

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Listrik merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Tanpa adanya listrik lampu-lampu tidak dapat menerangi desa atau kota. Sebuah kota tanpa listrik laksana kota mati, tanpa kehidupan dan gelap. Selain sebagai sumber energi penerangan, listrik juga bisa diubah menjadi sumber energi lain yang berguna bagi kehidupan manusia. Sebagian besar kebutuhan energi listrik tersebut dapat diperoleh melalui pasokan dari perusahaan listrik negara (PT PLN).

Berdasarkan PP No. 23 Tahun 1994, PT PLN (Persero) merupakan BUMN pemegang kuasa usaha ketenagalistrikan, yang bertugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai, memberikan jasa pelayanan umum berperan mengawasi sektor ketenagalistrikan yang merupakan faktor penting agar industri, pedagang, pengusaha, dan masyarakat dapat melakukan aktivitasnya. PT PLN (Persero) mempunyai tugas sebagai pengelola transmisi, operasi sistem dan transaksi tenaga listrik dengan kualitas pelayanan kelas dunia yang mampu memenuhi harapan *stakeholder* dan memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

PT PLN (Persero) banyak memberikan jasa pelayanan diantaranya pemasangan listrik baru, penyediaan lampu penerangan jalan, penambahan daya listrik dan layanan gangguan. PT PLN (Persero) harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat karena akan menciptakan

kepuasan bagi konsumen. Maka, kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting, dengan mempertahankan kepuasan pelanggan akan tercipta pencitraan yang baik bagi perusahaan serta hubungan yang harmonis bagi perusahaan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu cermin keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka akan semakin bagus citra perusahaan dimata para pelanggan. Menciptakan kepuasan pelanggan merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan untuk bertahan.

Sekarang ini setiap perusahaan dituntut agar selalu meningkatkan produktivitas perusahaan, untuk itu PLN terus berupaya meningkatkan pelayanan dan penyediaan listrik. Jumlah konsumen tegangan rendah distribusi Lampung sangat besar. Selama ini konsumen mendapatkan layanan listrik pascabayar pelanggan harus membayar tagihan bulanan pada batas waktu tertentu. Ditambah setiap bulan PLN harus mencatat meter, menghitung, menagih, dan memutuskan sambungan listrik jika konsumen terlambat membayar. Bila dibandingkan dengan pengguna layanan pascabayar selama ini, pelanggan relatif tidak leluasa untuk mengetahui berapa besar energi listrik yang telah dikonsumsi, terkadang tagihan tidak sesuai dengan pemakaian. Pelanggan baru bisa mengetahui total pemakaian listrik pada waktu pembayaran. Karena pembayaran dilakukan setelah pemakaian, tak jarang pelanggan terpaksa menunggak pembayaran hingga akhirnya terjadi pemutusan sambungan listrik, selain itu sering terjadi juga kesalahan pemutusan listrik pada pelanggan. Keadaan seperti ini membuat pelanggan merasa kecewa

dengan pelayanan yang diberikan PLN. Melihat banyaknya keluhan-keluhan dari pelanggan tersebut akhirnya PLN menyarankan adanya Listrik Prabayar.

Layanan Listrik Prabayar (LPB) merupakan bentuk pelayanan PLN dalam menjual energi listrik dengan cara pelanggan membayar dimuka. Sebelum menggunakan listrik pelanggan terlebih dahulu membeli sejumlah nominal energi listrik, kemudian pelanggan dapat mengelola dan mengendalikan sendiri dalam mengkonsumsi listrik. Pelanggan dapat mengendalikan sesuai kebutuhan dan keinginannya melalui meter elektronik prabayar yang terpasang. Dengan cara ini, kendali pengguna listrik sepenuhnya ada pada diri pelanggan. Kekhawatiran tagihan listrik membengkak tak perlu lagi terjadi. Baik yang disebabkan oleh penggunaan listrik yang tak terkontrol maupun karena kesalahan baca meter kWh listrik. Dengan menggunakan listrik prabayar pelanggan mendapatkan banyak manfaat seperti:

1. Kemudahan memantau pemakaian listrik
2. Pelanggan dapat mendisiplinkan diri sendiri untuk menggunakan listrik sesuai dengan anggaran belanja.
3. Pelanggan dengan mudah mengendalikan anggaran pemakaian listrik sehingga akan terhindar dari pemborosan.
4. Melakukan kontrol penggunaan listrik
5. Merubah perilaku hemat energi dan privasi terjaga.
6. Tidak akan didatangi oleh petugas karena menunggak.
7. Tidak ada kesalahan baca meter kWh listrik.

