

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Listrik merupakan salah satu kebutuhan penting bagi manusia dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Pada zaman modern ini sebagian besar alat pendukung kehidupan manusia membutuhkan tenaga listrik untuk mengoperasikannya, seperti: lampu, televisi, komputer, mesin cuci dan lain sebagainya. Listrik telah menjadi kebutuhan yang mendasar untuk berbagai aktifitas manusia yang kemudian digunakan untuk beragam fungsi kedepannya.

PT. PLN (Persero) merupakan satu-satunya Badan Usaha Milik Negara yang memiliki tanggung jawab untuk mengatur segala sumber daya yang berkaitan dengan tenaga kelistrikan, sehingga segala kebutuhan lapisan masyarakat dan berbagai aspek dapat terpenuhi. Pada masa ini, PT. PLN (Persero) menerapkan dua sistem layanan pembayaran listrik yaitu layanan listrik pascabayar dan Prabayar.

Layanan listrik pascabayar merupakan layanan yang pertama kali diluncurkan oleh PT. PLN (Persero) dalam menjual listrik. Dalam layanan listrik pascabayar pelanggan menggunakan terlebih dahulu energi listrik baru kemudian akan menerima tagihan listrik pada akhir bulan sesuai dengan jumlah energi listrik yang digunakan. Layanan listrik Prabayar yaitu layanan dalam menjual listrik dengan cara membayar dimuka, dimana sebelum menggunakan listrik pelanggan terlebih dahulu membeli

sejumlah nominal energi listrik baru kemudian pelanggan dapat menggunakan dan mengelola sendiri listrik sesuai dengan kebutuhan.

Layanan listrik Prabayar merupakan layanan listrik yang diharapkan mampu menggantikan layanan Pascabayar. Sistem layanan Prabayar menjadi pilihan PT. PLN (Persero) karena memiliki banyak manfaat yang diperoleh pelanggan maupun PT. PLN (Persero) sendiri. Layanan Prabayar ini merupakan penjabaran dari misi PT. PLN (Persero) yaitu melakukan bisnis kelistrikan dan bidang lainnya yang terkait, berorientasi kepada kepuasan pelanggan dan pemegang saham.

Namun, pada praktiknya masyarakat masih enggan menggunakan listrik Prabayar dan bertahan menggunakan listrik Pascabayar walaupun layanan Prabayar memiliki banyak keunggulan:

Tabel 1.1
Manfaat Layanan Listrik Prabayar

No	Manfaat Layanan Listrik Prabayar
1.	Pelanggan bisa mengontrol pemakaian listrik setiap hari
2.	Pemakaian listrik dapat disesuaikan dengan kebutuhan
3.	Tidak ada biaya keterlambatan
4.	Tidak akan terjadi kesalahan pencatatan meteran listrik oleh petugas
5.	Sistem rahasia, 20 angka digit pulsa listrik hanya bisa diisi ke meteran listrik sendiri, tidak bisa digunakan untuk meteran orang lain.

Sumber: Okezone.com

Hal ini didukung dengan pernyataan Manajer Bidang Niaga PLN Sumatera Utara, Bapak Jadima Purma yaitu pengguna listrik Prabayar masih mencapai 896.436 pelanggan (26,8%) dari total pelanggan, sisanya 2.497.903 (73,2%) masih menggunakan pascabayar pada tahun 2017 untuk seluruh wilayah Sumatera Utara. Ketidak-tertarikan masyarakat dalam menggunakan listrik Prabayar juga terjadi di daerah Rayon Perbaungan Kecamatan Serdang Begadai. Berdasarkan hasil pengamatan penulis di kantor rayon perbaungan pengguna listrik Prabayar baru mencapai angka 23,7% (12.484) dari total pelanggan (pengguna baru dan migrasi/tambah daya) dan 76,3% (40.117) merupakan pengguna yang bertahan menggunakan listrik pascabayar pada tahun 2017.

Tabel 1.2
Data Pelanggan yang Menggunakan Listrik Pascabayar dan Prabayar

No.	Tahun	Data Pelanggan	
		Pascabayar	Prabayar
1.	2015	42.136	10.989
2.	2016	41.812	11.045
3.	2017	40.117	12.484

Sumber : PT. PLN (Persero) Rayon Perbaungan

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa ketidak-tertarikan masyarakat disebabkan oleh kendala-kendala yang sering terjadi pada layanan listrik Prabayar, diantaranya:

Tabel 1.3
Kendala Layanan Listrik Prabayar

No.	Kendala-kendala Layanan Listrik Prabayar
1.	Tidak adanya kepastian petugas dalam memperbaiki kerusakan pada meteran, sehingga penggunaan listrik terganggu.
2.	Kualitas instalasi yang kurang baik
3.	Seringnya muncul tulisan “Periksa” pada meteran di saat melakukan pengisian token listrik
4.	Sistem alarm yang sering error
5.	Lamanya waktu menunggu pemasangan meteran baru maupun migrasi (tambah daya)

Sumber: Okezone.com

Selain kendala-kendala yang disebutkan diatas pelanggan merasa bahwa listrik prabayar lebih mahal dan pemakaian lebih rumit daripada listrik pascabayar, seringnya terjadi gangguan server dalam melakukan pembelian voucher/token dan kenyamanan pelanggan terhadap layanan listrik pascabayar membuat pelanggan enggan terhadap layanan listrik prabayar.

Untuk meningkatkan jumlah pengguna layanan listrik prabayar, PT. PLN (Persero) tidak hanya memperbaiki kualitas dalam hal pelayanan saja, tetapi juga menyusun strategi pemasaran baru. Strategi pemasaran biasanya dihadapkan pada bagaimana bauran pemasaran ditetapkan dan diimplementasikan agar tujuan yang diinginkan tercapai dengan baik. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan pemasar untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler, 2009:18). Namun bauran pemasaran produk

barang berbeda dengan bauran pemasaran produk jasa, hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik produk jasa dan produk barang. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu :*product, price, place & promotion*. Sedangkan untuk jasa keempat bauran pemasaran produk masih dirasa kurang mencukupi. Para pakar pemasaran menambahkan tiga unsur :*people, process dan physical evidence* (Lupiyoadi&Hamdani, 2008:70).

Setelah merumuskan instrumen bauran pemasaran, PT. PLN (Persero) mulai memperbaiki kualitas produk meteran listrik Prabayar, menetapkan tarif dasar listrik yang sama dengan listrik pascabayar, memberikan promosi-promosi menarik kepada pelanggan yang melakukan migrasi ke listrik Prabayar, meningkatkan kualitas pelayanan dengan menghadirkan call centre 123 apabila pelanggan mengalami kendala pada penggunaan listrik Prabayar serta meningkatkan fasilitas, sarana dan prasarana yang dapat mendukung keputusan konsumen untuk menggunakan layanan jasa listrik Prabayar. Nitisusastro (2013:197) menyatakan bahwa “instrumen bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi, pendukung fisik, proses, dan orang yang dapat memengaruhi konsumen”.

Pelanggan melakukan pengambilan keputusan terhadap suatu produk jasa dengan melakukan berbagai pertimbangan sebelumnya. Menurut Nitisusastro (2013:194) keputusan konsumen merupakan tahapan proses akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen mengalami dorongan untuk mempertimbangkan membeli suatu

produk jasa tertentu dengan didasarkan kebutuhan. Tjiptono (2011:59) menyatakan “seorang konsumen akan merasa kebutuhan untuk membeli suatu produk jasa pada situasi “shortage” (kebutuhan timbul karena konsumen tidak memiliki produk atau jasa tersebut). Setelah pelanggan menyadari kebutuhan yang diperlukan, selanjutnya pelanggan melakukan pencarian informasi berdasarkan dari pihak pemasar yang sesuai dengan karakteristik pelanggan. Hal tersebut membentuk adanya perilaku konsumen saat melakukan keputusan membeli suatu produk jasa.

Buchari Alma (2011:96), mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah “suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli”.

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk jasa merupakan tindakan yang lazim dijalani oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan membeli. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior*, dimana konsumen merujuk kepada tindakan yang nyata.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap**

Penggunaan Listrik Prabayar PLN (Studi masyarakat di Kecamatan Perbaungan)”. UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh produk (*product*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
2. Bagaimana pengaruh harga (*price*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
3. Bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
4. Bagaimana pengaruh tempat (*place*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
5. Bagaimana pengaruh orang (*people*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
6. Bagaimana pengaruh proses (*process*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
7. Bagaimana pengaruh bukti fisik (*physical evidence*) terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
8. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap penggunaan listrik prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh produk (*product*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
2. Apakah terdapat pengaruh harga (*price*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi (*promotion*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
4. Apakah terdapat pengaruh tempat (*place*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
5. Apakah terdapat pengaruh orang (*people*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
6. Apakah terdapat pengaruh proses (*process*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?

7. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik (*physical evidence*) terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?
8. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)
4. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)
5. Untuk mengetahui pengaruh orang terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)
6. Untuk mengetahui pengaruh proses terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)
7. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)

8. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap penggunaan listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)?

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan penulis dalam melakukan penelitian di bidang pemasaran.

2. Bagi PT. PLN (Persero)

Sebagai bahan masukan dalam mensosialisasikan penggunaan listrik Prabayar dengan menggunakan strategi bauran pemasaran jasa.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literature kepustakaan tentang hasil penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Penggunaan Listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan)

4. Bagi Peneleiti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan komoditi yang berbeda di masa yang akan datang.