

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dengan semakin pesatnya kemajuan yang dicapai Negara-Negara berkembang disektor industri, telekomunikasi, teknologi dan lain lainnya maka kebutuhan masyarakat akan listrik bertambah. Dilain sisi persediaan sumber energi dunia untuk bahan pembangkit listrik semakin menipis, maka penggunaan listrik harus lebih efisien.

PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau PT PLN sebagai satu-satunya Badan Usaha Milik Negara yang diberikan hak monopoli oleh pemerintah untuk memasok kebutuhan listrik masyarakat Indonesia (sesuai UUD 1945 ayat 22) berkewajiban memikirkan cara agar masyarakat dapat menggunakan listrik dengan efisien tanpa merasa kebutuhannya dibatasi.

Untuk itu menyukseskan program hemat energi atau efisiensi pemakaian listrik PT PLN (Persero) meluncurkan produk baru yaitu “Listrik Prabayar“. Yang dimaksud dengan Listrik Prabayar adalah cara penggunaan listrik dimana Pelanggan mengeluarkan biaya terlebih dahulu (dengan pembelian token/pulsa) baru kemudian bisa menggunakan energi listrik. Ada beberapa keuntungan menggunakan listrik prabayar disampaikan kepada pelanggan dalam (www.pln.co.id: 2013) yaitu:

Pertama, pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik. Melalui meter elektronik prabayar pelanggan dapat memantau pemakaian listrik sehari-hari dan setiap saat. Di meter tersebut tertera angka sisa pemakaian kWh terakhir. Bila dirasa boros pelanggan dapat mengatur pemakaian listriknya lebih efisien.

Dengan demikian akan lebih mudah bagi pelanggan untuk mengontrol pengeluaran biaya belanja. Juga menghindari pemakaian listrik yang berlebihan.

Ketiga, pelanggan tidak perlu khawatir akan biaya tambahan tiap bulan karena denda keterlambatan pembayaran tagihan pemakaian listrik atau karena kesalahan petugas dalam mencatat pemkaia listrik.

Keempat, privasi lebih terjaga. Pemakaian listrik hanya diketahui oleh pelanggan sendiri karena tidak ada lagi petugas yang mencatat pemakaian tiap bulan.

Kelima, kenyamanan Pelanggan lebih terjamin karena tidak terganggu oleh petugas pencatat meter karena meter prabayar secara otomatis mencatat pemakaian listrik anda (akurat dan tidak ada kesalahan pencatatan meter). Apabila pulsa listrik habis maka listrik ditempat pelanggan otomatis akan padam.

Keenam, kemudahan bagi pelanggan untuk mengisi ulang pulsa listrik terjamin. Pembelian pulsa atau isi ulang pulsa listrik sudah dapat dilalukan di hampir seluruh ATM di seluruh Indonesia. Selain itu bisa juga didapatkan di loket pembayaran listrik online.

Ketujuh, bagi pemilik usaha rumah kontrakan atau karma kost penggunaan Listrik Prabayar sangatlah ideal. Pemilik rumah atau kamar kost tidak perlu khawatir lagi dengan tagihan listrik yang tidak dibayar oleh penghuni rumah kontrakan karena pemakaian listrik sudah menjadi tanggung jawab dan sudah disesuaikan dengan kebutuhan penyewa.

Keuntungan-keuntungan tersebut meningkatkan minat masyarakat untuk beralih ke listrik prabayar. Dari informasi yang kami dapat di PT PLN (Persero) WS2JB bahwa meningkatkannya jumlah pelanggan prabayar merupakan keuntungan bagi pihak PLN. Meskipun demikian, penggunaan listrik prabayar ini tetap harus diperhatikan. Karena pelanggan prabayar ini tidak terjangkau oleh pengecekan petugas secara berkala (seperti cater) maka memungkinkan pelanggaran yang terjadi tidak terdeteksi oleh pihak

PLN. Tabel 1.1 dibawah ini memperlihatkan jumlah pelanggan yang menggunakan LPB.

Tabel 1.1

| REKAP JUMLAH PELANGGAN LPB WILAYAH S2JB 2013 | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|--------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|----------|----------|----------|
| NO. | AREA | BULAN | | | | | | | | | |
| | | JAN | FEB | MAR | APR | MEI | JUN | JUL | AGST | SEPT | OKT |
| 1 | PALEMBANG | 55,733 | 57,039 | 59,639 | 61,061 | 62,340 | 79,127 | 86,037 | 91,552 | 96,519 | 101,119 |
| 2 | LAHAT | 25,155 | 26,250 | 27,162 | 27,313 | 33,595 | 35,571 | 37,171 | 40,116 | 41,391 | 47,266 |
| 3 | JAMBI | 31,164 | 36,202 | 36,013 | 40,123 | 42,902 | 45,108 | 48,612 | 50,651 | 51,162 | 56,110 |
| 4 | MUARA BUNGO | 22,556 | 23,724 | 25,024 | 27,521 | 30,135 | 31,720 | 33,013 | 34,250 | 36,507 | 36,568 |
| 5 | BENGKULU | 16,154 | 16,360 | 19,506 | 20,724 | 24,175 | 27,022 | 30,522 | 32,290 | 34,855 | 37,214 |
| | | | 5.065314 | 5.057732 | 5.125228 | 5.026202 | 5.50613 | 7.25231 | 1.194436 | 6.031710 | 1.150511 |