PT PLN menilai bahwa Listrik Prabayar (LPB) akan mampu memperbaiki kinerja pelayanan yang diberikan, maka pada tanggal 9 Maret 2007 sesuai surat

No.173/160/DJBB/2007 PLN menawarkan produk baru yaitu LPB. Pelaksanaan Pelayanan Listrik Prabayar secara bertahap pada tahun 2008 yang sekiranya mampu mengurangi keluhan dari pelanggan atas pelayanan listrik selama ini.

Sosialisasi pelayanan listrik prabayar di Indonesia dimulai pada tahun 2008 khususnya untuk daerah Jawa dan Bali, sementara untuk PT PLN (Persero) UPJ Way Halim melakukan sosialisasi dan pemasangan listrik prabayar dimulai pada bulan Oktober 2009. Pada Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) jumlah pelanggan UPJ Way Halim hingga Oktober 2013 sebanyak 86.053 pelanggan yang terdiri dari 67.633 pelanggan pascabayar dan 18.420 pelanggan prabayar. Rincian jumlah pelanggan total dan pelanggan listrik pra bayar PT PLN (Persero) UPJ Way Halim tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Pelaksanaan program penggunaan LPB tidak dapat berjalan dengan mulus, karena LPB merupakan sistem yang baru, sehingga banyak permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh PT PLN (Persero) UPJ Way Halim diantaranya adalah banyaknya masyarakat yang tidak mau menggunakan LPB dengan alasan kurang memahami cara kerja dari LPB tersebut karena rumit, bisa bayar listrik telat atau menunggak (listrik pascabayar), dan sebagainya. Oleh karena itu pihak PLN harus bekerja ekstra untuk mengenalkan listrik prabayar kepada seluruh lapisan masyarakat, khususnya daerah pedesaan.

Tabel 1.1. Pelanggan PT PLN (Persero)  
UPJ Way Halim – Total

TARIF/DAYA	PELANGGAN
<b>SOSIAL</b>	
S.2 / 450 VA I	155
S.2 / 900 VA I	314
S.2 / 1.300 VA	208
S.2 / 2.200 VA	124
S.2 / 3.500 VA s/d 200	214
S.3 / 200 KVA	9
<b>JUMLAH PELANGGAN S</b>	<b>1,024</b>
<b>RUMAH TANGGA</b>	
R.1 / 450 VA I	11,574
R.1 / 900 VA I	38,933
R.1 / 1.300 VA	22,779
R.1 / 2.200 VA	6,151
R.2 / 3.500 VA s/d 5.500	1,370
R.3 / 6.600 VA keatas I	202
<b>JUMLAH PELANGGAN R</b>	<b>81,009</b>
<b>BISNIS</b>	
B.1 / 450 VA I	50
B.1 / 900 VA I	667
B.1 / 1.300 VA	1,060
B.1 / 2.200 VA s/d 5.500	1,260
B.2 / 6.600 VA s/d 200 k	522
B.3 / > 200 kVA	7
<b>JUMLAH PELANGGAN B</b>	<b>3,566</b>
<b>INDUSTRI</b>	
I.1 / 900 VA I	1
I.1 / 3.500 s/d 14 kVA	1
I.2 / > 14 kVA s/d 200 kV	9
I.3 / > 200 kVA	9
<b>JUMLAH PELANGGAN I</b>	<b>20</b>
<b>PEMERINTAH</b>	
P.1 / 450 VA	3
P.1 / 900 VA	5
P.1 / 1.300 VA	18
P.1 / 2.200 VA s/d 5.500	44
P.1 / 6.600 VA s/d 200 k	72
P.2 / > 200 kVA	1
P.3	68
<b>JUMLAH P</b>	<b>211</b>
<b>PELANGGAN L</b>	<b>223</b>
<b>JUMLAH</b>	<b>86,053</b>

