

## **BAB I** **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau PT PLN (Persero) ULP Medan Baru merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang ketenaga listrikan yang bertugas mengeklaim, mengecek, dan mengatur pasokan listrik dalam negeri, Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan listrik secara bertahap diseluruh pelosok negeri. PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru memberikan pelayanan dan kepuasan loyalitas terhadap calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan ketenagaan listrik salah- satunya di Indonesia. Kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern.

PT PLN( Persero) Medan baru sangat berorientasi pada ketenagaan listrik, menjadikan sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat terkhususnya di daerah Medan Baru.

**“Pengaduan** adalah pernyataan secara lisan atau tertulis atau ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu sistem pelayanan”. Pengaduan yang dikelola dengan baik akan mendatangkan manfaat atau keuntungan bagi organisasi yang dikomplain, antara lain: organisasi semakin tahu akan kelemahan atau kekurangannya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sebagai alat introspeksi diri organisasi untuk senantiasa responsif dan mau memperhatikan suara dan pilihan pelanggan, mempermudah organisasi mencari jalan keluar meningkatkan mutu pelayanannya (Bappenas, 2010).

**Promosi** adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi ini salah satu program PLN untuk membantu dalam penyampaian informasi, walaupun penyampaian informasi belum bisa tersampaikan ke seluruh masyarakat. Promosi ini sangat dibutuhkan oleh PLN demi tercapainya perluasan informasi dan sosialisasi terkait program listrik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Motivasi** adalah suatu kondisi yang menggerakan manusia dan menimbulkan semangat atau dorongan kerja untuk melakukan kegiatan dan dinyatakan dalam bentuk usaha yang keras atau lemah kearah suatu tujuan dimana kuat dan lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya prestasinya.

**Kepuasan pelanggan** merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan Pelanggan untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan.

PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru mereka juga mengadakan sosialisasi pelatihan yang diberikan kepada masyarakat untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan agar dapat

mencapai kualitas yang lebih meningkat agar lebih baik dan benar yang bertujuan untuk mengembangkan usaha para karyawan dan karyawan ketenagaan listrik.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :  
**“PENGARUH PELAYANAN, PROMOSI, DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT.PLN (PERSERO) ULP MEDAN BARU**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengaduan berpengaruh terhadap kinerja karyawan  
PT PLN ( PERSERO) ULP Medan Baru.
2. Promosi berpengaruh terhadap kinerja karyawan  
PT PLN ( PERSERO) ULP Medan Baru.
3. Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.
4. Kepuasan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengaduan masyarakat terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru?
3. Bagaimana Pengaruh promosi terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru?
3. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru?
4. Bagaimana pengaruh pelayanan pengaduan,promosi,dan motivasi terhadap  
Kinerja karyawan pelanggan PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sehubungan perumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan Menganalisis pengaruh pengaduan masyarakat terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.
2. Menguji dan Menganalisis pengaruh promosi terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.
3. Menguji dan Menganalisis pengaruh Motivasi terhadap kinerja karyawan  
PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.
4. Menguji dan Menganalisis pengaruh pelayanan,promosi,dan motivasi terhadap kinerja  
karyawan PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini:

1. Bagi peneliti, sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam penelitian PT PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi dan peluang untuk melakukan riset dengan variabel yang berbeda.
3. Bagi perusahaan, sebagai masukan dalam memberikan fasilitas kenyamanan pelanggan PT. PLN (PERSERO) ULP Medan Baru.
4. Bagi Universitas Prima Indonesia, sebagai tambahan bahan referensi dan daftar pustaka yang berguna di kampus UNPRI.

## **1.6 Teori Pelayanan pengaduan**

### **1.6.1 Pengaduan**

Menurut Daryanto dan Setyabudi, (2014 : 32), “Komplain atau keluhan adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkalan, dan kemarahan atas servis jasa atau produk”.

### **1.6.2 Indikator Pengaduan**

Indikator Pengaduan terdiri dari beberapa bagian,yaitu:

1. Sumber atau asal pengaduan
2. Isi pengaduan
3. Unit penanganan pengaduan
4. Responden pengaduan
5. Umpang balik
6. Rasio pengaduan terbuka terhadap total pengaduan
7. Tingkat kepuasan pelapor.

### **1.7 Teori Tentang Promosi**

#### **1.7.1 Promosi**

Menurut Laksana (2019 : 129), “Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat, dan bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”.

#### **1.7.2 Indikator Promosi**

Menurut Tjiptono (2008) Indikator Promosi terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

1. Periklanan
2. Penjual personal
3. Promosi penjualan
4. Hubungan masyarakat
5. Tingkat kesadaran merek (*Brand Awareness*)
6. Tingkat penukaran kupon atau diskon

## 1.8. Teori Tentang Motivasi

Menurut siagian (2012:138), “Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seoarang anggota organisasi mau dan rela untuk melakukan suatu kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya”.

### 1.8.2 Indikator Motivasi

Indikator Motivasi terdiri dari beberapa bagian,yaitu:

- 1.Tanggung jawab
- 2.Pengembang Potensi Individu
- 3.Pekerjaan Itu Sendiri
- 4.Prestasi

## 1.9 Teori Tentang Kinerja karyawan

### 1.8.1 Kinerja Karyawan

Menurut (Sutrisno, 2019:123), “Kinerja Karyawan adalah Kinerja karyawan adalah hasil kerja karyawan dilihat pada aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja dan kerja samauntuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh organisasi”.

### 1.9.2 Indikator Kinerja Karyawan

Menurut Menurut Robbins (Sopiah & Sangadji, 2018:351) indikator kinerja karyawan , yaitu:

- 1.Kualitas
- 2.Kuantitas
- 3.Ketepatan Waktu
- 4.Efektivitas
- 5.Kemandirian

## 1.10 Kerangka konseptual