(Sumber: PT PLN WS2JB, 2013)

PLN WS2JB tidak mempunyai target untuk pelanggan LPB. Dalam penyambungan LPB PT PLN (Persero) WS2JB mempunyai target sebesar 260.000, tetapi PLN WS2JB baru mencapai 224.403 pelanggan. Tabel 1.1 memperlihatkan kenaikan atau peningkatan pelanggan sampai akhir Oktober pada daerah Palembang adalah 104.419, pada daerah Lahat 47.966, pada daerah Jambi 56.410, pada daerah Muara Bungo 38.568 dan pada daerah Bengkulu 37.214 . Ini artinya bahwa minat masyarakat untuk menggunakan LPB cukup baik maka dari itu untuk mencapai target tersebut PLN WS2JB harus lebih mensosialisasikannya.

Untuk mencapai keberhasilan sosialisasi perlu adanya interaksi sosial dalam bentuk tatap muka atau melalui sarana media. Sarana media yang dapat dipergunakan oleh PT PLN (Persero) untuk sosialisasi LPB (Listrik Prabayar) antara lain media cetak (koran, majalah dan brosur) maupun media elektronik (radio dan televisi)

Selain dengan cara yang sudah disebut diatas sosialisasi juga dilaksanakan menggunakan computer melalui internet. Karyawan PT PLN (Persero) juga melaksanakan kegiatan sosialisasi kepada lingkungan terdekat mereka (kerabat, saudara, rekan, tetangga).

Sosialisasi ini dilaksanakan oleh bagian Strategi Pemasaran PT PLN (Persero). Tujuan dari sosialisasi ini adalah agar pelanggan cukup mendapat informasi tentang keuntungan-keuntungan dari Listrik Prabayar (LPB) dan

mau beralih dari penggunaan Listrik Pascabayar ke penggunaan Listrik Prabayar.

Latar belakang diluncurkannya program ini karena mengingat selama ini banyak pelanggan mengeluh. Dengan adanya Listrik Prabayar pelanggan dapat dengan mudah mengendalikan pemakaian listriknya sesuai dengan kebutuhan. Atas permasalahan di atas maka penulis membuat judul **“Tinjauan Bauran Promosi PT PLN (Persero) WS2JB Palembang Terhadap Listrik prabayar”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan ini adalah:

1. Bagaimana penerapan bauran promosi terhadap listrik prabayar PT PLN (Persero) WS2JB Palembang?
2. Bagaimana usaha-usaha PT PLN (Persero) WS2JB Palembang dalam mengoptimalkan penerapan bauran promosi listrik prabayar?

1.3 Ruang Lingkup

Batasan masalah merupakan pembatasan bahasan-bahasan dalam laporan ini sesuai dengan apa yang penulis pelajari agar permasalahan yang di bahas tidak terlalu luas. Adapun materi yang di bahas dalam laporan ini yaitu **Bauran Promosidan Usaha-usaha dalam Mengoptimalkan Listrik Prabayar PT PLN (Persero) WS2JB Palembang**.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan bauran promosi terhadap listrik prabayar pada PT PLN (Persero) WS2JB Palembang.

2. Untuk mengetahui usaha-usaha PT PLN (Persero) WS2JB Palembang dalam mengoptimalkan penerapan bauran promosi listrik Prabayar.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penulis mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan mengenai teknologi Listrik Prabayar dan belajar mengenai bagaimana PT PLN (Persero) mensosialisasi atau memasarkan produk baru ini. Disamping itu penulis dapat membantu sosialisasi kepada lingkungan dekatnya (saudara atau teman).

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang keunggulan menggunakan listrik Prabayar dibandingkan dengan penggunaan listrik pascabayar.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi PT PLN (Persero) untuk mengevaluasi hasil sosialisasi produk Listrik Prabayar yang telah mereka laksanakan dan menentukan kebijakan baru apabila hasil sosialisasi belum mencapai target yang diharapkan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Lingkup Penelitian

Dalam menulis Laporan Akhir ini penulis telah melakukan penelitian untuk mendapat data-data yang diperlukan sebagai bahan penulisan. Untuk itu penulis melakukan penelitian di PT PLN (Persero) WS2JB yang terletak di Jalan Kapten A. Rivai No. 37 Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Sebagai bahan penelitian penulis menggunakan dua jenis data yang masing-masing mempunyai keuntungan dan kelemahan yaitu data

primer dan data sekunder. Selanjutnya penulis akan mencoba menjelaskan masing-masing data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data ini diperoleh penulis dengan cara langsung dari sumbernya. Data primer ini didapat oleh penulis dengan wawancara secara langsung dengan salah satu karyawan bidang Niaga bagian Strategi Pemasaran PT PLN (Persero) WS2JB yang ditunjuk dan diberikan wewenang untuk memberikan informasi yang diperlukan.

a. Keuntungan Data Primer

1. Data lebih akurat.
2. Data lebih up date (tidak ketinggalan jaman).
3. Data dikumpulkan sesuai dengan tujuan.

b. Kelemahan Data Primer

1. Membandang membutuhkan biaya apabila sumbernya jauh.
2. Harus diperoleh langsung oleh penulis.

2. Data Sekunder

Data ini diperoleh penulis dengan cara tidak langsung dari sumbernya tetapi dari data-data yang sudah dikumpulkan pihak lain dan sudah dipublikasikan. Penulis memperoleh data sekunder ini melalui brosur-brosur mengenai Listrik Prabayar yang dikeluarkan dan dipublikasikan oleh PT PLN (Persero) WS2JB. Selain dari pada itu juga dari buku-buku tentang pemasaran, metode riset dan contoh laporan akhir.

a. Keuntungan Data Sekunder

1. Hemat dalam waktu dan biaya.
2. Dapat diperoleh tidak langsung dari sumbernya.

b. Kelemahan Data Sekunder

1. Tidak selalu dapat memenuhi tujuan.
2. Data dikumpulkan sering untuk keperluan berbeda.
3. Tidak up date (ketinggalan jaman).

(Rangkuti; "RisetPemasaran" 2011:25)

1.5.3 Cara Pengumpulan Data

Beberapa cara dapat dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan yaitu:

1. Riset Kepustakaan

Yang dimaksud dengan riset ini adalah teknik atau cara mengumpulkan informasi atau data untuk suatu penelitian melalui bahan-bahan yang telah dipublikasi misalnya buku-buku tentang pemasaran, brosur, internet atau referensi dari PT PLN (Persero) WS2JB mengenai Listrik Prabayar. Selain itu juga terkait metodologi yang dipakai dapat membantu dalam memecahkan masalah untuk membuat laporan akhir ini guna untuk mendapatkan data sekunder penulis.

2. Riset Kasus

Teknik pengambilan data dengan studi kasus (*case study*) hanya mengambil beberapa elemen sering tidak jelas populasinya. Selanjutnya masing-masing elemen diselidiki secara mendalam. Sebagai contoh penelitian mengenai market empat pabrik rokok sebut saja Gudang Garam, Jie Sam Soe dan Sampoerna. Pastinya hasil penelitian tidak dapat menyimpulkan hasil pemasaran seluruh pabrik rokok di Indonesia tetapi paling tidak dapat menggambarkan keempat pabrik rokok tersebut. (FreddyRangkuti:2011:27)

1.5.4 Analisa Data

Dalam proses analisis data awal penulis menggolongkan, mengurutkan dan menyederhanakan data. Tujuan analisis yaitu untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Dalam penelitian analisis data yang dipergunakan adalah *kualitatif deskripsi* yaitu data yang tidak dapat diukur kedalam skala numeric (Yusi:2009:102). Data yang diperoleh dari penelitian dihubungkan dengan teori-teori yang ada dengan informasi dari pihak PT PLN (Persero) WS2JB.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara garis besar terkait laporan akhir secara ringkas dan jelas penulis membuat sistematis penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Batasan masalah.
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - 1.4.1 Tujuan Penelitian
 - 1.4.2 Manfaat Penelitian
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Cara Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Analisis Data
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Pengertian Pemasaran

- 2.2 Pengertian Promosi
- 2.3 Tujuan Promosi
- 2.4 Bauran Promosi
- 2.5 Strategi Bauran Promosi
- 2.6 Jenis Pemilihan Media Promosi
- 2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi
- 2.8 Listrik Prabayar
 - 2.8.1 Pengertian Listrik Prabayar
 - 2.8.2 Keuntungan Listrik Prabayar

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

- 3.1 Sejarah PT PLN (Persero)
- 3.2 Visi dan Misi PT PLN (Persero)
 - 3.2.1 Visi
 - 3.2.2 Misi
- 3.3 Motto PT PLN (Persero)
 - 3.3.1 Nilai-nilai Perusahaan
 - 3.3.2 Makna Logo
- 3.4 Struktur Organisasi PT PLN (Persero) WS2JB
- 3.5 Pembagian Tugas dan Wewenang
PT PLN (Persero) WS2JB
- 3.6 Ruang Lingkup Usaha PT PLN (Persero)
- 3.7 Produk yang Dihasilkan PT PLN (Persero)
- 3.8 Kegiatan Promosi yang Dilakukan
PT PLN (Persero) WS2JB
- 3.9 Target dan Realisasi Listrik Prabayar

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Penerapan Bauran Promosi Listrik Prabayar Pada
PT PLN (Persero) WS2JB Palembang

4.2 Usaha-usaha Mengoptimalkan Penerapan Bauran
Promosi Listrik Prabayar Pada PT PLN (Persero) WS2JB
Palembang

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran