

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang, menuntut setiap orang dan perusahaan untuk berfikir lebih maju agar dapat mengikuti perkembangan zaman, terutama perusahaan yang menyediakan pelayanan dan jasa haruslah berpikir lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan sebuah bisnis atau usahanya, sehingga dengan begitu pelanggan dapat lebih merasakan kepuasan terhadap keputusan yang telah mereka pilih. Perusahaan harus mampu membaca keinginan dan perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Menurut Daryanto, (2011:221) perilaku konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, di mana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengonsumsi suatu barang.

Pada saat ini, kebutuhan akan jasa sangat dibutuhkan oleh banyak orang, salah satu jasa yang sangat dibutuhkan oleh banyak orang adalah kebutuhan akan listrik. Di dalam rumah tangga, perkantoran maupun industri, listrik memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang pelaksanaan aktivitas kehidupan manusia dalam rangka menciptakan sesuatu dengan mudah, cepat, nyaman dan aman dalam pelaksanaannya. Listrik merupakan suatu kebutuhan penting bagi manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, di mana pada zaman modern ini sudah banyak alat pendukung kehidupan manusia yang membutuhkan tenaga listrik untuk mengoperasikannya, seperti; lampu, mesin cuci, mesin pompa air, televisi, radio, komputer dan perangkat elektronik lainnya (Robbyanto,2012:11).

PLN merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan jasa tenaga listrik untuk masyarakat dan telah memberikan kontribusi besar dalam memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat. Sebagai perusahaan yang

menangani masalah kepentingan listrik di Indonesia, serta memberikan jumlah pasokan listrik yang sangat besar bagi masyarakat. PT PLN (Persero) dituntut untuk selalu meningkatkan mutu pelayanan dengan menawarkan berbagai program layanan yang dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat. Maka dari itu PT PLN (Persero) menciptakan suatu bentuk inovasi yang bertujuan untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada masyarakat, serta mampu mempertahankan eksistensi dimata masyarakat.

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT PLN (Persero) adalah program listrik Prabayar. Program listrik Prabayar ini telah dikeluarkan sejak tahun 2008 hanya saja dikeluarkan untuk wilayah Sumatera Selatan pada tahun 2011. Program listrik Prabayar merupakan cara baru dalam pelayanan penyaluran tenaga listrik PLN, sehingga pelanggan dapat mengelola dan mengendalikan sendiri atas pemakaian energi listrik sesuai kebutuhan dan kemampuannya (Sumber: Data Intern PT PLN WS2JB Area Palembang).

Seperti yang kita ketahui bahwa, PT PLN (Persero) telah menyediakan listrik pasca bayar, dimana pelanggan menggunakan listrik terlebih dahulu kemudian membayarnya setiap akhir bulan di loket pembayaran, tetapi telah muncul inovasi baru dari PLN yaitu listrik Prabayar (LPB) di mana para pelanggan melakukan pembayarannya di awal atau seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler. Banyak keuntungan yang didapatkan dalam penggunaan listrik Prabayar diantaranya yaitu; dapat mengontrol penggunaan listrik, lebih hemat karena pelanggan dapat mengatur sendiri penggunaan listrik yang digunakan. Salah satu alasan selain untuk meningkatkan pelayanan, dibuatnya program listrik Prabayar ini diantaranya untuk mengurangi permasalahan yang terjadi seperti; kejadian salah baca meter, tagihan yang tidak menentu, tunggakan rekening, dan salah pemutusan (Robbyanto,2012:12).

Salah satu PT PLN (Persero) yang ada di Kota Palembang yaitu PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai yang berada di Jalan Kapten A. Rivai No. 37 Palembang. Pengguna listrik yang ada di Kota Palembang terbagi menjadi 5 golongan yakni; Golongan Bisnis yang meliputi usaha-usaha seperti Usaha jual beli barang, jasa, dan perhotelan. Golongan Industri meliputi perusahaan-

perusahaan besar antara lain Perusahaan Baja, PT Kodja. Golongan Pemerintahan yaitu pemerintahan yang ada di Kota Palembang, seperti kantor gubernur, kantor walikota, kantor pajak. Golongan Rumah Tangga meliputi rumah tangga masyarakat umum dan Golongan Sosial seperti masjid, sekolah, yayasan yatim piatu, panti jompo dan lain-lain.

guna listrik pada golongan rumah tangga.

