

**ANALISIS KUALITAS PRODUK LISTRIK PINTAR
(PRABAYAR) DALAM MENGHADAPI KEPUASAN
PELANGGAN (KEINGINAN PELANGGAN) DI PT.
PLN (PERSERO) WILAYAH SULUTTENGGO AREA
MANADO**

TUGAS AKHIR

**Oleh
CHRISTINE SASILA
NIM : 10 053 029**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
2015**

Christine Sasela, 2015 “**Analisis Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar) Dalam Menghadapi Kepuasan Pelanggan (Keinginan Pelanggan) Di Perseroan Terbatas Perusahaan Listrik Negara (Perseorangan) Wilayah Sulawesi Utara, Tengah dan Gorontalo Area Manado**”. Di bawah bimbingan Willem G. Pomantow SE, MSi dan Mariska C. Walean SE, MSi

ABSTRAK

Listrik memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan dan menjadi kebutuhan yang mendasar bahkan dapat dikatakan listrik telah menjadi sumber energi utama dalam setiap aktifitas manusia. PT. PLN (Persero) adalah suatu perusahaan besar sebagai jasa penyedia dan penyaluran listrik pada masyarakat yang terbesar di Indonesia, dimana perusahaan listrik milik negara ini telah banyak memberikan kontribusi yang besar dalam hal memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat. Oleh sebab itu, PT. PLN (Persero) berinovasi dengan menghadirkan listrik prabayar atau juga disebut listrik pintar. Tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui apakah kualitas produk listrik pintar (parabayar) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah sesuai dengan keinginan pelanggan dan untuk mengetahui apakah pelanggan listrik pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah merasa puas dengan kualitas listrik pintar (prabayar).

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dan metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Studi Kasus. Observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data. Populasi berjumlah 15 pelanggan pengguna listrik pintar sedangkan sampelnya sebanyak 11 responden. Analisis yang digunakan adalah kodifikasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi dalam bentuk tabulasi. Sedangkan hasil analisis penelitian menunjukkan produk listrik pintar bagus berjumlah 63,63 % dan tidak bagus 9.09 %, dengan penilaian tingkat kepuasan yang sangat puas dan puas dengan jumlah yang sama 36,36 % dan tidak puas 9,09 %, sesuai harapan 45,45 % dan sangat tidak sesuai harapan 9.09 % menunjukkan bahwa kualitas produk listrik pintar belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan pelanggan dan pelanggan belum sepenuhnya merasa puas dengan kualitas produk listrik pintar (prabayar).

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.*

Christine Sasela, 2015 "**Smart Electrical Products Quality Analysis (Prepaid) Facing Customer Satisfaction (Customer Desire) In the State Electricity Company Limited (Individual) Region North Sulawesi and Gorontalo Area Central Manado**". Under the guidance of Willem G. Pomantow SE, MSi and Mariska C. Walean SE, MSi

ABSTRACT

Electricity plays a very important in life and become a fundamental requirement can even be said electricity has become the main source of energy in every human activity. PT. PLN (Persero) is a large company as a service provider and distribution of electricity in the communities terbeasar in Indonesia, where the state-owned power company has made a major contribution in terms of supplying electricity to the community. Therefore, PT. PLN (Persero) innovate by bringing prepaid electricity or also called smart electricity. The purpose of this study was: To determine whether the quality of the smart electrical products (parabayar) PT. PLN (Persero) Region Area Suluttenggo Manado are in accordance with the wishes of the customer and to determine whether smart electric customers of PT. PLN (Persero) Region Area Suluttenggo Manado had been satisfied with the quality of electric Smart (prepaid).

This type of research is qualitative research and methods of this study using research methods Case Study. Observation, interviews and documentation as a means of data collection. Population of 15 customers a smart electricity users while the sample of 11 respondents. The analysis is the codification of data, data presentation and conclusion / verification in the form of tabulation. While the results of analysis showed a nice smart electrical products amounted to 63.63% and not good 9:09%, with a satisfaction rating of very satisfied and satisfied with the same amount of 36.36% and 9.09% are not satisfied, as expected 45.45 % and it does not match expectations of 9:09% indicate that quality of smart electrical products is not yet fully in accordance with the wishes of the customer and the customer is not fully satisfied with the quality of the smart electrical products (prepaid).

Keywords : Product Quality , Customer Satisfaction

Motto

*Tuhan mengerti hatimu lebih dari yang kau tahu,
Tuhan menjangkau pikiranmu lebih dari yang kau
bayangkan, dan Tuhan merancang kebahagiaanmu
lebih dari rancanganmu*

*“Takut akan TUHAN adalah permulaan
pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina
hikmat dan didikan”
(Amsal 1 : 7)*

*“Karena Tuhanlah yang memberikan Hikmat,
dari mulutNya datang pengetahuan dan
Kepandaian”
(Amsal 2 : 6)*

Kupersembahkan Karya ini untuk :

*Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai dan
memberkati setiap proses yang dilalui dengan
memberikan kemudahan, kekuatan serta kesehatan
bagi anak-Nya ini.*

*Papa dan Mama serta Kakak -kakak tercinta, Suami
Erico Waturandang dan Anak Evangeline Aurora
tersayang terima kasih untuk segala motivasi,
dukungan dan Doa untuk keberhasilan saya.
(Saya mampu dan bisa karena kalian)*

LEMBAR PERSETUJUAN

Berdasarkan pembimbingan dan pemeriksaan yang telah dilakukan maka mahasiswa Politeknik Negeri Manado Jurusan Administrasi Bisnis yang disebut dibawah ini :

Nama : Christine Sasela
NIM : 10 053 029
Program Studi : Manajemen Bisnis

Dinyatakan mampu dan tersedia materi pendukung untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul : “Analisis Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar) Dalam Menghadapi Kepuasan Pelanggan (Keinginan Pelanggan) Di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado”.

Manado, Agustus 2015

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,

Willem G. Pomantow, SE, MSi

NIP : 19740915 200212 2 001

Mariska Ch. Walean, SE, MSi

NIP : 19651119 199003 1 003

Ketua Panitia,
Seminar dan Ujian Tugas Akhir,

Dr. Efendy Rasjid, MSi, MM

NIP. 19670516 199403 1 013

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh Christine Sasela ini telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 19 Agustus 2015.

Ketua/Penguji 1

Rolyke Tulangouw, SE, MSi
NIP. 19660414 199403 1 002

Penguji 2

Penguji 3

Cysca A. J. Langi, SE, MSi
NIP . 19690613 199403 2 001

Willem G. Pomantow, SE, MSi
NIP. 19651119 199003 1 003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Willem G. Pomantow, SE, MSi
NIP. 19651119 199003 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap	: Christine Sasela
NIM	: 10 053 029
Jurusan	: Administrasi Bisnis
Program Studi	: Manajemen Bisnis
Program	: Diploma IV

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran dari saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tugas akhir ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Manado, 19 Agustus 2015
Yang membuat pernyataan,

Christine Sasela
NIM. 10 053 029

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Christine Sasela

NIM : 10 053 029

Tempat Tanggal Lahir : Tahuna, 17 Juli 1992

Agama : Kristen Protestan

Alamat Tempat Tinggal : Jln. Politeknik, Perum. Poligriya Indah A.16,
Kel. Kairagi Dua, Kecamatan Mapanget,
Manado, SULUT.

Riwayat Pendidikan

: SD Negeri 12 Manado (1998-2004)

: SMP Kat. St. Agustinus Gorontalo (2004-2007)

: SMA Negeri 1 Manado (2007-2010)

Orang Tua

Nama Ayah : Calvein Sasela

Nama Ibu : Adolfien. I. Janis

Alamat : Jln. Politeknik, Perum. Poligriya Indah A.16,
Kel. Kairagi Dua, Kecamatan Mapanget,
Manado, SULUT

Foto
3x4

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan hikmat-Nya sehingga proses penyusunan Tugas Akhir ini bisa selesai tepat waktu dan sesuai dengan apa yang di harapkan. Tugas Akhir ini di buat dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat yang dilaksanakan oleh Politeknik Negeri Manado.

Tujuan pembuatan Tugas Akhir ini untuk mengetahui apakah kualitas produk listrik pintar (prabayar) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah sesuai dengan keinginan pelanggan dan apakah pelanggan sudah merasa puas dengan kualitas produk listrik pintar (prabayar). Penulis sadar bahwa ada begitu banyak bantuan yang telah diterima oleh penulis. Karena itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia memberikan bantuan kepada Penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini :

1. Bpk. Ir. Jemmy J. Rangan, MT sebagai Direktur Politeknik Negeri Manado
2. Bpk. Willem G. Pomantow, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir Penulis
3. Ibu. Juliet P.T. Makinggung, SE, MSi, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis
4. Bpk, Dr. Efendy Rasjid, MSi sebagai Ketua Panitia Tugas Akhir Politeknik Negeri Manado Jurusan Administrasi Bisnis tahun 2015.
5. Bpk, Jemmry R. Winokan, SE, MSi, Sebagai Sekertaris Panitia Tugas Akhir Akhir Politeknik Negeri Manado Jurusan Administrasi Bisnis tahun 2015.