Pelanggan PT PLN (Persero)  
UPJ Way Halim – Listrik Pra Bayar

TARIF/DAYA	PELANGGAN
<b>SOSIAL</b>	
S.2 / 450 VA I	0
S.2 / 900 VA I	38
S.2 / 1.300 VA	43
S.2 / 2.200 VA	32
S.2 / 3.500 VA s/d 200	28
S.3 / 200 KVA	0
<b>JUMLAH S</b>	<b>141</b>
<b>RUMAH TANGGA</b>	
R.1 / 450 VA I	14
R.1 / 900 VA I	10,221
R.1 / 1.300 VA	5,363
R.1 / 2.200 VA	1,494
R.2 / 3.500 VA s/d 5.500	379
R.3 / 6.600 VA keatas I	45
<b>JUMLAH R</b>	<b>17,516</b>
<b>BISNIS</b>	
B.1 / 450 VA I	1
B.1 / 900 VA I	158
B.1 / 1.300 VA	170
B.1 / 2.200 VA s/d 5.500	310
B.2 / 6.600 VA s/d 200 k	112
B.3 / > 200 kVA	0
<b>JUMLAH B</b>	<b>751</b>
<b>INDUSTRI</b>	
I.1 / 900 VA I	1
I.1 / 2.200 VA	0
I.1 / 3.500 s/d 14 kVA	1
I.2 / > 14 kVA s/d 200 kV	0
I.3 / > 200 kVA	0
<b>JUMLAH I</b>	<b>2</b>
<b>PEMERINTAH</b>	
P.1 / 450 VA	0
P.1 / 900 VA	0
P.1 / 1.300 VA	3
P.1 / 2.200 VA s/d 5.500	3
P.1 / 6.600 VA s/d 200 k	4
P.2 / > 200 kVA	0
<b>JUMLAH P</b>	<b>10</b>
<b>PELANGGAN L</b>	<b>0</b>
<b>JUMLAH</b>	<b>18,420</b>

Sumber : Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat PT PLN, Oktober 2013

Demikian halnya dengan PT PLN (Persero) UPJ Way Halim, harus benar-benar ekstra dalam mengenalkan dan memasarkan kemudahan listrik Prabayar kepada masyarakat. Saat ini, target komposisi daya yang disediakan oleh PT PLN (Persero) UPJ Way Halim untuk pemasangan baru adalah sebanyak 17.000 pelanggan. Tapi dalam pelaksanaannya, pencapaian pemasangan listrik Prabayar melampaui 1.420 pelanggan. Jadi total pemasangan baru listrik Prabayar adalah 18.420 pelanggan.

Data PT PLN (Persero) UPJ Way Halim menyebutkan bahwa total pelanggan listrik saat ini adalah sebanyak 86.053 pelanggan yang terdiri dari 67.633 pelanggan pascabayar dan 18.420 pelanggan Prabayar, berarti masih ada 67.633 pelanggan lama yang menggunakan listrik pascabayar. Hal inilah yang menjadi tugas PT PLN (Persero) UPJ Way Halim untuk mengalihkan para pelanggan lama tersebut untuk pindah dari listrik pascabayar menuju listrik Prabayar. Lebih tepatnya, PT PLN (Persero) UPJ Way Halim harus melakukan kegiatan pemasaran yang mengena di masyarakat dalam memasarkan produk listrik Prabayar.

Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, cara promosi, dan tempat yang nyaman dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Setelah perusahaan memutuskan strategi pemasaran kompetitifnya secara keseluruhan, perusahaan harus mulai menyiapkan perencanaan bauran pemasaran yang rinci, yang selanjutnya dipahami sebagai bauran pemasaran. Kombinasi dari strategi produk, harga, promosi, dan distribusi dalam mencapai tujuan pemasaran dinamakan "*Marketing Mix*" yang dikenal

dengan strategi 4P (*Product, Price, Promotion, and Placement*) dalam pemasaran merupakan alat bagi produsen untuk mempengaruhi konsumen.

Menurut Kotler&Keller (2009) disebutkan tentang pengertian bauran pemasaran adalah sebagai kombinasi dari empat kegiatan perusahaan, yakni produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu aktifitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai perusahaan yang bersangkutan dalam suatu periode berikutnya. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula. Dan jika volume penjualan semakin lama semakin meningkat terus, maka merupakan indikasi keberhasilan perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian "**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Pra Bayar (Studi Kasus pada PT PLN (Persero) UPJ Way Halim)**".

## **1.2. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah variabel *product, price, place, promotion, people, process* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik pra bayar pada PT PLN (Persero) UPJ Way Halim?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh variabel *product, price, place, promotion, people, process* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik pra bayar pada PT PLN (Persero) UPJ Way Halim.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat bagi:

1. Memberikan masukan pada PLN dalam mensosialisasikan penggunaan listrik Prabayar dengan menggunakan strategi pemasaran.
2. Sebagai referensi dan kajian ilmiah untuk penelitian yang akan datang.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Bauran pemasaran merupakan sekumpulan keputusan tentang produk, harga, promosi, dan saluran distribusi serta manajemen hubungan pelanggan yang merupakan pengimplementasian strategi pemasaran, sehingga dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran merupakan strategi, taktik, instrumen pemasaran yang tersedia guna mempengaruhi pembeli (Assauri, 2012). Komponen bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan. Harga adalah elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya. Promosi adalah bahan inti dalam pemasaran, yang terdiri dari koleksi alat insentif yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk barang dan jasa tertentu

