

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sekarang ini, menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing agar usaha yang di jalankan tetap berjalan dengan baik. Selain itu dengan adanya perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perkembangan suatu usaha untuk menghasilkan produk atau layanan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan. Banyak cara yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari setiap konsumen yang datang, salah satunya yaitu dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yang didasarkan pada rumusan 4P, yang meliputi Produk, Price, Place, dan Promotion .

- *Product* (produk). Merupakan kombinasi barang dan jasa yang di tawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutan dan keinginan pasar.
- *Price* (harga). Jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan.
- *Place* (saluran distribusi atau tempat). Menunjukkan berbagai kegiatan yang di lakukan oleh produsen untuk menjadikan produk yang dihasilkan dapat

diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat di manapun konsumen berada.

- *Promotion* (promosi). Merupakan segala kegiatan yang di lakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang dihasilkannya, baik pada konsumen sasaran maupun konsumen perantara, dengan maksud menyampaikan informasi yang bersifat memberitahu, membujuk atau meningkatkan kembali segala sesuatu mengenai produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam hal ini perusahaan di bedakan menjadi 2, yaitu perusahaan milik swasta dan perusahaan milik pemerintah.

1. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) adalah badan usaha yang pemilik sepenuhnya ditangan individu atau swasta. Badan usaha ini ditujukan untuk mencari keuntungan, namun ada juga perusahaan swasta yang tidak mencari keuntungan tapi lebih ke motif sosial, seperti Rumah Sakit, Sekolah, Akademi, Universitas, Panti Asuhan, dan lain – lain. Bentuk badan usaha swasta dapat dibagi dalam beberapa macam yaitu Perusahaan Perseorangan, Persekutuan dan Perseroan Terbatas.
- Perusahaan Perseorangan merupakan badan usaha yang kepemilikan dan pengelolaannya ditangani oleh satu orang. Dalam sisi pengelolaannya, pengusaha memperoleh semua keuntungan perusahaan namun juga menanggung semua resiko yang timbul dalam kegiatan perusahaan.

- Persekutuan adalah perusahaan yang memiliki dua pemodal atau lebih. Pembentukan persekutuan bisa berdasarkan kontrak tertulis atau kesepakatan yang legal. Persekutuan terdiri dari Firma dan Persekutuan Komanditer atau CV.
  - Perseroan Terbatas ( PT ) adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian untuk menjalankan usaha yang modalnya terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya
2. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha yang sebagian atau seluruh kepemilikannya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. Badan Usaha Milik Negara terdiri dari tiga jenis, yaitu Perusahaan Perseroan, Perusahaan Jawatan dan Perusahaan Umum.
- Perusahaan perseroan (persero) adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas (PT) yang modal atau sahamnya paling sedikit 51% dimiliki oleh pemerintah, yang tujuannya mengejar keuntungan. Maksud dan tujuan mendirikan persero ialah untuk menyediakan barang dan atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat dan mengejar keuntungan untuk meningkatkan nilai perusahaan.
  - Perusahaan Jawatan (Perjan) sebagai salah satu bentuk BUMN memiliki modal yang berasal dari negara. Besarnya modal Perusahaan Jawatan ditetapkan melalui APBN.

- Perusahaan Umum (Perum) Adalah perusahaan badan pemerintah yg mengelola sarana umum. Contoh dari Perum yaitu Perum Pegadaian, Perum Jasatirta, Perum DAMRI, Perum ANTARA.

Seperti halnya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat banyak, salah satunya di dalam bidang kelistrikan. Oleh karena itu, dalam mengatur dan menjalankan usahanya harus selalu diatur dan dikelola oleh pemerintah, karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia. Selain itu pemerintah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya, untuk dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat. Melihat keadaan tersebut, pemerintah berupaya selalu berusaha untuk dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Karena pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT.PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik yang dilakukan oleh Perusahaan yang diberikan kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat

penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh Negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang cukup, merata, dan bermutu. Untuk itu PT.PLN (Persero) memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