6. Ibu Mariska Ch. Walean, SE, MSi, Sebagai Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir Penulis
7. Bpk. Yarid Pabisa Sebagai Manager PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado
8. Bpk. Andre P. R. Lengkong Sebagai Assistan Maneger Bagian Pelayanan dan Administrasi PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado
9. Bpk. Tobri Kansil Sebagai Supervisor Administrasi Umum PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado
10. Seluruh staf administrasi di Jurusan Administrasi Bisnis
11. Kedua orangtua, suami Erico Waturandang, anak Evangeline Aurora Waturandang, kakak Charvo Sasela, Ipar Angel Kurenteng, Kakak Renty Sasela, Kakak Bitner Sasela, Ipar Novlin Unsong, Ponakan-ponakan Sevana Sasela, Reyna Sasela, Mandalawangi Sasela dan Christoya Sasela, orangtua mantu, serta seluruh keluarga yang sangat membantu baik dalam doa dan materi serta memberikan motivasi dan semangat yang positif selama Penulis menyusun Tugas Akhir ini.
12. Karyawan/ti dan tenaga OS terlebih khususnya Ibu Sherly Regar, Ibu Maritje Kamagi, Bpk. Ade Rahman, Kakak Gaby Sanger, Kakak Venty Tangkumahat, Kakak Fian Palit, Kakak Yoyo, Om Rholee Supit, Ibu lili, kakak Yuli Matantu, kakak Keren Mumek, Ibu Carolina Renyoet.
13. Teman terdekat Penulis dan teman-teman dari Program Studi Manajemen Bisnis angkatan 2011 Jurusan Administrasi Bisnis terlebih khusus Febryanti

Abast dan Jesica Sambuaga yang selalu memberikan motivasi positif, tempat bertukar ide dan pendapat saat penyusunan Tugas Akhir ini.

14. Semua pihak yang membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak sempat penulis sebutkan.

Kiranya Proposal Penelitian ini dapat bermanfaat bagi Institusi Politeknik Negeri Manado bahkan bagi para pembaca sekalian. Terima kasih.

Manado, 19 Agustus 2015

Penulis,

Christine Sasela

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Dan Sub Fokus	8
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pembatasan Masalah.....	10
1.5 Tujuan dan Manfaat.....	10
1.4.1 Tujuan Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Penelitian	11
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	 12
2.1 Manajemen	12
2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.3 Konsep Kualitas Produk	14
2.3.1 Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar).....	15
2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan	19
2.4.1 Macam-macam Kepuasan Pelanggan	21
2.5 Tinjauan Pustaka	21
2.6 Alur Pikir	22
2.7 Hipotesis	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25

3.2	Metode dan Jenis Penelitian	25
3.3	Jenis Data dan Metode Penumpulan Data	26
3.3.1	Jenis Data	26
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1	Populasi.....	29
3.4.2	Sampel.....	29
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	29
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5.2	Skalah Pengukuran.....	30
3.6	Analisa Data.....	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Sejarah PT. PLN (Persero)	33
4.2	Sejarah Singkat PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado	35
4.3	Visi, Misi dan Motto.....	38
4.3.1	Visi.....	38
4.3.2	Misi	39
4.3.3	Motto.....	40
4.4	Lambang atau Logo perusahaan	40
4.5	Bidang Usaha.....	42
4.6	Sumber Daya Perusahaan	43
4.7	Struktur Organisasi Perusahaan	45
4.8	Deskripsi Pekerjaan	46
4.9	Pembahasan Temuan Penelitian	53
4.9.1	Temuan Penelitian	53
4.9.2	Deskripsi Responden	54
4.9.3	Kualitas Listrik Pintar (Prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan	57
4.9.4	Analisis Kualitas Listrik Pintar (Prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (Keinginan Pelanggan)	62

BAB V	PENUTUP	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	81

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Komparasi Sistem Prabayar & Sistem Pascabayar	17
Tabel 2.	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.	Waktu Penelitian.....	25
Tabel 4.	Penggolongan Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado & Rayon Tersebar	43
Tabel 5.	Data Karyawan Tetap Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado & Rayon Tersebar	44
Tabel 6.	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 7.	Data Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 8.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 9.	Data Responden Berdasarkan Pengaruh Pengambilan Keputusan	57
Tabel 10.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Satu Berapa Lama Pelanggan Menggunakan Produk LPB	59
Tabel 11.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Dua Pengalaman Pelanggan Selama Menggunakan Produk LPB.....	59
Tabel 12.	Tanggapan Responden engenai Pertanyaan Nomor Tiga Pendapat Mengenai Kinerja dari Produk LPB.....	63
Tabel 13.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Empat Keistimewaan Tambahan Produk LPB Yang Diketahui Pelanggan	65
Tabel 14.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Noor Lima Tanggapan Mengenai Keandalan Produk LPB.....	64
Tabel 15.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Enam Daa Tahan Dari Produk LPB.....	69
Tabel 16.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Tuju Kesesuaian Dari Produk LPB.....	70

Tabel 17.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Delapan Apakah Pelanggan Merasa Puas Dengan Produk LPB	73
Tabel 18.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Sembilan Keinginan Untuk Selalu Memakai Produk LPB atau Kembali Ke Listrik Pascabayar	74
Tabel 19.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Sepuluh Pelanggan Merekomendasikan Produk LPB Kepada Orang Lain	76
Tabel 20.	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Sebelas Apakah Produk LPB Sudah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Filosofi Symbol atau Logo “KENDALI”	18
Gambar 2.	Konsep Awal Simbol Emosional & Spiritual Listrik Prabayar	19
Gambar 3.	Kerangka Pikir	22
Gambar 4.	Bangunan Kantor	37
Gambar 5.	Logo PT. PLN (Persero)	40
Gambar 6.	Bidang Persegi Panjang Vertikal	41
Gambar 7.	Petir atau Kilat	41
Gambar 8.	Tiga Gelombang	42
Gambar 9.	Struktur Organisasi Perusahaan	45

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pertanyaan Wawancara
2. Dokumentasi
3. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Area Manado pada Bulan Februari 2015
4. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Area Manado pada Bulan Maret 2015
6. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Area Manado pada Bulan April 2015
7. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Area Manado pada Bulan Mei 2015
8. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Area Manado pada Bulan Juni 2015
9. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Area Manado pada Bulan Juli 2015
10. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Rayon Paniki pada Bulan Februari 2015
11. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Rayon Paniki pada Bulan Maret 2015
12. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Rayon Paniki pada Bulan April 2015
13. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Rayon Paniki pada Bulan Mei 2015
14. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Rayon Paniki pada Bulan Juni 2015
15. Jumlah Pelanggan Pengguna LPB di Rayon Paniki pada Bulan Juli 2015

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Listrik memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan. Listrik sudah menjadi kebutuhan yang mendasar bahkan dapat dikatakan listrik telah menjadi sumber energi utama dalam setiap aktifitas manusia, yang kemudian digunakan untuk berbagai fungsi. Ketergantungan manusia terhadap listrik sangat tinggi sehingga keberadaannya sangat diperlukan dalam segala hal untuk mendukung aktifitas manusia.

PT. PLN (Persero) adalah suatu perusahaan besar sebagai jasa penyedia dan penyaluran listrik pada masyarakat yang terbesar di Indonesia, dimana perusahaan listrik milik negara ini telah banyak memberikan kontribusi yang besar dalam hal memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen merasa “ketergantungan” akan listrik memang tidak memiliki banyak pilihan dalam pemenuhan kebutuhan listrik selain PT. PLN (Persero).

Selama ini pelanggan PT. PLN (Persero) mendapat pelayanan listrik pascabayar, yaitu menggunakan energy listrik terlebih dahulu kemudian membayar pada bulan berikutnya. Permasalahan sekarang dengan menggunakan listrik pascabayar, setiap bulan PT. PLN (Persero) harus melakukan pencatatan meter, menghitung dan menerbitkan rekening tagihan yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu bahkan melakukan pemutusan aliran listrik.

PT. PLN (Persero) menyadari kebutuhan listrik masyarakat yang semakin ketergantungan dengan adanya tenaga listrik, maka dengan terus meningkatkan mutu pelayanan dengan menawarkan berbagai program layanan, yakni dengan suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai pelanggannya.

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT. PLN (Persero) adalah dengan menghadirkan program listrik Prabayar atau juga disebut Listrik Pintar. Listrik Pintar adalah suatu inovasi layanan listrik dari PLN yang mulai disosialisasikan sejak tahun 2008 namun baru resmi diluncurkan pada tahun 2009. Program listrik Prabayar, yaitu mengeluarkan biaya terlebih dahulu untuk membeli energi listrik yang akan dikonsumsi.