Menurut Humas PLN WS2JB Lilik Hendro Purnomo dalam kutipan sebuah media cetak mengungkapkan bahwa “Terdapat 50% lebih pelanggan yang menunggak adalah pelanggan rumah tangga, dengan daya yang dipakai rata-rata 450 VA-2200 VA, tunggakan listrik tersebut hampir sama setiap tahunnya, dikarenakan pelanggan belum terbiasa disiplin dalam menggunakan listrik. Tunggakan yang paling besar disumbangkan oleh area Palembang, dengan angka mencapai Rp77,8 miliar, dan disusul kabupaten Lahat Rp41,9 miliar”. Dikutip pada sebuah media cetak (Koran Sindo:12 November 2013).

Sebagai pembelajaran dari permasalahan tersebut, maka dari itu pihak PLN terus berupaya untuk mensosialisasikan program listrik Prabayar khususnya golongan rumah tangga dalam rangka menekan jumlah tunggakan listrik yang semakin besar serta mengajak masyarakat untuk beralih dari listrik pasca bayar ke listrik Prabayar sehingga pihak PT PLN (Persero) dapat memberikan pelayanan yang efektif serta pelanggan pun dapat merasakan hasil yang lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan pengamatan penulis terdapat beberapa pelanggan golongan rumah tangga yang telah beralih dari listrik pascabayar ke listrik Prabayar, hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mampu mendorong pelanggan untuk beralih atau mengubah pandangan mereka terhadap penggunaan produk listrik Prabayar. Tetapi masih banyak para pelanggan golongan rumah tangga yang mempertahankan untuk menggunakan listrik pascabayar dikarenakan mereka telah merasakan manfaat yang telah didapat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki pemikiran masing-masing akan produk yang telah mereka pakai. Masyarakat cenderung memiliki proses dalam menentukan produk atau jasa apa yang pantas mereka pakai, perilaku tersebut merupakan hal yang wajar

dalam kehidupan manusia untuk menentukan sebuah keputusan yang akan mereka pilih.

Dalam pelaksanaan pengambilan keputusan, setiap orang memiliki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap suatu pembelian produk maupun jasa. Menurut Kotler (2009:214). Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor budaya/kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Menurut suatu analisis, lahirnya masyarakat konsumsi pertama kali muncul di Inggris pada abad XVIII ketika ada beberapa kejadian penting yang berlangsung (Setiadi, 2008 : 331). Perubahan budaya tersebut dapat mempengaruhi berbagai makna budaya dalam masyarakat dalam suatu proses yang berkesinambungan dan timbal balik yang hampir mirip dengan analisis roda konsumen.

Faktor sosial terdiri dari kelompok, keluarga, peran dan status. Sosial berarti berkaitan dengan hubungan – hubungan manusia dalam kemasyarakatan, hubungan antara manusia, hubungan manusia dengan kelompok, serta hubungan manusia dengan organisasi. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, dimana di dalamnya termuat usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Terakhir, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan. Menurut Setiadi (2008 : 415) pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya.

Hal tersebut dapat kita simpulkan bahwa dalam mencapai suatu tujuan organisasi, perusahaan khususnya pihak PLN harus mampu membaca keinginan dan perilaku konsumen. Dengan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat yang telah menggunakan listrik Prabayar, pihak PLN dapat menambah pemahaman dalam membaca keinginan konsumen dengan begitu pihak PLN dapat lebih mudah menyarankan masyarakat yang masih

menggunakan listrik pasca bayar untuk beralih ke listrik Prabayar, dapat menimbulkan gagasan mengenai strategi yang tepat agar penjualan maksimal, dan menjadi acuan bagi pihak PLN untuk mengembangkan produk yang mereka miliki.

Oleh karena itulah penulis tertarik untuk mengetahui respon konsumen sebelum dan sesudah pembelian terhadap listrik Prabayar, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Listrik Prabayar Pada Sektor Rumah Tangga PT PLN (Persero) WS2JB Area Palembang (Studi Kasus Rayon Rivai Palembang)”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diajukan, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan penggunaan listrik Prabayar golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang?
2. Faktor apakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap penggunaan listrik Prabayar pada golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang?

