Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk Area Banten* . Retrieved from http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_613197873264.pdf.