Mekanisme pada Listrik Pintar (Prabayar) sendiri tidak melaksanakan seperti pada mekanisme listrik pascabayar yang telah disinggung sebelumnya. Produk listrik Prabayar milik PT. PLN (Persero), cara penggunaannya sama dengan handphone (HP), dimana meter Prabayar berfungsi sebagai media sekaligus penghitung pemakaian pelanggan.

Alasan PT. PLN (Persero) mengganti program listrik pascabayar menjadi listrik Prabayar karena program listrik Prabayar merupakan program yang mempermudah pelanggan dalam pengontrolan penggunaan listrik. Kualitas produk listrik Prabayar pun menjadi hal yang penting untuk menarik minat pelanggan untuk menggunakan ataupun beralih ke program listrik ini. Kualitas produk listrik Prabayar sendiri menjadi salah satu faktor penentu untuk

menghadapi keinginan pelanggan dalam hal ini memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Apabila PT. PLN (Persero) memiliki kualitas produk listrik dalam hal ini produk listrik pintar yang berkualitas, maka perusahaan akan dapat memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan. Begitu pula sebaliknya, apabila perusahaan tidak memiliki produk listrik prabayar yang berkualitas maka perusahaan harus mengambil langkah-langkah dalam meningkatkan kualitas produk listrik pintar (prabayar) agar dapat tetap bertahan dalam menghadapi keinginan pelanggan yang semakin besar.

Disini dapat tergambar pentingnya kualitas produk listrik pintar (prabayar) untuk para pelanggan pada PT. PLN (Persero). Kualitas produk yang dapat diberikan yakni dengan memberikan keuntungan baik itu keuntungan prabayar bagi pelanggan dan keuntungan prabayar bagi perusahaan. Manfaat yang diperoleh pelanggan pengguna sistem prabayar adalah :

- a. Pelanggan secara mandiri lebih mudah mengendalikan pemakaian listriknya,
- b. Pelanggan dapat mengatur pemakaian sesuai dengan anggaran yang dimiliki,
- c. Pelanggan terhindar dari kesalahan pencatatan kedudukan angka meter,
- d. Pelanggan dapat melakukan pembelian stroom isi ulang dapat dilakukan kapan saja,
- e. Calon pelanggan baru tidak perlu menyediakan Uang Jaminan Langgan (UJL) atau Uang Muka Tagihan Listrik (UMTL) dan
- f. Privasi pelanggan terjaga, tidak terganggu,
- g. Konflik dengan pelanggan yang biasanya terjadi pada saat eksekusi Tusbung bisa dihindari.

Sedangkan manfaat yang diperoleh PT. PLN (Persero) dengan sistem prabayar yaitu :

- a. Mempercepat arus kas,
- b. Mengurangi keluhan khususnya yang terkait dengan kesalahan pencatatan meter,
- c. Siklus tagihan yang lebih sederhana dan mudah,
- d. Mengurangi kecurangan/kesalahan baca meter,
- e. Meniadakan tunggakan,
- f. Menekan biaya operasional akibat tidak adanya kegiatan catat meter dan pemutusan.
- g. Dan tentunya membawah dampak positif sehingga tidak ada kegiatan billing dan koreksi rekening serta konflik dengan pelanggan yang biasanya terjadi pada saat eksekusi dan Tusbung bisa dihindari pada saat yang akan datang.

Setiap Pelanggan memiliki keinginan dan kepuasan yang berbeda-beda sehingga perusahaan dapat memberikan kualitas produk sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Kualitas produk adalah keseluruhan fitur (ciri) dan sifat produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler dan Keller, 2009, 180). Terdapat beberapa indikator menyangkut Kualitas Produk Menurut Kotler dan Keller (2009,385) sebagai berikut : (1) Kinerja, (2) Keistimewahan Tambahan (feature), (3) Keandalan, (4) Keawetan/Daya Tahan, (5) Kesesuaian. Kelima indikator tersebut yang nantinya akan membantu dalam menganalisa kualitas

produk listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan pelanggan).

Selain itu dengan program listrik pintar (prabayar) ini, pelanggan juga akan terlepas dari masalah yang muncul karena kesalahan yang biasanya terjadi pada pelanggan pengguna listrik pascabayar. Latar belakang adanya listrik pintar (prabayar) sendiri dikarenakan oleh :

- a. Adanya kesalahan dalam baca meter,
- b. Adanya tagihan yang tidak menentu,
- c. Terjadinya tunggakan rekening rumah/kontrakan/kos,
- d. Terjadi kesalahan pemutusan dan,
- e. Adanya tagihan yang tidak sesuai pemakaian.

Tak jarang pun terjadi sanksi pemutusan keterlambatan pembayaran listrik, yang berdampak pada penderitaan pelanggan dan juga pihak PLN pun ikut merugi. Sebagai salah satu pembelajaran dan untuk mengantisipasi dari berbagai kejadian dan masalah maka dihadirkan program listrik pintar, yang diharapkan dapat mengajak masyarakat sebagai pelanggan untuk dapat lebih menghargai akan keberadaan tenaga listrik dan lebih bijak dalam penggunaan energi listrik.

Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran (Kotler dan Keller, 2009,180). Dalam mewujudkan kepuasan pelanggan, banyak hal yang perlu diperhatikan oleh PLN. Selain berinovasi, PT. PLN (Persero) juga harus terus mengevaluasi hasil dari produk listrik prabayar. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman pelanggan suatu produk

atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009, 177). Adapun indikator-indikator menurut Kotler dan Keller (2009, 179) yang terdapat dalam kepuasan pelanggan seperti : (1) Merasa puas, (2) Akan selalu memakai, (3) Akan merekomendasikan, (4) Sesuai harapan. Sehingga dapat dikatakan kualitas produk listrik pintar (prabayar) merupakan hal yang dapat memenuhi keinginan pelanggan serta mendongkrak kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero).

Di Indonesia terdapat bermacam-macam jenis usaha jasa yang mengutamakan keinginan pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan lewat kualitas produk yang dimiliki perusahaan. Begitu juga dengan perusahaan jasa yang bergerak dibidang penyediaan tenaga listrik. Usaha jasa penyediaan tenaga listrik ini memegang peranan yang sangat penting dalam bidang penerangan. Hal ini disebabkan karena setiap masyarakat modern memiliki berbagai peralatan elektronik yang membutuhkan daya listrik sebagai dayanya. Oleh karena itu tenaga listrik sangat dibutuhkan dalam kehidupan keseharian masyarakat modern pada zaman sekarang.

Saat ini Indonesia memiliki banyak perusahaan jasa penyedia tenaga listrik milik swasta maupun milik pemerintah (BUMN). Khusus yang berada atau beroperasi di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara terdapat salah satu

perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyediaan tenaga listrik ini. PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado merupakan kantor cabang (Distrik) di salah satu daerah Kota Manado, yaitu yang terdapat pada Jl Jend. A Yani 32, Kel. Kotabaru, Kec. Sario.

Selama melakukan magang di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado, setidaknya dalam seminggu terdapat 5-7 keluhan pelanggan dari rayon-rayon area manado yang tersebar. Yang menjadi keluhan pelanggan yakni mengenai kualitas produk listrik dalam hal ini listrik pintar (prabayar). Pelanggan mengeluhkan ketahanan karena meledaknya (korslet) meter listrik pintar yang dimiliki, terblokirnya listrik pintar yang dimiliki, pelanggan merasa stroom atau kwh yang dimasukan tidak sesuai dengan yang dibeli, stroom yang cepat habis dan padam tanpa peringatan atau alarm sebelumnya.

Salah satu perbedaan listrik prabayar dan listrik pascabayar terletak pada cara pembiayaannya. Pada listrik pascabayar pelanggan sudah bisa langsung menikmati kWH, setelah itu baru melakukan pembayaran dari hasil pencatatan yang dilakukan oleh petugas catat meter. Sedangkan pada produk listrik prabayar, pelanggan membeli dulu kWH, setelah itu baru pelanggan bisa menikmati energi listrik. Besar energi listrik yang dibeli oleh pelanggan dimasukan dalam Meter Prabayar (MPB) yang terpasang dilokasi pelanggan melalui sistem “token” (pulsa).

Oleh karena itu perusahaan listrik negara dalam menghadapi keinginan dan memberikan kepuasan pelanggan haruslah selalu memperbaiki dan mengevaluasi, karena kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas barang

dan jasa yang dikehendaki pelanggan. Dari uraian diatas maka penulis tertarik mengangkat judul ***“Analisis Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar) Dalam Mengadapi Kepuasan Pelanggan (Keinginan Pelanggan) Di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado”***.

1.2 FOKUS DAN SUB FOKUS MASALAH

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini ialah :

a. Kualitas Produk

Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakter suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Abdullah dan Tantri, 2015, 44). Sedangkan, produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Abdullah dan Tantri, 2015, 153).

Menurut Kotler dan Keller (2009,180) Kualitas produk adalah keseluruhan fitur (ciri) dan sifat produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Adapun yang menyebabkan kualitas produk menjadi kurang baik ialah : Faktor kinerja (hasil), keistimewaan tambahan (feature) produk, kehandalan produk, keawetan/daya tahan Produk, kesesuaian produk, dan mudah diperbaiki.

