

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan yang terjadi dewasa ini dirasakan semakin cepat, makin bertambah akselerasinya didukung perkembangan teknologi, sistem informasi dan komunikasi yang makin menyebabkan proses globalisasi bergerak semakin cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan.

Sementara itu Kotler (2003) bukunya Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa “kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. Kepuasan secara tidak langsung merupakan evaluasi yang sifatnya sengaja terhadap pelayanan yang dilakukan, pengalaman-pengalaman sebelumnya merupakan faktor penting dalam evaluasi yang akan menentukan seberapa jauh orang akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen. Badan Usaha Milik

Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya. Dalam mengatur dan menjalankan usahanya, BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia.

Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kotler (2003) mendefinisikan jasa sebagai segala tindakan atau kinerja yang seseorang berikan kepada orang lain biasanya berupa sesuatu yang tidak terlihat dan tidak menimbulkan kepemilikan. Sebaliknya pelanggan yang tidak terpuaskan dapat menjadi kesan/citra buruk bagi perusahaan karena dapat menghilangkan pelanggan yang baru. Silverman (2001) menyebutkan Word-of-mouth merupakan indikator dari loyalitas karena salah satu ciri konsumen loyal adalah ia akan menyebarluaskan pengalamannya kepada orang lain.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) 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.

Menurut teori Kotler (2003) menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh salah satunya faktor psikologi (sikap). Menurut Assael (2001) mengatakan bahwa sikap terhadap suatu merek adalah kecenderungan pembelajaran konsumen untuk mengevaluasi merek dalam bentuk suka atau tidak suka. Strandvik dan Liljander (1997) menyatakan bahwa emosi dapat berfungsi sebagai mediator atau factor independen yang mempengaruhi kepuasan. Jadi dapat kita simpulkan bahwa respon emosi dalam bisnis jasa merupakan proses evaluasi konsumen terhadap produk atau pelayanan dimana hasil evaluasi tersebut menimbulkan perasaan emosi positif atau negatif didalam diri konsumen yang akan tergambar dalam bentuk sikap konsumen.

PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter, dan sebagainya. Demi terselenggaranya penyaluran aliran listrik, dibutuhkan sarana penghubung berupa saluran transmisi, sedangkan jasa yang disalurkan berupa tenaga listrik. Pembangunan PT. PLN (Persero) tidak untuk mencari keuntungan laba semaksimal mungkin, tetapi untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan PT. PLN (Persero) tetap berjalan walaupun menggunakan biaya yang sangat mahal. Menurut Ferdinand T Siahaan selaku General Manager PLN Distribusi Jawa Barat & Banten ada dua hal yang disebabkan oleh adanya karakteristik pembangunan listrik yaitu memiliki daya dorong ke belakang (Backward Linkage) dan daya dorong ke depan (Forward

Linkage) yang relatif besar. PT. PLN (Persero) harus menempatkan diri seimbang di antara dua kepentingan yang utama, yaitu :

- 1) PT. PLN (Persero) secara kontinu perlu memperoleh keuntungan ekonomis untuk dapat dan mampu meningkatkan mutu dan jumlah pelayanan listrik untuk umum;
- 2) PT. PLN (Persero) mengembangkan tugas untuk menyediakan pelayanan tenaga listrik di seluruh wilayah tanah air yang tidak selamanya memberikan keuntungan ekonomis.

Kebutuhan akan jasa listrik di Jawa Barat dari tahun ke tahun menunjukkan banyak peningkatan. Peningkatan akan dibutuhkannya jasa listrik ini merupakan dampak yang positif untuk menunjang tersalurnya potensi yang dimiliki PT. PLN (Persero). Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :*“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala”*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan yang telah diuraikan, yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk lebih mengetahui tentang masalah pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas konsumen PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala dan juga ada beberapa tujuan lain dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang membutuhkan hasil penelitian ini. Adapun kegunaan dari laporan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Penulis

- 1) Bagi penulis, diharapkan menjadi pengalaman dan tambahan wawasan tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala.
- 2) Mengetahui perbandingan antara teori yang diajarkan dengan kenyataan yang ada pada praktek kerja.
- 3) Syarat untuk mengikuti ujian akhir Program S1 Fakultas Ekonomi Sub Program Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Bagi Instansi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan bagi instansi dalam Kualitas Jasa dan Loyalitas Konsumen pada PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala.

Bagi Ilmu Pengetahuan

1. Bagi pihak-pihak yang membutuhkan sebagai bahan referensi dan penyusunan karya tulis yang berhubungan dengan topik yang diambil oleh penulis.
2. Sebagai bahan perbandingan untuk perkembangan ilmu ekonomi.