1.3 RUANG LINGKUP PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang akan diambil untuk menyelesaikan laporan akhir ini, penulis membatasi masalah yang akan dibahas. Adapun ruang lingkup masalah yang akan dibahas oleh penulis yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan listrik Prabayar pada golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang. Dalam hal ini Penulis meneliti pengguna listrik pascabayar yang beralih ke listrik Prabayar di PT PLN (Persero) Area Palembang khususnya pada Rayon Rivai Palembang.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi keputusan penggunaan listrik Prabayar pada golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan pengaruhnya dalam keputusan penggunaan listrik Prabayar pada golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Secara teoritis dapat menambah pengetahuan dan juga dapat dijadikan bahan pembelajaran mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan listrik Prabayar PT PLN (Persero).
2. Bagi Masyarakat
Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai pemberian informasi kepada masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan listrik Prabayar PT PLN (Persero).
3. Bagi Perusahaan
Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta memberikan manfaat dalam menentukan kebijaksanaan bagi pihak PT PLN (Persero) untuk melakukan evaluasi terhadap peningkatan penjualan listrik Prabayar.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu analisis faktor-

faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan listrik Prabayar golongan rumah tangga Rayon Rivai Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2009:103), jenis dan sumber data terbagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden (pengguna listrik Prabayar pada golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang).

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang penulis peroleh dari berbagai sumber yaitu melalui buku-buku yang berhubungan dengan listrik Prabayar yang dikeluarkan langsung oleh PT PLN (Persero), serta berita mengenai listrik Prabayar melalui media cetak/koran, buku-buku mengenai manajemen pemasaran, metode riset, literatur-literatur berupa contoh laporan akhir sebelumnya serta informasi yang didapatkan dari internet (*browsing*).

1.5.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Yusi dan Idris (2009:62), populasi adalah kumpulan elemen yang merupakan sumber data penelitian darimana analisis akan dilakukan. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna pada sektor rumah tangga aktif layanan PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang yaitu pelanggan yang pernah menggunakan listrik Prabayar serta masih menggunakan saat ini. Pengambilan data hanya difokuskan pengguna listrik pada golongan rumah tangga.

Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah 15.932 pelanggan listrik prabayar yang diperoleh dari data jumlah pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2007:91). Teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel adalah Teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009:122). Salah satu cara untuk menentukan besar sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus Slovin (Umar, 2001:17) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{15.932}{1 + 15.932 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{15.932}{160,32}$$

$$n = 99,376 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel 10%

Dari hasil diatas, maka didapatkanlah jumlah sampel sebanyak 99,376 yang dibulatkan menjadi 100 responden pengguna listrik prabayar golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebanyak 10% dari populasi dengan harapan tingkat kesalahan semakin kecil. Berdasarkan teknik *Purposive sampling*, ada beberapa pengelompokkan untuk mendapatkan sampel di lapangan, yaitu :

- 1) Usia Minimal 18 tahun
- 2) Pelanggan PLN sistem listrik Prabayar selama 3 bulan terakhir
- 3) Golongan Rumah Tangga
- 4) Pelanggan yang berpindah dari listrik pascabayar ke Prabayar.

1.6 METODE PENGUMPULAN DATA

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Riset Lapangan

Yaitu riset yang dilakukan untuk mengumpulkan data melalui penelitian di perusahaan secara langsung. Cara pengumpulan data yang digunakan menurut Yusi dan Idris (2009:108-113), yaitu:

a. Wawancara

Yaitu percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam pengumpulan data ini penulis melakukan tanya jawab langsung dengan pimpinan dan pengguna listrik Prabayar khususnya pada golongan rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh (Sugiyono, 2006).

b. Kuesioner (Angket)

Pengertian metode angket menurut Arikunto (2006:151) “Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui”. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:199) “Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Imam Ghozali (2005), skala Likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Dalam hal ini penulis memberikan kuesioner kepada pelanggan listrik prabayar khususnya pada sektor rumah tangga PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Adalah teknik pengumpulan data mengenai permasalahan yang akan diselesaikan dengan cara mengumpulkan informasi yang terdapat pada referensi atau literatur untuk mendapatkan keterangan secara teroris sebagai bahan masukan penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan listrik prabayar pada sektor rumah tangga di PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang.

1.7 UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Valid atau tidaknya data sangat menentukan kualitas dari data tersebut. Hal ini tergantung instrumen yang digunakan apakah sudah memenuhi asas validitas dan reliabilitas.

1. Pengujian validitas instrumen

Menurut Ghozali (2005) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur

dengan membandingkan nilai r hitung (*correlation item total correlation*) dengan r tabel.

- 1) r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut valid
 - 2) r hitung $< r$ tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid
2. Pengujian reliabilitas instrumen

Menurut Ghazali (2005) reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronch Alpha, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. (Ghozali, 2005).