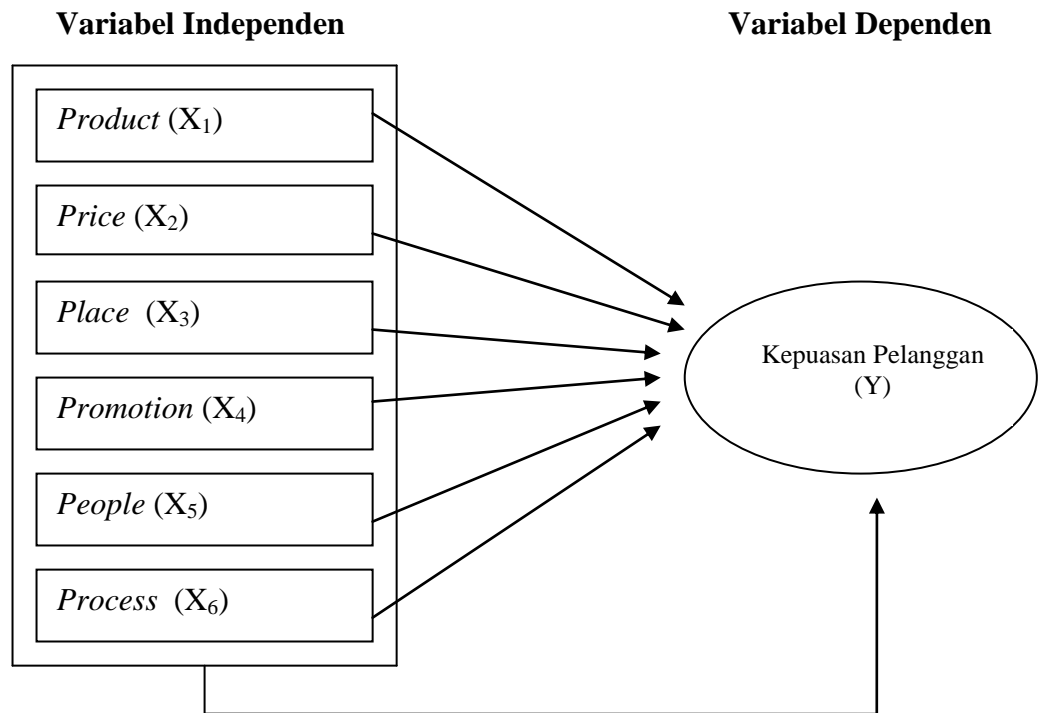


oleh konsumen. Saluran distribusi merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir (Kotler dan Keller, 2009: 106).

Menurut McCarthy dalam Kotler dan Keller (2009) bauran pemasaran diklasifikasikan alat-alat pemasaran tersebut mejadi empat kelompok yang luas disebut dengan empat (4) P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion*. Namun 4P dirasa sangat kurang dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa maka menurut Kotler dan Keller (2009) bauran pemasaran jasa diperluas selain 4P ditambah bauran pemasaran modern sebagai berikut:

5. *People reflects in part, internal marketing and the fact that employees are critical to marketing success .*
6. *Processes reflects all creativity, discipline, and structure brought to marketing management.*

Berdasarkan pada teori-teori dari para pakar diatas, maka disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Adapun kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat seperti dalam gambar 1.



Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Gambar panah menunjukkan :

1. Apabila produk ( $X_1$ ) ditingkatkan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sehingga berpengaruh positif/searah.
2. Apabila harga ( $X_2$ ) ditingkatkan maka kepuasan pelanggan (Y) akan cenderung menurun sehingga berpengaruh negatif/berlawanan arah.
3. Apabila saluran distribusi ( $X_3$ ) ditingkatkan maka kepuasan pelanggan (Y) meningkat sehingga berpengaruh positif/searah.
4. Apabila promosi ( $X_4$ ) ditingkatkan maka kepuasan pelanggan (Y) meningkat sehingga berpengaruh positif/searah.

5. Apabila personal (X5) ditingkatkan maka kepuasan pelanggan (Y) meningkat sehingga berpengaruh positif/searah.

6. Apabila proses (X6) ditingkatkan maka kepuasan pelanggan (Y) meningkat sehingga berpengaruh positif/searah.

terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Variabel independen oleh penulis hanya dibahas enam saja dikarenakan dalam hal ini PLN UPJ Way Halim tidak mempunyai gerai/loket khusus penjualan pulsa/token. Gerai-gerai/loket-loket tersebut tersebar sehingga dalam penelitian ini tidak memerlukan *phisycal evident*.

#### **1.6. Hipotesis**

Hipotesis dapat diartikan (Sugiyono, 2001:306) sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis I : variabel  $X_1$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ,  $X_6$  berpengaruh positif searah terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Hipotesis II : variabel  $X_2$  berpengaruh berlawanan arah terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar (Y).