

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di Indonesia sendiri penggunaan energy listrik dipegang oleh perusahaan milik negara yakni PT. PLN (Persero), yang mempunyai hak dan kewajiban dalam pengelolaan serta penyaluran energy listrik kepada setiap lapisan masyarakat di seluruh Indonesia. Listrik sangat central diperlukan oleh penduduk Indonesia, diantaranya untuk membatu kegiatan rumah tangga. Seakan-akan sudah tidak lagi bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia, sebab jika terjadi pemadaman maka akan mengakibatkan kelumpuhan aktivitas yang sangat besar, sehingga akan berpengaruh dalam segala bentuk proses oprasional yang terjadi dimasyarakat. Sehingga PLN harus mampu memberikan kualitas pelayanan secara maksimal demi kelancaran dalam proses pengendalian serta sistem pemerataan energi listrik disetiap sektor masyarakat. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2004:59) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Peter (1999:3) konsep pemasaran (*marketing concept*) suatu organisasi harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar menguntungkan. Dan tidak dipungkiri lagi salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah mencari keuntungan atau profit. PLN sendiri merupakan organisasi profit, dalam Buku Morissan (2008:85-87) Organisasi profit lebih sering di sebut dengan

nama perusahaan yang bertujuan mencari keuntungan, berbeda dengan organisasi non profit memiliki tujuan yang bersifat sosial, kegiatan kemanusiaan atau politis dan hal-hal lain yang tidak berbentuk keuntungan. Dalam artian seluruh aktivitas PT. PLN (Persero) ditujukan untuk mencari keuntungan serta didirikan untuk membantu masyarakat dalam penyediaan berbagai sarana dan prasarana aliran listrik untuk kebutuhan hidup.

PT. PLN (persero) sejauh kemarin telah menerapkan sejumlah program guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap masyarakat. Ada beberapa program pelayanan yang di tawarkan PLN kepada masyarakat antara lain : Layanan menyala R 450, layanan Menyala R 900, layanan bersinar, layanan prima, layanan *metro light*, layanan daya max, pembayaran listrik *on-line* dsb. Namun dari beberapa program yang di tawarkan tersebut ternyata tidak mengalami perkembangan yang signifikan. Saat ini PLN telah mengeluarkan program terbarunya yaitu Program Listrik Prabayar (LPB). ([www.pln-jatim.co.id](http://www.pln-jatim.co.id)).

Layanan listrik prabayar merupakan suatu program yang ditawarkan PLN kepada pelanggannya agar dapat mengendalikan pemakaian listrik sesuai dengan kebutuhan. Program Listrik Pra Bayar merupakan salah satu program pelayanan untuk pelanggan yang bertujuan untuk menjanjikan kemudahan, kebebasan, kenyamanan bagi pelanggannya serta pengendalian pemakaian listrik sesuai dengan kebutuhan sendiri. Program listrik pra bayar berbeda dengan program listrik pasca bayar yang biasanya, kalau pada program pasca bayar pelanggan kesulitan mengontrol pengeluaran pemakaian listrik, karena pada program ini

pelanggan hanya dapat mengetahui seberapa besar pengeluarannya pada saat pembayaran di loket pembayaran PLN. Berbeda dengan program pra bayar, program ini pelanggan bukan saja bisa mengetahui sudah berapa banyak energi listrik yang dikonsumsi, namun juga dapat melihat berapa energi listrik yang masih tersisa untuk dapat digunakan. Program ini di lengkapi dengan kartu pra bayar, kartu ini di gunakan untuk isi ulang energi listrik.

Di Jawa Timur listrik prabayar mulai diuji coba dan di sosialisasikan di rumah rumah dinas PLN pada bulan September 2009 dan dipasarkan sejak bulan November tahun 2009, sementara ini diperuntukkan pelanggan 1 phasa daya 450 VA - 5.500 VA. Menurut Asisten Manajer Bidang pemasaran PLN APJ Malang Bapak Santjoko, hingga akhir desember 2011 kemarin area Malang ditargetkan 751 pelanggan LPB (Listrik Prabayar). Dengan sasaran rumah tangga. Sebab saat ini batas maksimal penggunaan system LPB masih berada diangka 5.500 VA. Dikarenakan ketidakmampuan meteran berada di tingkat tiga face.

Sebagai perusahaan milik negara yang berorientasi pada pelayanan masyarakat. PT. PLN seharusnya memang memberikan citra yang positif melalui pelayanan yang maksimal. Kebijakan perubahan system prabayar oleh PT. PLN (Persero) merupakan perwujudan Strategi pemasaran produk untuk meningkatkan pelayanan yang cepat dan tanggap, melalui sebuah kebijakan yang pada intinya dapat memberikan kemudahan dan keefektifan dan tidak berdampak merugikan

Sejak program LPB mulai masuk di kota Malang pada awal Desember 2010 pemasangannya hanya dilakukan pada wilayah internal saja misalnya

didalam kantor PLN APJ (Area Pelayanan dan Jaringan) Malang dan dikantor Perpustakaan Malang. Menurut Isbiyanto Manajer PLN APJ Malang Hal ini dilakukan ingin mematangkan dan menjamin bahwa system LPB bisa diakses masyarakat luas. Karena itu perlu diuji coba terlebih dahulu. Namun saat ini system LPB (Listrik Prabayar) ini sudah dikembangkan di beberapa wilayah kota Malang dan menyebar disetiap lapisan masyarakat.

Dari hasil wawancara yang di lakukan tanggal 8 Mei 2012, pada Bapak Eko pegawai bagian Supervisor kantor PT. (Persero) PLN Unit Kebonagung Malang, terkait jumlah pengguna jasa listrik prabayar di area Malang. Dapat di simpulkan bahwa, Pengguna jasa Listrik Prabayar di kota Malang pada akhir tahun 2011, di area Jawa Timur tercatat 19.458 pelanggan yang terbagi di beberapa daerah, di Malang sendiri masuk pada jumlah pelanggan terkecil 7.208 pelanggan. Yang terbagi di beberapa wilayah kota Malang.

Diantara sebagian besar pelanggan Rayon PLN APJ Malang, PT. (Persero) PLN Unit Kebonagung Malang mendominasi Pelanggan terbesar yang berkisar 40% dengan nilai pertumbuhan terbesar dan tercepat diantara unit-unit pelayanan yang lain. Pencapaian luar biasa juga pernah dicapai oleh PT. (Persero) PLN Unit Kebonagung Malang pada tahun 2011, unit ini dapat melampaui target maksimal dengan pencapaian 3400 pelanggan / tahun, dengan batas maksimal 3000 pelanggan / tahun, ini yang menjadi alasan penelitian ini dilaksanakan berkaitan Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh PT. (Persero) PLN Unit Kebonagung Malang.

Di harapkan melalui Program listrik Prabayar ini akan membantu memberikan kualitas pelayanan yang mudah, efisien, dan cepat bagi masyarakat. Akan tetapi setelah peralihan dari pasca bayar ke pra bayar, tidak sedikit dari masyarakat yang mengeluhkan adanya program tersebut. Dikarenakan beberapa hal, seperti halnya berita yang dilansir dalam situs okezone.com pada hari Senin, 25 Oktober 2010 oleh Marieska Harya Virdhani, yang intinya “Di Nilai Memaksa, Listrik Prabayar PLN di Protes Warga Bogor”. Namun tuntutan itu dibantah keras oleh Manajer PLN UPJ Sawangan Sigit Arimurti menurutnya “Tidak ada unsur pemaksaan dalam program LPB. Bahkan, saat migrasi pelanggan sama sekali tidak dikenakan biaya.

Dari hasil pemaparan diatas dapat diambil kesimpulan kurang adanya sosialisasi kepada masyarakat oleh PLN sehingga mengakibatkan terjadinya kesalah fahaman. Jika di biarkan terus menerus maka akan berakibat fatal terhadap kesuksesan Program LPB sebagai solusi sarana pelayanan bagi masyarakat. Sehingga yang menjadi tolak ukur pada penelitian ini adalah terkait Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan oleh PLN sebagai sarana sosialisasi program LPB kepada masyarakat. Menurut Sunarto (2004:3), Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak yang lain melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berfikir dengan cara yang baru. Diharapkan dengan adanya komunikasi yang efektif maka program LPB akan cepat diterima oleh masyarakat.

Dari hasil uraian diatas dapat di simpulkan bahwa salah satu bentuk pelayanan yang berkualitas adalah bentuk komunikasi pada masyarakat yang efektif untuk mencapai sasaran. Berdasarkan kesimpulan diatas penulis tertarik untuk mengkaji atau melakukan suatu penelitian dengan tema “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM LISTRIK PRABAYAR (Study Kasus PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagung Malang)

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dari uraian diatas dapat diidentifikasi berbagai masalah-masalah yang nantinya akan dibahas sesuai dengan batasan kemampuan peneliti, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Model Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagung Malang dalam mensosialisasikan Program Listrik Prabayar ?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagung Malang dalam mensosialisasikan Program Listrik Prabayar ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Model Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagung Malang dalam mensosialisasikan Program Listrik Prabayar

2. Untuk mengetahui Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagung Malang dalam mensosialisasikan Program Listrik Prabayar

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam penggunaan strategi Strategi Komunikasi Pemasaran yang efektif.
2. Manfaat Teoritis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu strategi pemasaran yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Pemasaran.
3. Manfaat Praktis
  - a. Untuk dijadikan masukan strategi bagi setiap pemasar untuk menggunakannya dalam menciptakan kualitas pelayanan.
  - b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini bisa dijadikan untuk penelitian lanjutan tentang terkait kajian Strategi Komunikasi Pemasaran

#### **1.5. Batasan Penelitian**

Adapun yang menjadi ruang lingkup penelitian meliputi kegiatan yang berkenaan atau berhubungan dengan manajemen pemasaran terutama dalam hal Strategi komunikasi pemasaran yaitu periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relation*) dan *direct and online marketing*

yang diterapkan oleh PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagung Malang  
dalam Mensosialisasikan Program Listrik Prabayar

