

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Listrik memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan. Listrik telah menjadi kebutuhan pokok manusia dalam kehidupan manusia sehari-hari, bahkan dapat dikatakan bahwasanya listrik telah menjadi sumber energi utama untuk berbagai kegiatan atau aktivitas manusia dan digunakan untuk berbagai fungsi. Manusia sangat bergantung pada listrik, sehingga listrik sangat dibutuhkan dalam segala aspek hal untuk menunjang aktivitas manusia. PT. PLN (Persero) merupakan penyedia utama layanan penyediaan dan distribusi listrik untuk masyarakat terbesar di Indonesia, dan perusahaan listrik milik negara tersebut telah banyak memberikan kontribusi yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan listrik masyarakat Indonesia. Masyarakat sebagai konsumen merasa “bergantung” terhadap listrik dan tidak memiliki banyak alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan listrik selain di PT. PLN (Persero). Pentingnya listrik sebagai kehidupan di masyarakat, maka menurut undang-undang no. 30 tahun 2009 tentang kelistrikan, dijelaskan Pasokan listrik dikendalikan oleh negara Pelaksanaannya disediakan oleh PT PLN (Persero) sebagai perusahaan milik negara.

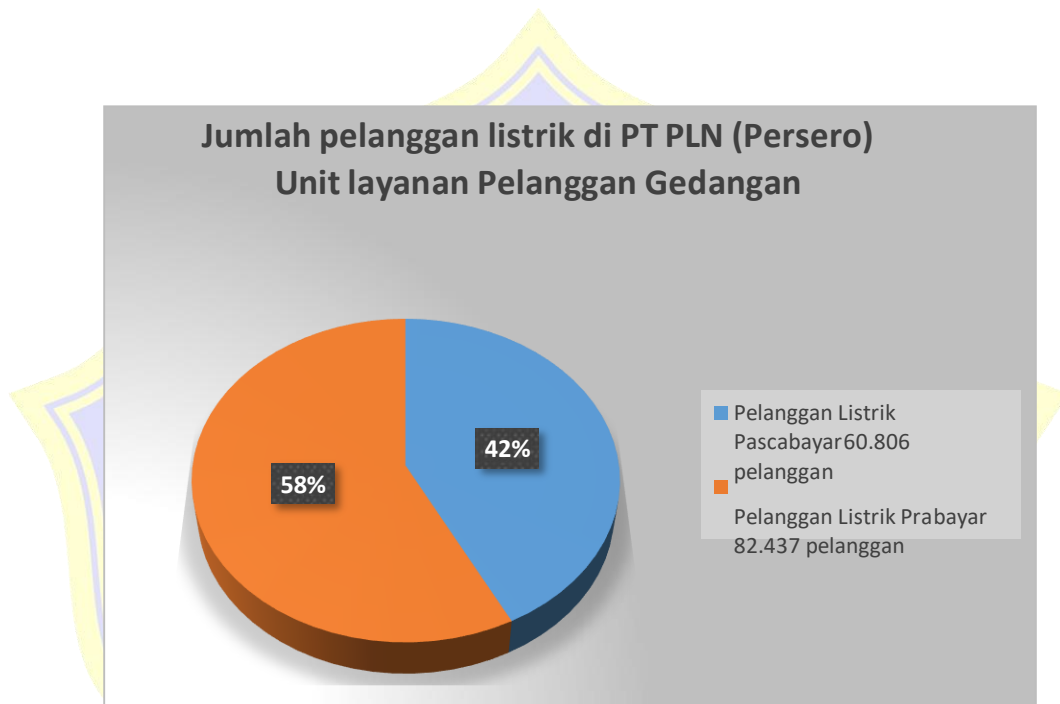
Model manajemen energi listrik ini didasarkan pada keinginan pemerintah untuk mengizinkan industri listrik yang transparan, efisien dan ramah lingkungan dapat diciptakan untuk memberikan pertumbuhan

ekonomi nasional, dan juga dapat membuat kesejahteraan masyarakat meningkat. Sebagai badan usaha milik negara, pengelolaan listrik harus dilakukan semaksimal mungkin, dan konsumsi dan pasokan listrik harus seragam dan berkualitas tinggi.