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009, 177). Karena itu kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bagi sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggannya. Dimensi kepuasan pelanggan akan terlihat ketika pelanggan : Merasa puas, Akan selalu memakai, Akan merekomendasikan, dan Sesuai harapan pelanggan.

2. Sub Fokus Penelitian

Dari permasalahan-permasalahan yang spesifik pada kualitas produk dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan) dilihat dari sudut pandang kualitas produk dan kepuasan itu sendiri ialah :

- a. Faktor Kinerja (hasil)
- b. Keistimewahan Tambahan (*Feature*)
- c. Keandalan Produk
- d. Mudah diperbaiki
- e. Merasa puas
- f. Akan selalu memakai
- g. Akan merekomendasikan
- h. Sesuai harapan

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikembangkan sebelumnya permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk listrik pintar (parabayar) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah sesuai dengan keinginan pelanggan ?
2. Apakah pelanggan pengguna listrik pintar (prabayar) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah merasa puas dengan kualitas produk listrik pintar (prabayar) ?

1.4 Pembatasan Masalah

Kegiatan yang dilakukan dalam proses perolehan data dilakukan dengan mendapatkan langsung dari pelanggan pengguna listrik pintar (prabayar) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado. Dalam penulisan Penelitian Tugas Akhir ini, penulis membatasi pada pelanggan pengguna listrik pintar prabayar pada Rayon Paniki di Perum. Poligriya Indah 1.

1.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk listrik pintar (parabayar) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah sesuai dengan keinginan pelanggan.

- b. Untuk mengetahui apakah pelanggan pengguna listrik pintar di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado sudah merasa puas dengan kualitas produk listrik pintar (prabayar).

1.5.2 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

- a. Secara Teoritis

Peneliti mampu melakukan penelitian dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan dalam rangka pengembangan dan dukungan terhadap teori-teori yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai teori kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Politeknik Negeri Manado.

- b. Secara Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam menciptakan dan memberikan inovasi guna meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk listrik pintar (prabayar).

- c. Secara Akademis

Kiranya penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca teristimewa dosen dan mahasiswa yang ada di Jurusan Administrasi Bisnis sebagai literature tambahan dalam penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Manajemen

Menurut Robbins dan Coulter (2007, 8) manajemen adalah proses pengoordinasian kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain. Efisiensi mengacu pada memperoleh output terbesar dengan input terkecil; digambarkan sebagai “melakukan segala sesuatu secara benar.” Sedangkan efektivitas mengacu pada menyelesaikan kegiatan-kegiatan sehingga sasaran organisasi dapat tercapai; digambarkan sebagai “melakukan segala sesuatu yang benar.”

Menurut Ismail Solihin (2007, 4) manajemen dapat didefinisikan sebagai “proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien”.

Dari definisi diatas, menurut penulis manajemen adalah proses untuk mencapai sesuatu dari orang lain dan usaha individu untuk mencapai tujuan yang sama.

2.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis. Pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standar hidup (Abdullah dan Tantri, 2015, 2). Pemasaran mencakup kegiatan :

- a. Menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen;

- b. Kemudian merencanakan kemudian merencanakan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut;
- c. Dan kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.

Secara lebih formal, pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen.

Dapat dikatakan pula pemasaran adalah proses bisnis yang dinamis, sebuah proses integrasi yang menyeluruh. Pemasaran bukan bukan kegiatan tunggal atau kegiatan gabungan akan tetapi, pemasaran adalah hasil *intergrasi* dari berbagai kegiatan (Abdullah dan Tantri, 2015, 3).

Menurut Kotler dan Keller (2009, 6) Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Menurut AMA (American Marketing Association) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Dari definisi diatas, menurut penulis pemasaran adalah suatu proses untuk memperoleh apa yang diinginkan konsumen dan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan dampaknya menguntungkan untuk organisasi. Dan menurut Kotler dan keller (2009. 6) Manajemen Pemasaran sebagai seni dan

ilmu memilih sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Tujuan pemasaran sendiri adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa hingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri

2.3 Konsep Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008, 93) “kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefit) bagi pelanggan. Pada hakekatnya seseorang membeli produk bukan hanya sekedar ingin memiliki produk. Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakter suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Abdullah dan Tantri, 2015, 44).

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 2008, 95). Sedangkan secara konseptual, produk adalah pemahaman dari produsen atas ‘sesuatu’ yang bias ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono, 2008, 95).

Kualitas produk adalah keseluruhan fitur (ciri) dan sifat produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler dan Keller, 2009, 180).

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2010, 253).

Maka, dari uraian di atas tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang saling berhubungan meskipun dapat memiliki definisi yang berbeda, tetapi produk pada intinya memiliki suatu spesifikasi terhadap suatu barang dan jasa yang dapat menimbulkan kepuasan yang memenuhi atau melebihi harapan bagi konsumen yang menggunakannya.

Banyak klasifikasi produk yang dikemukakan ahli pemasaran, diantaranya pendapat yang dikemukakan oleh Tjiptono (2008, 98), produk dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu :

a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.

b. Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

2.3.1 Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar)

Apa yang dimaksud dengan listrik prabayar

Pengertian Sistem Prabayar adalah cara pembelian tenaga listrik dimana pelanggan membayar dimuka baru menikmati tenaga listrik. Besar energi listrik yang telah dibeli oleh pelanggan dimasukkan ke dalam Meteran Prabayar (MPB) yang terpasang di lokasi pelanggan melalui sistem 'token' atau stroom.

Karena listrik Prabayar merupakan produk inovasi dari PT. PLN (Persero), seperti halnya pengisian pulsa isi ulang pada telepon seluler, maka pada sistem listrik Prabayar, pelanggan juga terlebih dahulu membeli token (voucher listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor yang bisa diperoleh melalui gerai ATM sejumlah bank atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online. Lalu, 20 digit nomor token tadi dimasukkan (diinput) ke dalam kwh (killo watt hours) Meter khusus yang disebut dengan Meter Prabayar dengan bantuan keypad yang sudah tersedia di meter prabayar. Nantinya, lewat layar yang ada di meter prabayar akan tersajikan sejumlah informasi penting yang langsung bisa diketahui dan dibaca oleh pelanggan terkait dengan penggunaan listriknya, seperti berikut ini :

1. Informasi jumlah energi listrik (kWH) yang dimasukkan (diinput).
2. Jumlah energi listrik (kWH)) yang sudah terpakai selama ini
3. Jumlah energi listrik yang sedang terpakai saat ini (real time)
4. Jumlah energi listrik yang masih tersisa

Token atau “Stroom” adalah kode (20 digit) yang dimasukan ke Meteran Listrik Prabayar, sehingga dapat menyalurkan sejumlah listrik (kWh) ke instalasi pelanggan. Terdiri dari unsur kWh, PPn, PPj, biaya administrasi, materai. Sedangkan untuk pilihan nilai (ribuan) dapat diperoleh dengan melakukan pembelian mulai dari 20, 50, 100, 250, 500 dan 1 juta rupiah serta tidak memiliki kadaluarsa.

Dari latar belakang sebelumnya diatas dapat dilihat latar belakang pencetus adanya listrik prabayar ini lebih ke pada adanya kesalahan-kesalahan dan pelanggaran yang terjadi karena mekanisme dan sistem dari listrik pascabayar.

Terdapat perbedaan yang saling berkebalikan antara listrik Prabayar dan listrik Pascabayar PT. PLN (Persero) ini. Untuk melihat lebih jelas perbandingan sistem Prabayar dan sistem pascabayar dapat terlihat lewat table berikut ini :

Tabel 1.
Komparasi sistem prabayar dan sistem pascabayar

No.	Sistem Prabayar	Sistem Paskabayar
1.	Menerima uang sebelum energi listrik dikonsumsi pelanggan	Menerima uang setelah energi listrik dikonsumsi pelanggan
2.	Tidak ada pencatatan meter sehingga sumber susut dan keluhan dapat diminimalisasi atau dihilangkan	Memerlukan pencatatan meter yang memerlukan biaya. Pencatatan meter yang tidak akurat dapat menjadi sumber susut atau keluhan Pelanggan
3.	Tidak ada pemutusan aliran listrik karena tidak ada pembayaran rekening bulanan	Pelanggan yang tidak membayar rekening bulanan setelah waktu tertentu, dilakukan pemutusan penyambungan
4.	Tidak dikenakan denda keterlambatan, karena pembayaran dilakukan sebelum energi listrik dikonsumsi	Pelanggan yang terlambat membayar rekening bulanan dikenakan denda keterlambatan
5.	Pelanggan tidak dikenakan Uang Jaminan Pelanggan (UJL) pada saat melakukan Penyambungan Baru	Pelanggan membayar Uang Jaminan Pelanggan (UJL) pada saat melakukan Penyambungan Baru
6.	Dalam menghitung energi listrik yang dikonsumsi tidak memperhitungkan biaya beban	Rekening bulanan memperhitungkan biaya beban
7.	Mengendalikan sendiri pemakaian, sesuai dengan stroom yang tersedia	Pelanggan kurang dapat mengendalikan pemakaian tenaga listrik karena tidak terkait dengan jumlah stroom yang tersedia

Sumber : Data Perusahaan

Dalam mengkampanyekan inovasi listrik Prabayar ini PT. PLN (Persero) melakukan riset untuk menentukan kata kunci serta *tagline* yang tepat dan sesuai dengan layanan listrik Prabayar. Dari beberapa alternatif ide *tagline* yang ada didapatkan satu alternatif *tagline* yang dapat mewakili layanan listrik Prabayar secara tepat yakni “*Hemat Energi, Selamatkan Bumi*” .