PT.PLN (Persero) cabang Balong merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan pembayaran rekening listrik, pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter, dan sebagainya. Demi terselenggaranya penyaluran aliran tenaga listrik, dibutuhkan sarana penghubung berupa saluran transmisi, sedangkan jasa yang disalurkan berupa tenaga listrik. Selain itu perusahaan juga melaksanakan kegiatan pembangunan di segala bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan terutama dalam bidang kelistrikan. Pembangunan tersebut dilakukan tidak semata-mata dimaksudkan untuk mencari keuntungan laba semaksimal mungkin, tetapi cenderung untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan tetap berjalan walaupun menggunakan biaya yang sangat mahal. Hal ini disebabkan oleh adanya karakteristik pembangunan listrik yang memiliki daya dorong ke belakang (*Backward Linkage*) dan daya dorong ke depan (*Forward Linkage*) yang relatif

besar. Selain itu PT.PLN (Persero) harus mampu menempatkan diri seimbang di antara dua kepentingan yang mendasar, yaitu :

1. Sebagai perusahaan, PT.PLN (Persero) secara kontinu perlu memperoleh keuntungan ekonomis untuk dapat dan mampu meningkatkan mutu dan jumlah pelayanan listrik untuk umum.
2. Sebagai salah satu komponen pembangunan nasional, PT.PLN (Persero) mengemban tugas untuk menyediakan pelayanan tenaga listrik di seluruh wilayah tanah air yang tidak selamanya memberikan keuntungan ekonomis.

Sejalan dengan hal di atas, PT.PLN (Persero) berupaya untuk berperan :

- sebagai pendorong, penggerak dan penunjang pembangunan nasional.
- sebagai sarana peningkatan produktivitas dan efisiensi.
- sebagai penunjang lancarnya kegiatan perekonomian dan pemerintahan.

Kebutuhan akan jasa listrik di Ponorogo dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan. Peningkatan akan dibutuhkannya jasa listrik ini merupakan dampak yang positif untuk menunjang tersalurkannya potensi yang dimiliki PT.PLN (Persero).

Philip Kotler (1994) menegaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan kemudian dibandingkan dengan harapannya atau kinginannya.

Kepuasan konsumen menurut Mowen dan Minor (2001) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan

konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Dari beberapa uraian di atas mengenai kepuasan maka secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen atau bahkan melebihinya.

Kebutuhan akan jasa listrik di ponorogo dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan. Peningkatan akan dibutuhkannya jasa listrik ini merupakan dampak yang positif untuk menunjang tersalurnya potensi yang dimiliki PT. PLN (Persero). Secara umum, pelayanan jasa listrik pada PT. PLN (Persero) didominasi oleh pelayanan pembayaran rekening listrik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa listrik pada PT.PLN (Prsero) cabang Balong”.

## **1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Perumusan masalah**

Berdasarkan uraian diatas, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah “ faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa listrik pada PT.PLN (persero) cabang Balong? ” dari masalah tersebut dirumuskan pertanyaan – pertanyaan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi *Tangible* (bukti nyata atau bukti fisik), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (perasaan), dan *Realibility* (kehandalan), berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT.PLN (persero) cabang Balong?
2. Variabel apa yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada PT.PLN (persero) cabang Balong?

### **1.2.2 Batasan masalah**

Agar dalam pembahasan masalah ini nantinya tidak melebar dan terarah pada pokok permasalahan, sehingga dapat mempermudah menjelaskan pembahasan maka perlu dibuat batasan masalah.

Adapun batasan masalah penulisan skripsi ini adalah terbatas pada :

1. Faktor – faktor pelayanan jasa yang meliputi tangible, responsiveness, assurance, empathy, dan reliability, terhadap kepuasan konsumen pada PT.PLN (persero) cabang Balong.
2. Populasi dalam penelitian ini dilakukan secara acak kepada seluruh pelanggan yang sedang melakukan transaksi di kantor PT.PLN (persero) cabang Balong selama 3 bulan ( Maret – Mei 2015)

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuannya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan konsumen yang meliputi tangible, responsiveness, assurance, empathy, dan reliability, berpengaruh terhadap penggunaan jasa listrik pada PT.PLN (persero) cabang Balong.
2. Untuk mengetahui variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada PT.PLN (persero) cabang Balong.

#### **1.3.2 Manfaat penelitian**

1. Bagi PT.PLN (persero) cabang Balong

Sebagai informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.

2. Bagi calon peneliti lain

Sebagai bahan informasi dan bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi peneliti

Sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar S1, dan dari penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai teori kepuasan konsumen, dan menerapkan teori yang telah di peroleh di perguruan tinggi.

4. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan, dan sebagai bahan informasi bagi bahan penelitian yang sama.