PT. PLN (Persero) telah menyadari kebutuhan listrik masyarakat yang semakin bergantung dengan adanya tenaga listrik, maka dengan terus meningkatkan mutu pelayanan dengan memberikan dan menawarkan berbagai program layanan, yakni dengan suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga digunakan untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai pelanggannya. Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT. PLN (Persero) adalah dengan menghadirkan program listrik Prabayar atau juga disebut listrik Pintar.

Produk listrik Prabayar milik PT. PLN (Persero), cara kerjanya sama dengan handphone (HP), dimana suatu meter Prabayar berfungsi sebagai media sekaligus penghitung penggunaan listrik pelanggan dan listrik Prabayar ini hanya bisa dinikmati oleh pelanggan 1 fasa saja. Namun sebelum adanya produk listrik Prabayar, PT. PLN (Persero) juga sudah memiliki produk lain yaitu, listrik pasca bayar atau listrik meteran. Listrik pasca bayar adalah produk listrik yang dapat digunakan kita tanpa harus membayarnya terlebih dahulu, pembayaran tagihan pemakaian akan dikenakan atau dilakukan setelah tanggal atau waktu penggunaan yang telah

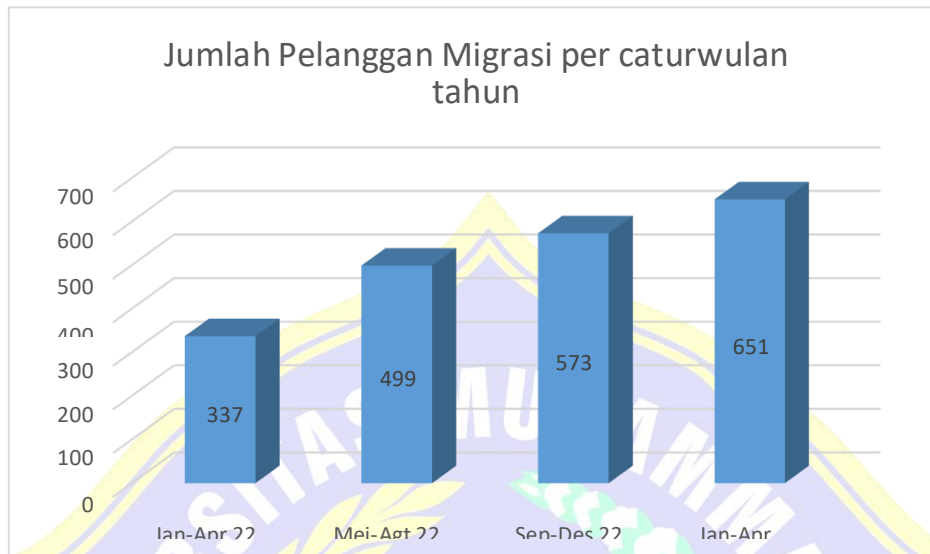
ditetapkan oleh pihak penyedia layanan. Berikut gambar data pelanggan listrik di PLN Gedangan.



Gambar 1. 1 Jumlah pelanggan PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Gedangan

Sumber : PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan

Gambar diatas total jumlah pelanggan listrik di PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan, ditunjukkan bahwa pelanggan listrik prabayar masih lebih banyak dibandingkan listrik pascabayar. Hal ini dikarenakan pelanggan listrik prabayar mengalami peningkatan pelanggan dengan banyaknya konsumen pascabayar yang migrasi ke prabayar. dibuktikan oleh gambar dibawah in



Gambar 1.2 Jumlah pelanggan migrasi di PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Gedangan

Sumber : PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan

Hal ini menunjukkan bahwa dengan munculnya produk listrik Prabayar yang dikeluarkan oleh PT. PLN (Persero) membuktikan telah terjadi trend positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan listrik Prabayar dengan ini bukti bahwa konsumen menyukai listrik Prabayar.