PT. PLN (Persero) juga melakukan riset untuk penetapan nama merek listrik Prabayar dengan merekomendasikan nama merek yang sesuai serta mencerminkan fungsi listrik Prabayar secara tepat. Maka ditentukanlah “KENDALI” sebagai nama merek. Berdasarkan hal itu, kemudian direkomendasikanlah sebuah logo / brand identity yang cocok dengan karakter & konsep “KENDALI”. Logo yang direkomendasikan memiliki beberapa filosofi simbol yang sesuai dengan konsep listrik Prabayar sebagai berikut :

Gambar 1
Filosofi symbol logo “KENDALI”



Sumber : Data Perusahaan

Selain merek “KENDALI”, diperlukan sebuah simbol untuk kampanye yang sesuai dengan “Go Green” yang berkonsep emosional & spiritual. Beberapa konsep awal simbol emosional dan spiritual dari listrik Prabayar ini tergambar lewat simbol-simbol berikut :

Gambar 2.
Konsep Awal Simbol Emosional & Spiritual Listrik Prabayar



Sumber : Data Perusahaan

2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, 1996 (dalam Tjiptono, 2008, 34) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa meliputi kotak saran yang diletakan pada tempat-tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain. Alur informasi yang diperoleh melalui metode ini

memberikan banyak gagasan, ide-ide baru, masukan yang baik dan berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan untuk dapat bergerak, bereaksi lebih cepat dan tanggap untuk menyesuaikan masalah yang timbul.

2. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan yang *responsive* dalam mengukur kepuasan pelanggan dengan mengandalkan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan (kuesioner) atau menelepon suatu kelompok acak dari pembeli untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Perusahaan juga menanyakan pendapat pembeli terhadap kinerja saingannya. Sehingga diharapkan melalui metode ini, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli dari produk perusahaan dan pesaing, kemudian melaporkan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk tersebut. *Ghost shopper* juga mengamati cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan, menjawab pertanyaan dan menanggapi keluhan pelanggan.

4. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan dapat mengambil/menyempurnakan kebijakan selanjutnya.

2.4.1 Macam-Macam Kepuasan Pelanggan

Macam-macam kepuasan pelanggan menurut Umar (2005, 66) terdiri dari dua macam :

- a. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan.
- b. Kepuasan psikologis, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dan produk

2.5 Tinjauan Pustaka

Tabel 2.
Penelitian Sebelumnya

Penelitian Siapa/Tahun	Topik/Judul	Konsep Penelitian dan Metode Analisis
Bekti Setiawan / 2006	Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pembelian kerupuk rambak “DWIJOYO” di desa penanggulan kec. Pegandol kab. kendal	Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kuesioner (angket) dan metode dokumentasi. Untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara kualitas produk (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).
Hilda Susanty / 2011	Pengaruh Kualitas Produk Listrik Prabayar dan Kinerja karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Kuranji	Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kuesioner (angket) dan wawancara. Untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara kualitas produk (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis
Bayu hadyanto Mulyono /2008	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perum Puri Mediterania Semarang)	Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Dalam deskriptif kuantitatif teknik analisi yang digunakan adalah dengan analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari

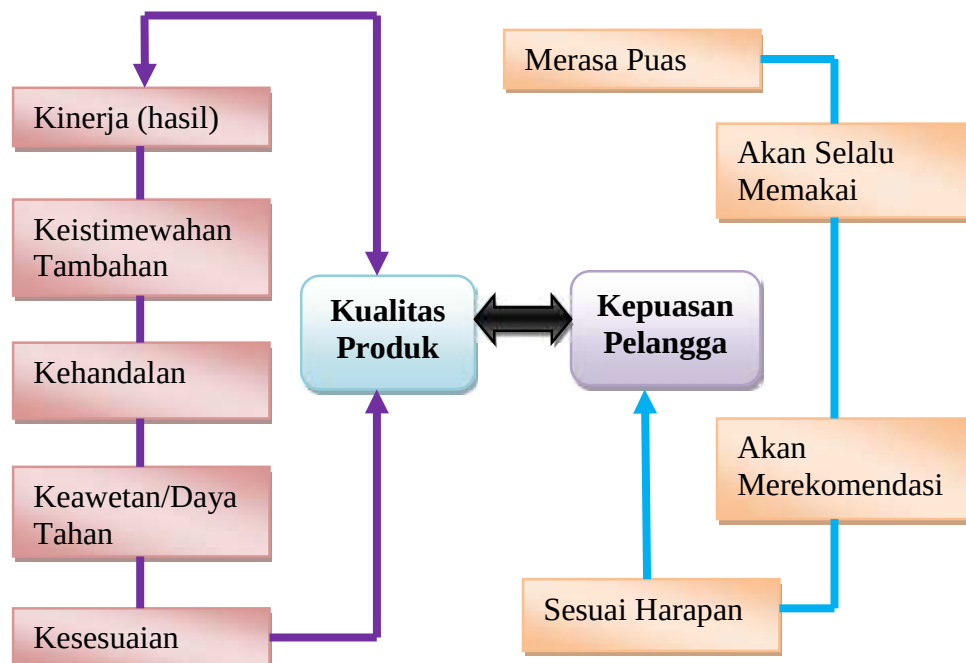
		beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen.
Akhmad Heri Herdanto / 2009	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Ponsel Nokia di WTC Surabaya.	Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian kasual dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pengaruh dari masing-masing variabel. Sedangkan penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan fakta dengan interpretasi yang tepat.

Sumber : Data Internet

2.6 Alur Pikir

Pelanggan merupakan asset yang tidak dapat ternilai bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang usaha produk atau jasa. Hal ini sebabkan karena adanya pelanggan sebagai pihak yang membutuhkan produk atau jasa tersebut.

Gambar. 3
Kerangka Pikir



Sumber : Data Olahan

Dalam menganalisa kualitas produk ada beberapa faktor pendukung diantaranya ialah kinerja (hasil) yang dimaksud adalah berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Karakteristik yang dimaksud merupakan karakteristik pokok dari produk inti yang dibeli.

Dengan keistimewahan tambahan (*fiture*) merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah keterkaitan pelanggan terhadap produk.

Kemudian kehandalan dari produk itu sendiri. Kehandalan yang dimaksud adalah bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

Daya tahan suatu produk pun patut diperhitungkan. Daya tahan berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.

Kemudian bagaimana kesesuaian produk itu sendiri. Kesesuaian yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemuka cacat pada konsumen.

Sedangkan dalam pemenuhan kepuasan pelanggan dengan kualitas produk yang ada dapat didimensikan dengan beberapa dimensi seperti merasa puas yaitu hasil kinerja yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan atau keinginan yang sudah terpenuhi. Dengan begitu pelanggan akan selalu memakai produk tersebut. Akan selalu memakai disini yakni akan terus mengkonsumsi ataupun memanfaatkan produk tersebut secara terus menerus. Selain itu, ketika pelanggan

merasa puas dengan hasil dari kualitas produk yang digunakan, sewajarnya pelanggan akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Rekomendasi disini yaitu akan memberitahukan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, atau juga diartikan sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, menganjurkan dalam hal ini untuk menggunakan produk yang dimaksud. Kepuasan pelanggan dirasakan ketika apa yang diinginkan dari sebuah produk didapat sesuai dengan harapan pelanggan. Sesuai harapan adalah bentuk dasar dari kepercayaan akan sesuatu yang hakekatnya harapan itu keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

2.7 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut: *Diduga dapat dianalisa bagaimana Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (Keinginan Pelanggan) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado.*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat diadakannya penelitian ini adalah PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo Area Manado. Waktu penelitian ini dirancang selama 6 (enam) bulan, mulai dari bulan Februari 09 – 19 Agustus 2015. Mulai dari observasi awal, pengajuan judul penelitian, pengumpulan data, penyusunan proposal Tugas Akhir, seminar proposal Tugas Akhir, penelitian lapangan dan sidang Tugas Akhir.

