BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Dalam pelaksanaan kerja praktek di PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten APJ Bandung, penulis ditempatkan di bagian niaga, dimana di bagian ini menangani proses pemasaran dan pelaporan kWh listrik. Di bagian ini pula penulis bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran, selain itu sangat berguna dalam penyelesaian laporan kerja praktek.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Dalam melakukan kerja praktek di PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten APJ Bandung, pertama kali penulis diberikan gambaran umum tentang perusahaan serta ruang lingkup yang ada di dalamnya, terutama kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten APJ Bandung. Selain itu penulis melakukan tanya jawab dalam bentuk wawancara secara langsung tentang aktivitas kerja dibagian niaga yang merupakan tempat penulis melakukan kerja praktek.

Adapun kegiatan-kegiatan yang penulis kerjakan selama praktek kerja lapangan adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti pengarahan mengenai pembekalan surveyor sebelum melakukan observasi ke lapangan

2. Menyiapkan kuisioner survey kepuasan pelanggan, yang isinya mengenai pengukuran kualitas integritas pelayanan publik
3. Melaksanakan survey kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) ke setiap Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) dengan mengunakan mobil dinas PT. PLN (Persero)
4. Menjelaskan tujuan survey dan menjelaskan isi pernyataan dalam kuisioner
5. Memasarkan dan menginformasikan mengenai adanya listrik prabayar secara *personal selling*
6. Memeriksa kembali hasil survey dan menandatangani lembar kuisioner
7. Mengecek dan mencatat ID pelanggan yang tertera pada kWh meter pascabayar dan prabayar guna memperoleh data penggunaan listrik pelanggan
8. Menginput data hasil survey kepuasan pelanggan ke database PT. PLN (Persero)
9. Membuat laporan hasil survey kepuasan pelanggan
10. Mengarsipkan berkas hasil survey kepuasan pelanggan sesuai dengan Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) di daerah diambilnya data responden
11. Menduplikat dokumen-dokumen *(foto copy)*, print berkas berkas yang di butuhkan guna meringankan tugas pegawai
12. Membantu mengerjakan segala tugas-tugas yang diberikan saat melaksanankan kerja praktek, penulis selalu siap mengerjakan tugas-tugas yang diberikan kepada penulis.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

3.3.1 Program Pemasaran Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten APJ Bandung

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 2002:9). Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena merupakan proses dimana produk yang dibuat oleh perusahaan bisa dikenalkan ke masyarakat luas.

Setiap perusahaan menginginkan agar perusahaan dapat bertahan hidup dan berkembang. Untuk itu perlu dilakukan strategi dan perencanaan yang matang khususnya dibidang pemasaran. Setiap perusahaan menggunakan alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari sasaran pasar yang ditargetkan oleh perusahaan. Alat-alat itu membentuk suatu bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Bauran pemasaran di bagi menjadi empat kelompok yang luas yang disebut “4P” dalam pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Keputusan bauran pemasaran harus diambil untuk mempengaruhi saluran perdagangan dan juga konsumen akhir. Kemudian perusahaan juga mempersiapkan suatu bauran tawaran yang terdiri dari produk,

jasa, dan harga, dan memanfaatkan sebuah bauran promosi yang terdiri dari promosi penjualan, periklanan, humas, pemasaran jarak jauh (*telemarketing*), dan internet untuk mencapai saluran perdagangan dan pelanggan sasaran.

Memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan tujuan dari setiap jenis usaha. Hal ini karena konsumen akan memberikan bisnis berulang kepada perusahaan dan menjadi saluran yang efektif bagi perusahaan. Untuk itu perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas, pelayanan dan pelanggan. Dengan demikian dalam jangka panjang produk perusahaan akan tetap disukai konsumen karena dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Perusahaan harus berorientasi pada kepuasan konsumen, baru setelah itu pada keuntungan, karena keuntungan efek sampingan dari kepuasan konsumen.

PT. PLN (persero) mengeluarkan listrik prabayar, latar belakang diluncurkannya program ini sebagai wujud komitmen PT. PLN (Persero) untuk terus meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan dengan berbagi bentuk inovasi.

Secara umum pemasaran pada PT. PLN (Persero) sudah baik, namun perlu di tingkatkan lagi agar masyarakat lebih mengetahui produk yang dikeluarkan oleh PT. PLN (Persero) yaitu dalam hal ini adalah listrik prabayar.