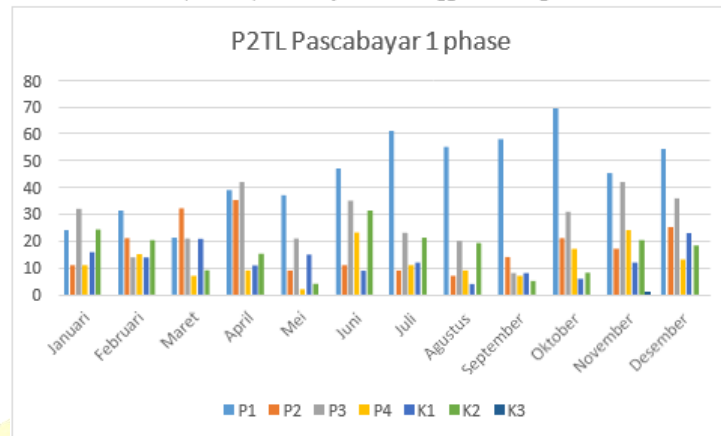
Kepuasan pelanggan merupakan suatu harapan dari perusahaan. Perusahaan akan mengetahui barang yang dihasilkan dapat diterima oleh pelanggan dengan baik di pasaran dan diharapkan konsumen akan mengadakan pembelian ulang. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan suatu keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan memuaskan kebutuhan pelanggan dapat membuat meningkatnya keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan membeli

kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Bauran bauran pemasaran juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan setiap perusahaan, Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon konsumen yang diinginkan perusahaan di pasar sasaran (Astrofi, 2020) Strategi bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

Banyak pelanggan pascabayar yang telah berpindah ke listrik prabayar dikarenakan berbagai faktor, salah satunya adalah produk. Menurut Kotler dan Armstrong (Indrasari, 2019), Produk adalah semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, perolehan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pernyataan tersebut relevan bahwasanya produk menjadi hal yang penting untuk menarik minat dari pelanggan. Produk listrik prabayar sendiri sangat efisien dan tidak banyak permasalahan yang ditimbulkan olehnya. Sedangkan di meter pascabayar sendiri banyak permasalahan-permasalahan yang ditimbulkan seperti meter macet, terjadinya penunggakan pembayaran listrik dan rentan terhadap penyalahgunaan listrik hal tersebut ditunjang oleh data hasil observasi peneliti di lapangan pada tanggal 1 Januari 2023 berdasarkan SK Direksi 1486.K / DIR /2011 tentang Penertiban Pemakaian

Tenaga Listrik / P2TL Pasal 13 sebagai berikut:

Gambar 1.3
Data Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik (P2TL) pelanggan pascabayar 1 phase
PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan



Gambar 1.3 Data Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik (P2TL) pelanggan pascabayar 1 phase PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan

Keterangan:

P1: Mempengaruhi daya yang dilakukan oleh pelanggan PLN.

P2: Mempengaruhi pengukuran yang dilakukan oleh pelanggan PLN.

P3: Mempengaruhi daya dan pengukuran yang dilakukan oleh pelanggan PLN.

P4: Pelanggaran yang dilakukan oleh bukan pelanggan PLN.

K1: Apabila terjadi ketidaksesuaian parameter yang menyebabkan kelebihan maupun kekurangan tagihan pada konsumen.

K2: Terjadi ketidaksesuaian Alat Pembatas dan Pengukur (APP) dan atau perlengkapan APP sehingga menyebabkan kelebihan dan kekurangan tagihan pada pelanggan.

K3: Apabila terjadi ketidaksesuaian pada APP dan atau perlengkapan APP karena kondisi alam.