Tabel 3. Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2015							
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Observasi Awal								
Pengajuan judul								
Pengumpulan Data								
Penyusunan Proposal								
Seminar Proposal								
Penelitian Lapangan								
Sidang Tugas Akhir								

Sumber : Data Olahan

3.2 Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian studi kasus mengenai kualitas produk listrik pintar prabayar dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan) adalah sebagai

penelitian yang rinci tentang bagaimana kualitas produk listrik pintar (prabayar) itu sendiri bagaimana kinerja listrik pintar, keistimewahan tambahan (feature) dari listrik pintar, kehandalan listrik pintar, keawetan/daya tahan listrik pintar, dan kesesuaian listrik pintar. Dengan demikian penulis hendak mengungkapkan keseluruhan yang terintergrasi, bagaimana kualitas listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan pelanggan) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado khususnya di Rayon Paniki pada perum poligriya indah 1. Berdasarkan permasalahan ini penulis berhak melakukan pengolahan data secara empiris untuk memberi deskripsi dan penjelasannya yang kritis dan memadai untuk memperkuat penelitian yang dilakukan mengenai analisis kualitas produk listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan pelanggan).

3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan cara mendeskripsikan dan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.3.1 Jenis Data

Data merupakan keterangan – keterangan yang diperlukan dari suatu penelitian, dimana data tersebut diperlukan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi dan selanjutnya mencari alternatif yang sesuai dengan permasalahannya. Sumber data, tempat dimana kita mendapatkan data.

Menurut Simbolon (2009, 2) data adalah keterangan atau fakta yang dapat menerangkan. Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu :

1. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data berupa :
 - a. Observasi
 - b. Wawancara
 - c. Dokumentasi
2. Data sekunder adalah merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data seperti data yang diperoleh dari perusahaan data – data tambahan atau dari sumber – sumber terkait seperti literatur, studi pustaka, referensi dan internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi sebagai pengamatan atas perilaku manusia, atau lingkungan alam, budaya, keyakinan yang memiliki dampak kepada kehidupan manusia (Indrawan dan Yaniawati, 2014, 134)

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat mendalam. Wawancara mendalam adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapat informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber (informasi atau informasi kunci) untuk mendapat informasi yang mendalam (Indrawan dan Yaniawati, 2014, 136)

3. Dokumentasi

Dokumentasi diartikan sebagai upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan/gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti (Indrawan dan Yaniawati. 2014, 139).

Kisi-kisi dalam wawancara tidak terstruktur ialah berupa pokok-pokok penelitian seperti berikut :

- a. Kinerja (hasil) dari listrik pintar (prabayar) yang dirasakan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Paniki
- b. Sejauh mana pengetahuan mengenai keistimewahan tambahan listrik pintar (prabayar) yang dimiliki pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Paniki
- c. Tanggapan pelanggan mengenai kehandalan listrik pintar (prabayar) yang dimiliki
- d. Daya Tahan listrik pintar (prabayar) yang dimiliki pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Paniki
- e. Kesesuaian listrik pintar (prabayar) dengan anggaran belanja milik pelanggan
- f. Kepuasan pelanggan dengan kualitas listrik pintar (prabayar)
- g. Keinginan pelanggan untuk selalu memakai listrik pintar (prabayar)
- h. Merekomendasikan listrik pintar (prabayar) pada pihak lain yang belum menggunakan atau yang belum bermutasi ke listrik pintar (prabayar)
- i. Kualitas listrik pintar (prabayar) sesuai dengan harapan pelanggan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2007, 115). Populasi pengguna listrik sebanyak 116 rumah yang keseluruhannya merupakan pelanggan listrik pascabayar dan listrik Prabayar. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan pengguna listrik Prabayar pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo Area Manado, pada Rayon Paniki di Perum. Poligriya Indah 1 yang berjumlah 15 rumah.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2007, 116). Yang menjadi sampel adalah merupakan pelanggan PT. PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo Area Manado, pada Rayon Paniki di Perum. Poligriya Indah 1 sebanyak 11 rumah. Sampel dalam penelitian ini merupakan populasi yang diambil sebanyak 11 rumah dari pelanggan pengguna listrik Prabayar sebanyak 15 rumah, 73 % dari total rumah pengguna listrik Prabayar.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007, 58). Variabel penelitian,

dalam penelitian ini disebut fokus penelitian, ada dua variabel, yaitu : kualitas produk listrik pintar (prabayar) dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, variable-variabel penelitian dijabarkan kedalam sub-variabel atau bagian dari variabel.

a. Variabel Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009,180) Kualitas produk adalah keseluruhan fitur (ciri) dan sifat produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Adapun yang menyebabkan sub-variabel kualitas produk ialah : Faktor kinerja (hasil), keistimewaan tambahan (feature) produk , kehandalan produk, keawetan/daya tahan Produk, dan kesesuaian produk.

b. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009, 177). Karena itu kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bagi sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggannya. Sub-Variabel kepuasan pelanggan ialah : Merasa puas, Akan selalu memakai, Akan merekomendasikan, dan Sesuai harapan pelanggan.

3.5.2 Skala Pengukuran

Dalam hal ini peneliti menggunakan uji kredibilitas dengan jenis teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi teknik pengumpulan data. Teknik ini untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

berbesa (Sugiyono, 2005, 127). Data diperoleh dengan wawancara, dicek dengan observasi dan dokumentasi. Kemudian dilakukan pengujian transferabilitas atau merupakan validasi eksternal dalam penelitian kualitatif. Validasi eksternal menunjukan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian kepopulasi dimana sampel itu diambil. Dengan triangulasi teknik cara yang ditempuh untuk pengujian validasi adalah sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang yang memiliki latar belakang berlainan
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berlainan

3.6 Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis setuju dengan yang diungkapkan Miles dan Huberman (dalam Afrizal 2015,178) analisis data penelitian kualitatif dibagi dalam tiga tahap, yaitu kodifikasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi dalam bentuk tabulasi. Tahap kodifikasi data merupakan pengkodean terhadap data. Hal yang dimaksud adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Kemudian tahap penyajian data

adalah sebuah tahapan lanjut analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan dalam bentuk tabulasi. Dan tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahapan lanjutan di mana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah PT. PLN (Persero)

Berawal di akhir abad ke-19, perkembangan ketenagalistrikan di Indonesia mulai ditingkatkan saat beberapa perusahaan asal Belanda yang bergerak di bidang pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit listrik untuk keperluan sendiri.

Antara tahun 1942-1945 terjadi peralihan pengelolaan perusahaan-perusahaan Belanda tersebut oleh Jepang, setelah Belanda menyerah kepada pasukan tentara Jepang di awal Perang Dunia II.

Prosedur peralihan kekuasaan kembali terjadi di akhir perang dunia II pada agustus 1945, saat Jepang menyerah kepada sekutu. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pemuda dan buruh listrik melalui delegasi buruh/pegawai listrik dan gas yang bersama-sama dengan pimpinan KNI pusat berinisiatif menghadap presiden Soekarno untuk menyerahkan perusahaan-perusahaan tersebut kepada pemerintah Republik Indonesia. Pada 27 Oktober 1945, presiden Soekarno membentuk jawatan Listrik dan Gas di bawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga dengan kapasitas pembangkitan tenaga listrik sebesar 157,5 MW.

Pada tanggal 1 Januari 1961, jawatan listrik dan gas di ubah menjadi BPU-PLN (Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara) yang bergerak di bidang listrik dan gas yang dibubarkan pada tanggal 1 Januari 1965. Pada saat yang sama 2 (dua) perusahaan negara yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN)

sebagai pengelola tenaga listrik milik negara dan Perusahaan Gas Negara (PGN) sebagai pengelolah gas diresmikan.

Pada tahun 1972, sesuai dengan peraturan pemerintah No.17 status Perusahaan Listrik Neraga (PLN) ditetapkan sebagai perusahaan umum listrik negara dan sebagai pemegang Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum.

Seiring dengan kebijakan pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari perusahaan umum menjadi perusahaan perseroan (persero) dan juga sebagai PKUK dalam, menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.

Sejarah ketenagalistrikan di indonesia mengalami pasang surut. Sejalan dengan pasang surutnya perjuangan bangsa. Tanggal 27 Oktober 1945 kemudian dikenal sebagai hari listrik dan gas, hari tersebut telah diperingati untuk pertama kali pada tanggal 27 oktober 1946 bertempat di gedung Badan Pekerja Komite Nasional Indonesia (BPKNI) Jogjakarta.

Penetapan secara resmi tanggal 27 Oktober 1945 sebagai hari listrik dan gas berdasarkan keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan tenaga no 29 tahun 1960.No.235/KPTS/1975 tanggal 30 september 1975 peringatan hari listrik dan nilai-nilai listrik, maka berdasarkan keputusan menteri pertambangan dan Energi No.1134.K/43/MPE/1992 tanggal 31 Agustus 1992, yang ditetapkan tanggal 27 Oktober sebagai hari listrik nasional.