1.8 ANALISIS DATA

Menurut Subagyo (2006:106), analisis data dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis data yang dilakukan terhadap data yang berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya, sehingga memperoleh gambaran baru ataupun menguatkan suatu gambaran yang sudah ada sebaliknya. Jadi bentuk analisis ini dilakukan merupakan penjelasan-penjelasan, bukan berupa angka-angka statistik atau bentuk angka lainnya. Penulis menyajikan teori-teori tentang perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap keputusan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah data dalam bentuk jumlah dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau memperbandingkan

dari beberapa gambaran sehingga memperoleh gambaran baru, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat/uraian. Untuk pengolahan data dihitung melalui program SPSS.

3. Regresi Berganda

Penulis menggunakan persamaan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap variabel terikat yaitu keputusan untuk menggunakan listrik Prabayar. Untuk melihat pengaruh variabel bebas secara parsial dan simultan terhadap keputusan menggunakan listrik Prabayar pada sektor rumah tangga PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang dengan menggunakan rumus regresi berganda sebagai berikut (Sugiyono, 2007:237):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan listrik Prabayar pada sektor rumah tangga

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Faktor Budaya

X₂ = Faktor Sosial

X₃ = Faktor Pribadi

X₄ = Faktor Psikologi

e = Standar Error

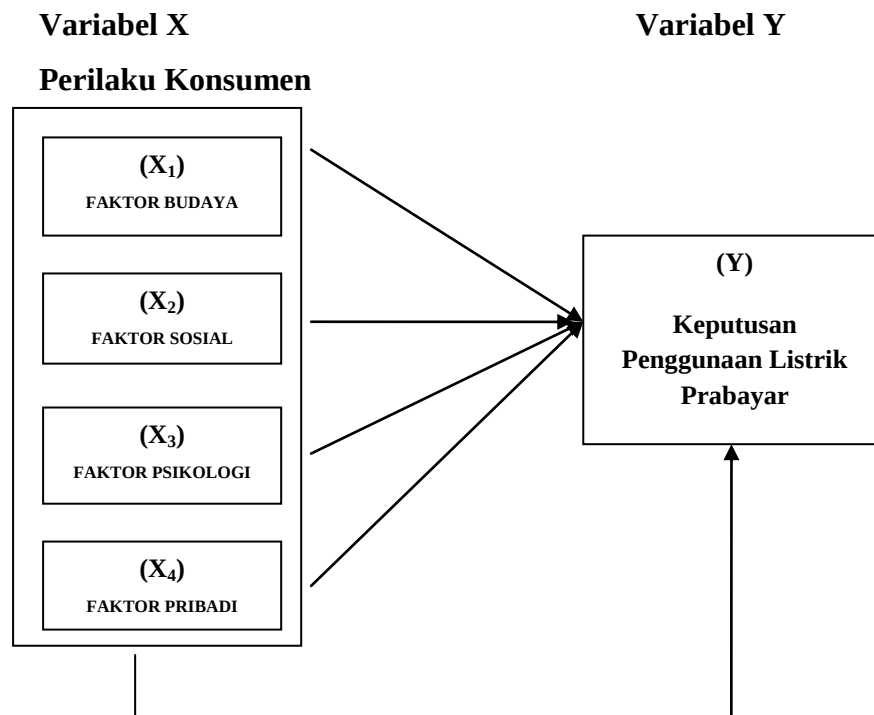
Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

A. Variabel bebas (independent), yaitu:

1. Faktor Budaya (X₁) dengan indikator:

- a. Kepercayaan terhadap produk
- b. Pandangan baik dan buruk terhadap produk
- c. Kelas Sosial Menengah
- d. Kebiasaan

2. Faktor Sosial (X_2) dengan indikator:
 - a. Pengaruh dari teman untuk memilih produk
 - b. Dorongan dari keluarga untuk memilih produk
 - c. Pengaruh tingkat sosial untuk memilih produk
 - d. Hubungan Kemasyarakatan
 - e. Kelompok Acuan
 3. Faktor Pribadi (X_3) dengan indikator:
 - a. Keadaan ekonomi
 - b. Gaya hidup
 - c. Kemudahan
 - d. Kecepatan
 4. Faktor Psikologis (X_4)
 - a. Motivasi untuk memilih produk
 - b. Persepsi
 - c. Pengetahuan
 - d. Pembelajaran dari pengalaman, sehingga memilih produk.
- B. Variabel terikat (dependen), yaitu:
1. Keputusan untuk menggunakan listrik prabayar pada sektor rumah tangga (Y) dengan indikator:
 - a. Kebutuhan terhadap produk
 - b. Informasi Mudah di dapat
 - c. Pilihan Yang Tepat
 - d. Keinginan Sendiri
 - e. Perasaan Puas



Gambar 1.1
Model Penelitian