Dari data diatas dapat dinyatakan penyalahgunaan listrik yang dilakukan oleh pengguna listrik pascabayar, hal ini tidak akan terjadi jika mereka menggunakan listrik Prabayar, setidaknya listrik Prabayar meminimalisir penyalahgunaan listrik sehingga berakibat baik juga untuk PLN.

Harga menjadi salah satu pertimbangan yang penting didalam proses kepuasan pelanggan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut Kotler dan Armstrong (Indrasari, 2019). Harga per kwh untuk listrik Prabayar dan pascabayar sendiri sama yang membedakan hanya cara pembayarannya untuk listrik Prabayar lebih variatif dan fleksibel karna di listrik Prabayar kita dapat membeli token/pulsa dulu diawal dengan harga berapapun sesuai kemampuan dan kebutuhan kita baru setelah itu kita bisa mempergunakannya.

Tarif Listrik per kWh untuk Pelanggan Rumah Tangga Tahun 2023

Golongan	Daya Listrik	Tarif Listrik per kWh
R-1/TR	900 VA	Rp 1.352 per kWh
R-1/TR	1.300 VA	Rp 1.444,70 per kWh
R-1/ TR	2.200 VA	Rp 1.444,70 per kWh
R-2/ TR	3.500-5.500 VA	Rp 1.669,53 per kWh
R-3/ TR	6.600 VA	Rp 1.669,53 per kWh

Gambar 1. 4 Tarif Listrik per kWh Tahun 2023

Sumber: www.pln.co.id

Berbeda halnya dengan listrik pascabayar yang pembayarannya diakhir, sistem pembayaran di listrik pascabayar ini yang sering menimbulkan banyak permasalahan, salah satunya penunggakan Listrik.

Tabel 1. 1
Tunggakan Rekening Pelanggan pascabayar 1 phasa PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan

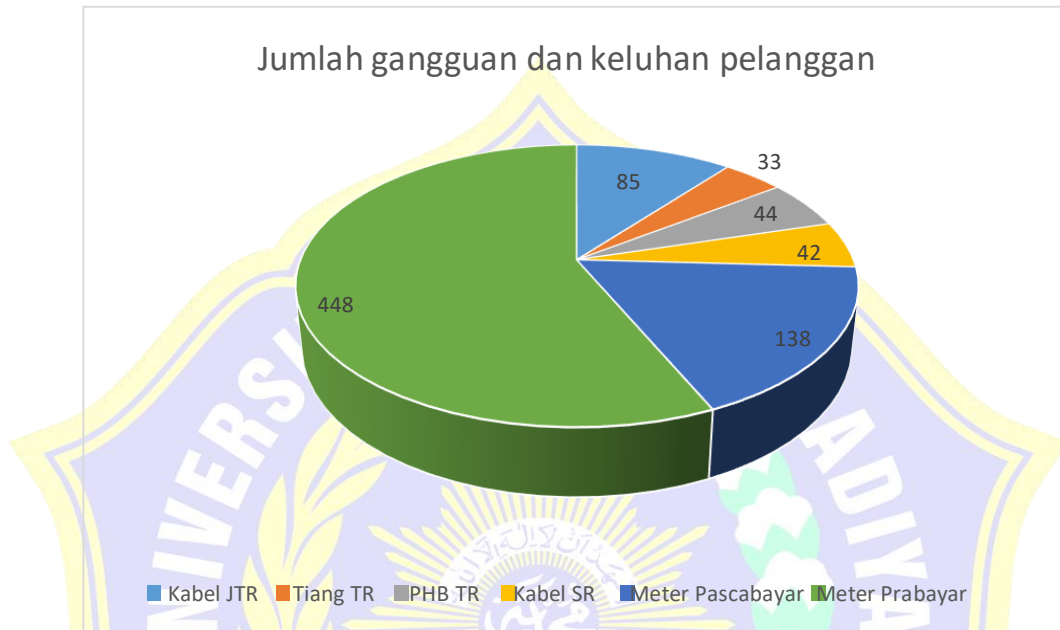
Bulan	Jumlah pelanggan	Jumlah pelanggan yang menunggak	Jumlah Tunggakan (Rp)
Januari	16.724	178	101.337.976
Februari	16.665	167	88.707.446
Maret	16.534	146	71.118.518
April	16.487	112	41.791.860

Sumber: PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan

Dalam tabel diatas menunjukkan bahwa PT PLN (Persero) ULP Gedangan tiap bulan di Tahun 2023 masih menderita kerugian yang jumlahnya ratusan juta rupiah karena penunggakan pembayaran rekening listrik dari pelanggan pascabayar 1 phasa. Tunggakan rekening listrik tersebut menyebabkan jumlah rupiah yang harus ditanggung PT PLN (Persero) ULP Gedangan untuk menutup sementara biaya operasional juga semakin besar.

Keluhan adalah bentuk aspirasi pelanggan yang terjadi karena adanya ketidakpuasan terhadap suatu barang atau jasa sedangkan gangguan

dapat didefinisikan sebagai setiap kesalahan dalam suatu alat atau rangkaian yang menyebabkan terganggunya aliran arus yang normal (Amzah, 2019). Adapun keluhan pelanggan dan gangguan PT. PLN (persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan selama Januari sampai April



tahun 2023 adalah sebagai berikut

Gambar 1. 5 Jumlah Gangguan APKT PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan Tahun 2023

Sumber: PT PLN (Persero) Unit Pelayanan Gedangan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa listrik prabayar penyumbang terbanyak perolehan gangguan dan keluhan. Hal ini yang menjadi masalah saat PLN semakin gencar mempromosikan listrik prabayar dan mengajak pelanggan listrik pascabayar berpindah atau migrasi ke prabayar akan tetapi disisi lain jumlah gangguan dan keluhan yang disebabkan listrik prabayar semakin tinggi.

Promosi yang dilakukan PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan

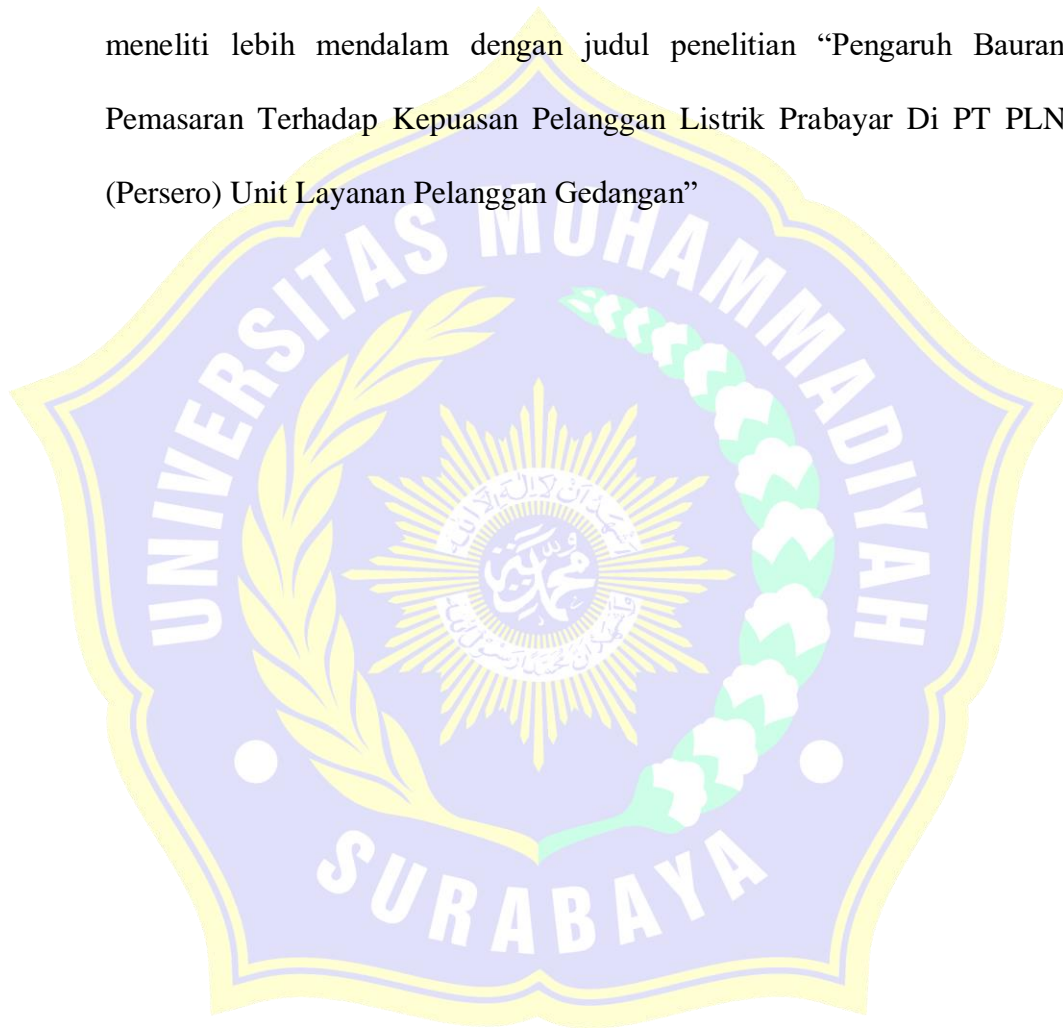
Gedangan untuk produk listrik Prabayar pun bervariasi macam contohnya promosi di media sosial seperti Instagram, yang tujuannya adalah mengkomunikasikan produk yang ditawarkan ke pasar agar konsumen mengetahui sebanyak mungkin produk tersebut (Aripin, 2021). PLN harus mampu mempromosikan ciri khas produk listrik Prabayar yang dapat membedakannya dengan produk lainnya agar dapat menarik pelanggan, berikut cara yang dapat dilakukan dalam promosi, antara lain pemasangan baliho, menggelar pameran dan event, pemberian diskon dan informasi dari mulut ke mulut. Beberapa aktivitas promosi ini tidak semua dapat dilakukan di lokasi PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.

Menurut Noviyanti (Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H., 2021) pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam meliputi kemudahan (akses) atau kemudahan untuk dijangkau, visibilitas yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang ditawarkan dan jauh dari lokasi pesaing. Lokasi PLN Gedangan yang berada di Bundaran Aloha, yang kita tahu dari lokasi tersebut lokasi yang mudah dijangkau akan tetapi lalu lintasnya padat merayap.

Setiap perusahaan ingin adanya lebih banyak pembelian ulang dan kesetiaan konsumen, namun sebelum melakukan pembelian ulang. Perusahaan harus mengingat dalam suatu proses konsumsi pelanggan tidak akan berhenti hanya pada sampai proses konsumsinya saja, namun proses

evaluasi alternative setelah konsumsi yang mana hasil dari proses evaluasi tersebut adalah pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk atau jasa yang telah dilakukannya (Saleh & Miah Said, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam dengan judul penelitian “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Di PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan”



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, Maka permasalahan yang diketahui pada penelitian ini adalah:

1. Apakah produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan?
2. Apakah harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan?
3. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan?
4. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan?
5. Apakah produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan?
6. Manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun berdasarkan rumusan masalah Tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh positif produk terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh negatif harga terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh positif promosi terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.
5. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh positif produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.
6. Untuk menguji dan menganalisis mana yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN(Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan penulis mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar di PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan dan dapat memberikan masukan serta sebagai tolak ukur dalam pengetahuan yang lebih mendalam. Dengan harapan dapat meningkatkan nilai terhadap perusahaan khususnya PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Gedangan.

c) Bagi Penelitian

Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang

