

BABI

P E N D A H U L U A N

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan, maka dapat dipahami bahwa pelayanan tersebut merupakan sesuatu yang berperan dalam memberikan kontribusi terhadap perusahaan tersebut. Dengan pelayanan yang baik, perusahaan akan banyak menarik pelanggan dan akhirnya akan memberikan profitabilitas yang tinggi bagi perusahaan.

Baik buruknya citra perusahaan dimata pelanggan tergantung pada pelayanan sehari-hari. Dalam hal ini dapat ditingkatkan melalui pengembangan dan penciptaan prosedur yang bersahabat, relevan dan hemat waktu. Penyelesaian masalah yang cepat dan kreatif serta menghadapi pelanggan secara bijaksana dalam situasi yang sulit sekalipun adalah juga merupakan satu point yang positif dari pelanggan terhadap perusahaan.

Pelayanan merupakan ujung tombak dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan pelayanan bisa menjadi semacam promosi yang efektif bagi perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diterimanya, maka mereka akan mengatakan kepada relasi, teman, ataupun mitra kerjanya terhadap pelayanan yang diterimanya dari suatu perusahaan.

Dengan adanya penilaian yang positif dari pelanggan terhadap perusahaan akan menjadikan pelanggan tersebut tetap bertahan menjadi pelanggan yang setia.

Mempertahankan seorang pelanggan adalah jauh lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan yang baru. Citra perusahaan sedikit banyaknya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan untuk memakai jasa suatu perusahaan.

Dalam menjalankan prinsip-prinsip suatu usaha termasuk pada beberapa perusahaan swasta nasional, BUMN, BUMD, maka usaha-usaha yang sehat tersebut harus dapat menyeimbangkan kondisi produksi dengan harga jual produk bagi masyarakat. Perhitungan yang salah terhadap keadaan tersebut akan memberikan akibat bahwa penjualan terhadap produk perusahaan atau pemasaran jasa perusahaan tidak akan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan tersebut untuk bertahan dan melakukan aktivitasnya secara terus-menerus.

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di PDAM Tirtanadi Cabang Medan Kota, yang merupakan salah satu cabang dari PDAM Tirtanadi Propinsi Sumatera Utara sebagai sebuah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Perusahaan ini bergerak di bidang usaha penyediaan air bersih bagi masyarakat Kota Medan. Sebagai suatu perusahaan yang juga mengarah kepada mencari keuntungan maka perihal pelaksanaan pemasaran air bersih yang dilakukan perusahaan harus juga disesuaikan dengan kondisi produksi perusahaan. Atau dengan kata lain bahwa pelaksanaan pemasaran air bersih kepada masyarakat harus dapat menopang operasi perusahaan ke depan. Untuk hal yang demikian maka perhitungan-perhitungan dalam rangka penyesuaian tarif dasar air minum sehingga tarif dasar yang diterapkan tersebut sesuai dengan daya beli masyarakat dan juga harga jual produk tersebut.

Dengan usaha tersebut maka efektivitas dan keberlangsungan perusahaan ini