

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
BIOGRAFI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Masalah	3
1.3 Tujuan Tugas Akhir	3
1.4 Manfaat Tugas Akhir	3
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Ojek Penelitian	4
1.5.2 Sumber Data	4
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.4 Analisis Data	5

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.1 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.3 Sumber Daya Perusahaan	9
2.3.1 Sumber Daya Manusia	9
2.3.2 Sumber Daya Peralatan	10
2.3.3 Bidang Usaha	11
2.3.4 Struktur Organisasi	11
2.3.5 Job Description	11
2.3.6 Kebijakan Perusahaan	16

BAB III AKTIVITAS KERJA DAN PEMBAHASAN

3.1 Niaga/Pemasaran	17
3.2 Hambatan Bekerja dan Penanggulangannya	18

3.3	Analisis Dan Pembahasan	18
3.4	Kegiatan Promosi PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado)	29
3.5	Kurangnya Pemakaian Listrik Pintar Pada PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado)	32
3.6	Pentingnya Promosi Pada PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado)	32
BAB IV PENUTUP		
4.1	Kesimpulan	35
4.2	Saran	36
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan listrik Negara, atau disingkat PLN, adalah sebuah BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. PLN merupakan satu-satunya perusahaan yang bergerak dibidang ketenagalistrikan. Selama ini, pelanggan PLN mendapat layanan listrik paskabayar, yaitu pelanggan menggunakan energi listrik terlebih dulu dan membayar belakangan yaitu pada bulan berikutnya. Sebenarnya listrik paskabayar ini menyisakan masalah setiap bulannya. PLN harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar oleh pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat bayar atau tidak membayar, dan memutus aliran listrik jika konsumen terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu.

Mengatasi masalah tersebut, PLN mulai mencari alternative solusi dan pada tahun 2009 PLN mulai menawarkan layanan alternative baru untuk pelanggan, yakni listrik Prabayar. Layanan listrik Prabayar atau disebut juga listrik pintar, disebut listrik pintar karena pelanggan dapat mengatur sendiri jumlah pemakaiannya. Listrik pintar merupakan pelayanan PLN dalam menjual listrik dengan cara pelanggan membayar di awal. Seperti pulsa Prabayar yang akrab dikenal dikalangan handphone. Pelanggan membeli sejumlah nilai tertentu sebelum menggunakan listrik dari PLN.

Layanan listrik pintar diluncurkan untuk menjawab keluhan masyarakat mengenai soal melonjaknya pemakaian listrik, pembacaan meteran yang tidak benar, kedatangan petugas pencatat meteran yang di anggap mengganggu, juga soal pemadaman listrik akibat pelanggan telat membayar. Dengan layanan listrik pintar diharapkan dapat mengatasi semua keluhan pelanggan dan mengontrol sendiri pemakaian listriknya.

Namun penawaran baik dari PLN ini tidak serta merta disambut baik oleh masyarakat. Masih ada sebagian masyarakat yang belum memakai listrik pintar, dengan alasan tidak ada penawaran secara langsung, karena mereka tidak punya waktu untuk datang langsung ke kantor PLN. Oleh karena itu pihak PLN harus lebih memperhatikan kegiatan promosi yang mereka lakukan dalam memasarkan . produk listrik pintar.

Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi ini bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Dalam promosi juga, terdapat beberapa unsur yang mendukung jalannya sebuah promosi tersebut yang biasa disebut bauran promosi. Bauran promosi itu sendiri dari Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing *Public Relation/Publicity*, Personal Selling untuk mendukung penjualan yang lebih baik.

Kurangnya pemakain listrik pintar dilihat dari bagian promosi Personal Selling, dimana masyarakat mengatakan tidak ada penawaran secara langsung kepada mereka, karena mereka belum memahami keuntungan dari pulsa listrik. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dan meninjau lebih lanjut tentang kegiatan promosi yang dilakukan pada PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado). Maka akhirnya dengan permasalahan diatas penulis tertarik mengangkat judul **“Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Pemakaian Produk Listrik Pintar Pada PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado)”**.

1.2. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu : **“Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Pemakaian Produk Listrik Pintar Pada PT. PLN”**.

1.3. Tujuan Laporan

Tujuan laporan ini untuk mengetahui pentingnya promosi dalam meningkatkan pemakaian produk listrik pintar pada PT. PLN.

1.4. Manfaat Laporan

1. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan khususnya bagian niaga, untuk megetahui bagaimana stategi pemasaran yang baik.

2. Sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di Politeknik Negeri Manado.
3. Sebagai bekal ilmu dalam memulai karir di dunia marketing dan mampu menerapkan strategi pemasaran.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian penulis disini adalah promosi Listrik Pintar yang dilakukan oleh PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado).

1.5.2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara mengenai strategi pemasaran dalam promosi dan meningkatkan pemakaian produk listrik pintar.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti yaitu sejarah perusahaan dan uraian tugas.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan penulis selama berada di PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado).

b. Metode Wawancara

Pengumpulan data mengadakan tanya jawab dengan staf karyawan pemasaran di PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado).

c. Metode Kepustakaan

Penulis menggunakan buku-buku referensi dan internet yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam hal ini promosi.

1.5.4. Analisis Data

Analisis data yang dikumpulkan maka penulis menggunakan analisa Deskriptif Komparatif yaitu dengan membandingkan dan menggambarkan teori yang penulis peroleh selama dibangu kuliah dengan kondisi yang ada pada PT. PLN Wilayah Suluttenggo (Manado).