Adapun pemasaran PT. PLN (Persero), sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan PT. PLN (Persero) adalah listrik prabayar, yang merupakan produk baru yang dikeluarkan oleh PT. PLN (Persero) yang dikeluarkan pada tahun 2008. Selama ini banyak pelanggan mengeluhkan mengenai pencatatan meter, jumlah tagihan tidak menentu setiap bulan. Dengan adanya listrik prabayar, pelanggan dapat dengan mudah mengendalikan pemakaian listriknya sesuai dengan kebutuhan. Tarif listrik prabayar sesuai dengan tarif dasar. Bila dibandingkan dengan tarif reguler, maka listrik prabayar bisa dikatakan lebih murah, karena pelanggan tidak perlu lagi membayar Uang Jaminan langganan (UJL), sementara harga per kWh-nya tetap (*flat*). Dengan listrik prabayar, keuntungan ganda diperoleh pelanggan, disamping dapat mengkontrol pemakaian listrik sesuai kemampuan biaya, pelanggan juga tidak dikenakan Uang jaminan Langganan (UJL).

Sistem prabayar merupakan bentuk paling efisien pembayaran listrik, karena pelanggan hanya dibebankan membeli sejumlah kredit (isi ulang) untuk kemudian dipergunakan sampai kWh listrik tersebut habis. Hal ini sama seperti penggunaan isi ulang telepon selular yang biasa digunakan.

Dalam sistem prabayar, Pelanggan harus membayar dulu energi listrik yang akan dikonsumsinya. Besar energi listrik yang telah dibeli oleh Pelanggan dimasukkan ke dalam Meter Prabayar (MPB) yang terpasang dilokasi pelanggan melalui sistem *token* atau *stroom*. MPB menyediakan informasi jumlah energi listrik (kWh) yang masih bisa dikonsumsi. Persediaan kWh

tersebut bisa ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, pelanggan bisa lebih mudah mengoptimalkan konsumsi listrik dengan mengatur sendiri jadwal dan jumlah pembelian listrik.

Sistem prabayar lebih memudahkan masyarakat dalam pengendalian pemakaian listrik maupun dalam sistem pembayarannya dibandingkan dengan sistem pascabayar, selain itu sistem prabayar juga memiliki banyak kelebihan, antara lain sebagai berikut:

1. Pelanggan dapat dengan mudah memantau pemakaian listriknya setiap saat
2. Pelanggan dapat mendisiplinkan diri sendiri untuk menggunakan listrik sesuai anggaran belanja sehingga terhindar dari pemborosan
3. Pelanggan tidak lagi berurusan dengan pencatat meter dan jadwal pembayaran setiap bulan
4. Pelanggan dapat membeli token (isi ulang energi listrik) di *payment point*, ATM dengan jaringan luas, dan di loket PPOB : Mitra Bank Bukopin, Mitra PT. POS
5. Tidak ada istilah menunggak, sehingga tidak akan didatangi petugas penagihan
6. Privasi pelanggan tidak terganggu
7. Tidak dikenakan biaya beban bulanan atau denda keterlambatan
8. Tidak ada sanksi pemutusan
9. Tidak ada kesalahan pencatatan meter
10. Pelaksanaan penyambungan cepat

Dengan adanya listrik prabayar maka PT. PLN (Persero) telah memberikan kemudahan dalam berlangganan dan pemakaian listrik bagi para pelanggannya. Maka dapat dikatakan bahwa PT. PLN (Persero) telah meningkatkan pelayanan bagi para pelanggannya.

2. Harga (*Price*)

PT. PLN (Persero) mengeluarkan bermacam harga atau Tarif Dasar Listrik (TDL) listrik prabayar untuk setiap jenis industrinya, yang terbagi atas, rumah tangga, sosial, bisnis, industri, dan pemerintah, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Tabel Tarif Dasar Listrik (TDL) Prabayar

NO	Tarif	Daya Awal	Rp. Per kWh
RUMAH TANGGA			
1	R-1/TR	450 VA	415
2	R-1/TR	900 VA	605
3	R-1/TR	1300 VA	790
4	R-1/TR	2200 VA	795
5	R-2/TR	3500-5500 VA	890
6	R-3/TR	6600 VA	1330
SOSIAL			
7	S-2/TR	450 VA	325
8	S-2/TR	900 VA	455
9	S-2/TR	1300 VA	605
10	S-2/TR	2201 VA	650
11	S-2/TR	3500-200 KVA	755
BISNIS			
12	B-1/TR	450 VA	535
13	B-1/TR	900 VA	630
14	B-1/TR	1300 VA	795
15	B-1/TR	2201-5500 VA	905
16	B-2/TR	6600-200 KVA	1100
INDUSTRI			
17	I-1/TR	450 VA	485
18	I-1/TR	900 VA	600
19	I-1/TR	1300 VA	765
20	I-1/TR	2200 VA	790
21	I-2/TR	3500VA-14KVA	915
PEMERINTAH			
22	P-1/TR	450 VA	685
23	P-1/TR	900 VA	760
24	P-1/TR	1300 VA	880
25	P-1/TR	2200-5500 VA	885
26	P-2/TR	> 200 KVA	1200
27	P-3/TR		820

Sumber : PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten
APJ Bandung

Nilai stroom listrik prabayar terdiri dari unsur kWh, PPJ dan materai. Pilihan nilai stroom tertentu (Rp.20.000, Rp.50.000, Rp.100.000, Rp.250.000, Rp.500.000), sedangkan nilai stroom bebas (Rp.20.000 s/d Rp.1.000.000)

3. Tempat (*Place*)

Demi tercapainya pelayanan yang maksimal, PT. PLN (Persero) Jawa barat dan Banten APJ Bandung menyediakan beberapa tempat yang cukup strategis untuk dicapai oleh para pelanggan yaitu:

1. APJ Bandung, Jl. Soekarno Hatta No. 436 Bandung 40255
2. UPJ Bandung Selatan, Jl. Soekarno Hatta No. 436 Bandung 40255
3. UPJ Bandung Barat, Jl. LMU Nurtanio No. 117 Bandung 40174
4. UPJ Bandung Utara, Jl. Ir. H. Juanda No. 183 Bandung 40185
5. UPJ Bandung Timur, Jl. PHH. Mustofa No. 45 Bandung 40124
6. UPJ Cijawura, Jl. Ciwastra No. 57 Bandung 40286
7. UPJ Kopo, Jl. Holis No. 15 Bandung 40212
8. UPJ Ujung Berung, Jl. Ujung Berung No. 65 Bandung40611

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya, membujuk dan mengingatkan para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Karena itu perusahaan harus memasang iklan, menyelenggarakan promosi penjualan, mengatur publikasi dan menyebarkan tenaga penjualan

untuk mempromosikan produk-produknya. Inti dari kegiatan promosi adalah komunikasi. Hal-hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi berjalan dengan efektif adalah kepada siapa akan disampaikan, apa yang akan disampaikan, siapa yang akan menyampaikan, bagaimana cara menyampaikan, dan kapan disampaikan.

Dalam melaksanakan promosinya PT. PLN (Persero) memakai bauran promosi yang terdiri dari:

1. Promosi Penjualan
2. Periklanan
3. Humas
4. Pemasaran Jarak Jauh (*Telemarketing*)
5. Internet

3.3.2 Hambatan dalam Pemasaran Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero)

Listrik prabayar memiliki banyak keuntungan bagi para pelanggan karena memiliki banyak keunggulan dan kemudahan dalam pemakaiannya, akan tetapi listrik prabayar juga memiliki hambatan dalam pemakaiannya maka dalam hal ini adapula hambatan dalam pemasaran listrik prabayar, antara lain:

1. Dalam memasarkan dan memperkenalkan listrik prabayar pada PT. PLN (Persero) ternyata masih kurang meluas untuk daerah-daerah dan pelosok-pelosok pedesaan yang menyebabkan sebagian orang masih ada yang belum mengetahui tentang adanya listrik prabayar itu sendiri
2. Program istrik prabayar pada PT. PLN (Persero) masih kurang di minati oleh masyarakat karena keterbatasan outlet penjualan token atau voucher listrik prabayar, Jika pelanggan sedang memakai listrik kemudian voucher habis apalagi di waktu-waktu penting, otomatis pelanggan harus membeli token atau voucher ke outlet. Akan tetapi jika lokasi pelanggan jauh dengan outlet, ini bisa mengakibatkan ketidaknyamanan kepada pelanggan, karena bisa menyita waktu pelanggan sehingga pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero).

3.3.3 Upaya Penanggulangan Hambatan Pada PT. PLN (Persero)

Untuk menanggulangi hal-hal tersebut diatas PT. PLN (Persero) harus memiliki cara penanggulangan. Adapun penanggulangan tersebut adalah PT. PLN (Persero), antara lain:

1. PT. PLN (Persero) harus melakukan sosialisasi pengenalan produk listrik prabayar ke daerah-daerah dan memasarkan ke pelosok-pelosok pedesaan bahkan sampai pada orang yang benar-benar belum mengetahui tentang adanya listrik prabayar agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat, juga memberikan pengarahan tentang solusi baru cara berlangganan listrik dengan kemudahan dan keuntungan pemakaian listrik prabayar.
2. PT. PLN (Persero) harus memiliki banyak outlet penjual token atau voucher, agar pelanggan lebih mudah mendapatkan isi ulang listrik prabayar sehingga masyarakat lebih tertarik dan beralih menggunakan listrik prabayar. Jadi pelayanan pelanggan PT. PLN (Persero) lebih meningkat lagi.