4.2 Sejarah Singkat PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado

Dalam dunia pedistrikan di wilayah Utara telah di mulai sebelum perang dunia ke II, di mana pada saat itu perusahaan-perusahaan listrik yang ada terlihat dari :

- 1) NIGEM (*Nederlandse Indischw Gas Electriche Maatsscpapy*) perusahaan ini mempunyai wilayah kerja di Manado dan beroperasi sejak Tahun 1972.
- 2) ANIEM (*Algumen Nederlandse Insche Elestriche Meetsscpapy*) usaha pelistrikan yang di mulai sejak tahun 1963 yang wilayah kerjanya bertempat di Gorontalo dan sekitarnya.
- 3) *Nippon Hatsuden Kabuisui* perusahaan ini berorientasi sejak Jepang menduduki Indonesia dan merupakan lanjutan dari perusahaan Listrik NIGEM yang beroperasi sejak tahun 1942 sampai tahun 1945.
- 4) OGEM (*Overzeese Gas Electrice Maatsscpapy*) perusahaan ini memiliki wilayah kerja di wilayah Minahasa dan Manado. Usaha ini dimulai tahun 1945 dan memproduksi 4.627 MWH sampai tahun 1949.

PLTA (Pembangkitan Listrik Tenaga Air) Tonsea lama ini di bangun sejak penuduk jepang, namun pekerjaan hanya dapat di selesaikan 60%, lalu dilanjutkan dengan sebuah jabatan pemerintah India Belanda bernama “*S Lands Waterkracht Bedryven*” atau pembagunan Tanah Air Pemerintah dan selesai pada tahun 1951 dan memiliki daya bangkit sebesar 4.440 (sekarang PLTA Tonsea lama). Tenaga listrik yang di bangkitkan perusahaan indonesia di jual kepada OGEM. Produk energi listrik hingga tahun 1952 sebesar 6.830 MWH dan jaringan distribusinya menggunakan kabel bawah tanah tegangan 15 KW dan telah melayani kota

Manado, Kawangkoan, Airmandidi dan Kema. Pejabat PLTA Tonsea lama adalah C.P Koraak sedangkan Pejabat kepala OGEM bangsa Indonesia yang pertama ialah J. Runtuwailan.

Dengan pengeluaran UU No. 19 PRP , perusahaan-perusahaan listrik di alihkan sebagai Perusahaan Listrik Negara (PLN), perusahaan listrik tersebut di pimpin dewan direktur, kemudian dengan keputusan dewan direktur No.018/DP-LP/60 di bentuklah organisasi-organisasi sektor pembangkitan Minahasa dengan Kepala sektor . PT. PLN (Persero), milik 7 Area 1 sektor Minahasa dan 1 AP2B sistem Minahasa, 7 area tersebut antara lain :

- 1) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado
- 2) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Palu
- 3) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Gorontalo
- 4) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Kotamobagu
- 5) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Tahuna
- 6) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Luwuk
- 7) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Toli-toli
- 8) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Sektor Minahasa
- 9) PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area AP2B (Area Pelayanan dan Pengaturan Beban) Sistem Minahasa

PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado tempatnya berlokasi di Jl. Ahmad Yani No. 32 Sario (Depan lapangan koni), Manado Sulawesi Utara. PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado ialah perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dalam bentuk pelayanan jasa. PT. PLN (Persero) Area

Manado melayani pelanggan hingga ke seluruh pelosok daerah di wilayah kota Manado.

Gambar 4. Bangunan Kantor



Sumber : Data perusahaan

Wilayah kerja PT. PLN (Persero) Area Manado meliputi 11 (sebelas) Rayon yang ada di wilayah Sulawesi Utara yaitu sebagai berikut :

- 1) Rayon Airmandidi
- 2) Rayon Amurang
- 3) Rayon Bitung
- 4) Rayon Kawangkoan
- 5) Rayon Manado Utara
- 6) Rayon Motoling
- 7) Rayon Paniki
- 8) Rayon Ratahan
- 9) Rayon Tomohon
- 10) Rayon Tondano
- 11) Rayon Manado Selatan

PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado memiliki 8 PLTD (Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel) yang ada di pulau-pulau Wilayah Sulawesi Utara yang bertugas untuk menyalurkan BBM ke pulau-pulau terkecil, 8 PLTD tersebut diantara :

- 1) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Papusungan
- 2) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Manado Tua
- 3) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Bunaken
- 4) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Nain
- 5) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Gangga
- 6) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Mantehage
- 7) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Bangka
- 8) Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Talise

4.3 Visi, Misi, dan Motto

4.3.1 Visi

PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado mempunyai Visi yaitu perusahaan dapat di akui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang, unggul dan terpercaya dengan bertumbu pada potensi instansi.

Ciri Perusahaan Kelas Dunia antara lain :

- 1) Merupakan barometer standar kualitas pelayan dunia.
- 2) Memiliki cakrawalan pemikiran yang mutakhir.
- 3) Terdepan dalam pemanfaatan teknologi.
 - a. Haus akan kesempurnaan kerja dan perilaku.
 - b. Merupakan perusahaan idaman bagi pencari kerja.

Tumbuh Kembang antara lain.

- 1) Mampu mengantisipasi berbagai peluang dan tantangan usaha.
- 2) Konsisten dalam pengembangan standar kinerja.
- 3) Unggul antara lain.
- 4) Terbaik, terkemuka dan mutakhir dalam bisnis kelistrikan.
- 5) Fokus dalam usaha mengoptimalkan potensi insani.
- 6) Peningkatan kualitas input, proses dan output produk dan jasa pelayanan secara berkesinambungan.

Terpercaya antara lain :

- 1) Memegang teguh etika bisnis.
- 2) Konsisten memenuhi standar layanan yang dijanjikan.
- 3) Menjadi perusahaan favorit para pihak yang berkepentingan.

Potensi Insani antara lain :

- 1) Berorientasi pada pemenuhan standar etika dan kualitas.
- 2) Kompeten , profesional dan berpegalaman.

4.3.2 Misi

Sehubungan dengan visi di atas maka PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado memiliki misi yaitu sebagai berikut :

- 1) Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
- 2) Menjadi tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- 3) Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.

- 4) Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

4.3.3 Moto

Secara umum PT. PLN (Persero) memiliki motto yaitu “ Electricity For A Better Life” (Listrik untuk kehidupan yang lebih baik).

4.4. Lambang atau Logo Perusahaan

Gambar 5.
Logo PT. PLN (Persero)



Sumber : Data Perusahaan

a) Bentuk Lambang PT. PLN (Persero)

Bentuk , warna dan makna lambang perusahaan resmi yang digunakan adalah sesuai dengan yang tercantum pada lampiran surat keputusan direksi perusahaan umum Listrik Negara No. 031/DIR/76 Tanggal 1 Juni 1976, mengenai pembakuan perusahaan listrik negara. Lambang atau Logo PT. PLN (Persero) terdiri dari elemen-elemen sebagai berikut :

1) Bidang Persegi Panjang Vertikal

Melambangkan bahwa PT. PLN (Persero) merupakan wadah atau organisasi yang terorganisir dengan sempurna. Berwarna kuning untuk menggambarkan pencerahan, seperti yang di harapkan PT .PLN (Persero) bahwa listrik mampu menciptakan pencerahan bagi kehidupan masyarakat. Kuning juga melambangkan

semangat yang menyala-nyala yang dimiliki tiap insan yang berkarya di perusahaan ini.

Gambar 6.
Bidang Persegi Panjang Vertikal



Sumber : Data Perusahaan

2) Petir atau Kilat

Melambangkan tenaga listrik yang terkadang di dalamnya sebagai produk jasa utama yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu petir pun megartikan kerja cepat dan tepat para insan PT . PLN (Persero) dalam memberikan solusi terbaik bagi para pelanggannya. Warnanya yang merah melambangkan kedewasaan PLN sebagai perusahaan listrik pertama di indonesia dan kedinamisan dalam menghadapi tantangan perkembangan zaman.

Gambar 7.
Petir atau Kilat



Sumber : Data Perusahaan

3) Tiga Gelombang

Memiliki arti gaya rambat energi listrik yang dialirkan oleh tiga bidang usaha utama yang digeluti perusahaan yaitu pembangkitan, penyaluran dan distribusi yang seiring sejalan dengan kerja keras para insan PT .PLN (Persero) guna memberikan layanan terbaik bagi para pelanggannya. Di beri warna biru untuk menampilkan kesan konstan (sesuatu yang tepat) seperti halnya listrik yang tetap diperlukan dalam kehidupan manusia. Di samping itu biru juga melambangkan keandalan yang dimiliki insan-insan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya.

Gambar 8.
Tiga Gelombang



Sumber : Data Perusahaan

4.5 Bidang Usaha

PT PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado Rayon Manado Utara merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kelistrikan.

4.6 Sumber Daya Perusahaan

Karyawan-karyawan yang bekerja di Perusahaan Listrik Negara terdiri dari golongan karyawan tetap dan karyawan *out sourcing* (karyawan kontrak) yang rinciannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.
Penggolongan Karyawan Pada PT . PLN (Persero) Wilayah
Suluttenggo Area Manado & Rayon Tersebar

No	Golongan	Jumlah (orang)
1	Karyawan Tetap	221
2	Karyawan Out Sourcing	208
Jumlah		

Sumber : PT PLN Area Manado, 2015.

Berdasarkan tabel diatas jumlah karyawan PT PLN WILAYAH SULUTENGGGO Area Manado sebanyak 429 orang Dengan komposisi jumlah karyawan tetap 221 orang atau 52% dari total karyawan dan sisanya 48% atau 208 orang adalah karyawan *Out Sourcing* untuk tenaga kerja Administrasi, Instalatur dan CS. Pegawai *Out Sourcing* disebut juga pegawai kontrak yaitu pegawai yang bekerja sesuai dengan perjanjian kerja dengan jangka waktu tertentu.

Data karyawan tetap diatas ada data karyawan pada PT PLN (Persero) Wilayah SULUTENGGGO Area Manado sebanyak 221 orang yang terbagi atas PLN SULUTENGGGO, Area Manado, Rayon Manado Utara, Rayon Manado selatan, Rayon Paniki, Rayon Bitung, Rayon Airmadidi, Rayon Tomohon, Rayon Tondano, Rayon Kawangkoan, Rayon Ratahan, Rayon Amurang, dan Rayon Motoling.

Tabel 5.
Data Karyawan Tetap Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada PT
PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado & Rayon Tersebar.

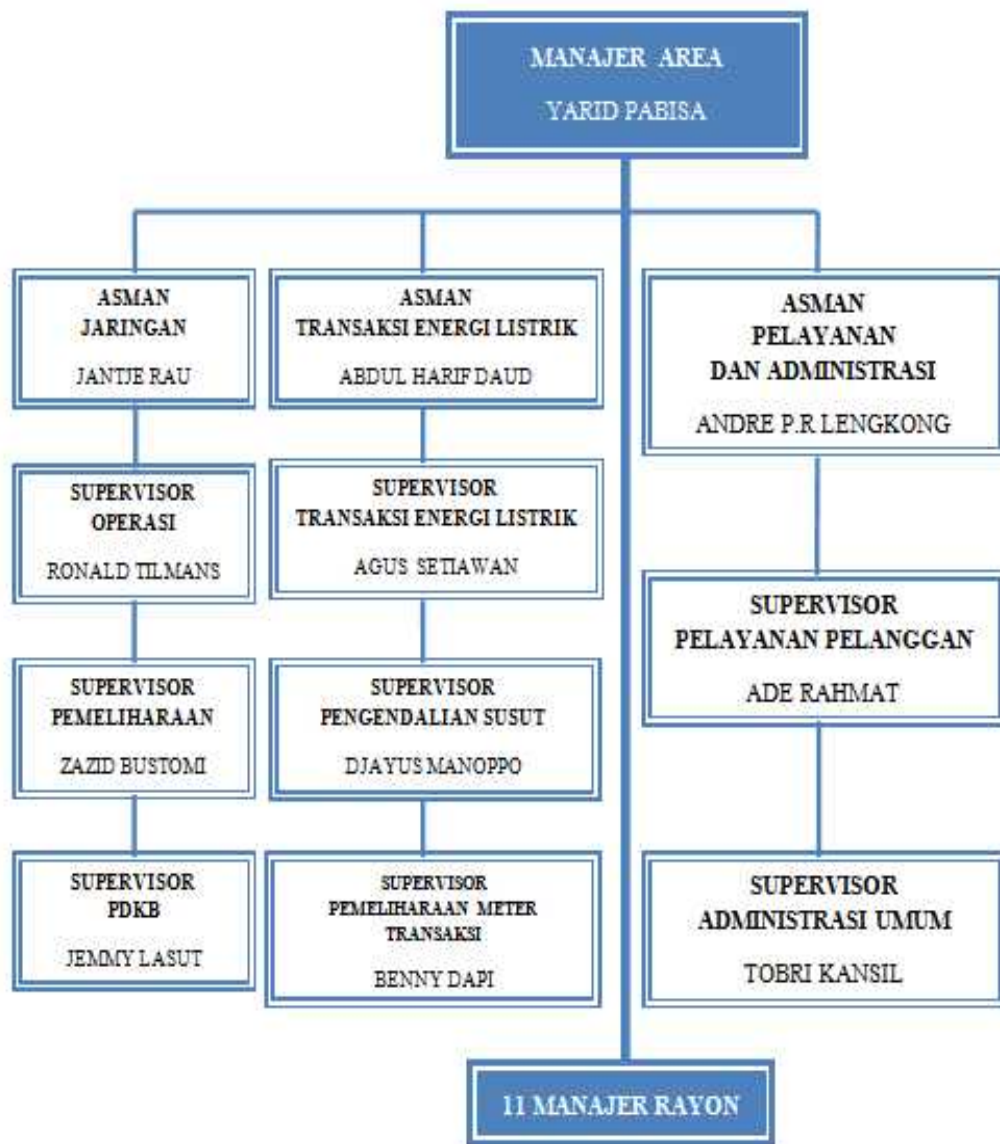
Golongan	Tingkat Pendidikan	Jumlah Karyawan
Karyawan Tetap	SD	1 Orang
	SMP	11 Orang
	SMA	151 Orang
	D3	26 Orang
	S1	30 Orang
	S2	1 Orang

Sumber : PT PLN Wilayah SULUTENGGO Area Manado, 2015.

Dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa data karyawan berdasarkan tingkat pendidikan pada PT PLN Rayon Manado Utara terbagi atas karyawan tetap dengan pendidikan SD 1 Orang, SMP 11 Orang, SMA 151 orang, D3 26 orang, S1 30 orang dan S2 1 Orang.

4.7 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar. 9
STRUKTUR ORGANISASI
PT . PLN (PERSERO) WILAYAH SULUT TENGGO AREA
MANADO



Sumber : Data Perusahaan

4.8 Deskripsi Pekerjaan

Berdasarkan bagan struktur organisasi PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado, yang terdapat beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh pemegang Jabatan dan mempunyai tanggung jawab masing-masing, sehingga deskripsi jabatan sebagai berikut:

(1) Manajer Area

Kinerja manajer area adalah pencapaian kinerja unit, optimalisasi aset dan citra perusahaan. Tugas pokok manajer area adalah memimpin unit pelaksanaan (Area) untuk mencapai kinerja unit yang telah ditetapkan, maka Manajer Area bertanggung jawab atas kinerja dari para manajer setiap rayon.

- a) Penetapan program kerja peningkatan mutu dan keadaan sistem distribusi.
- b) Penetapan standar manajemen konstruksi
- c) Penetapan kebutuhan tenaga listrik wilayah area
- d) Penetapan usulan anggaran unit
- e) Bertanggung jawab atas pencapaian target kinerja unit dibawahnya serta sumberdaya dan aset perusahaan.

(2) Asisten Manajer Jaringan.

Asisten manajer jaringan membawahi 3 supervisor sebagai berikut :

- a) Supervisor operasi
- b) Supervisor pemeliharaan
- c) Supervisor PDKB

Kinerja utama asisten manajer jaringan merupakan penekanan dan pengembangan sistem operasi distribusi, sedangkan tugas pokok adalah

mengelola fungsi perencanaan strategi pengoperasian dan pemeliharaan jaringan, serta penanganan gangguan pendistribusian tenaga kerja. Tanggung jawab utama adalah sebagai berikut :

- a) Mengusulkan rencana pengembangan sistem operasi distribusi untuk mengoptimalkan beban dan efisiensi jaringan distribusi.
- b) Bertanggung jawab atas tercapainya efisiensi operasi dan pemeliharaan aset jaringan distribusi.
- c) Bertanggung jawab atas pelaksanaan PDKB (Pekerjaan dalam keadaan bertegangan) di lingkungan area.

(3) Asisten Manajer Transaksi Energi Listrik

Asisten manajer transaksi energi listrik membawahi 3 supervisor sebagai berikut :

- a) Supervisor transaksi energi listrik.
- b) Supervisor pengendalian susut.
- c) Supervisor pemeliharaan meter transaksi.

Kinerja utama dari asisten manajer transaksi energi listrik adalah neraca listrik, penekanan susut, akurasi meter transaksi. Sedangkan dalam tugas pokoknya ialah mengusulkan kebutuhan tenaga listrik dan menjaga akurasi transaksi energi listrik sebagai monitoring terjadinya kerugian Tanggungjawab utamanya :

- a) Mengusulkan kebutuhan tenaga listrik;
- b) Bertanggung jawab atas akurasi transaksi energi listrik internal PLN dan pelanggan;
- c) Bertanggung jawab atas kegiatan pemasangan AAP (Alat pembatas dan Alat pengukur).

(4) Asisten Manajer Pelayanan dan Administrasi

Asisten manajer pelayanan dan administrasi membawahi 2 supervisor yaitu :

- a) Supervisor pelayanan pelanggan;
- b) Supervisor administrasi umum;

Kinerja utama asisten manajer pelayanan dan administrasi adalah berita acara sosialisasi dan publikasi, pelayanan dan pelanggan, TMP (Tingkat mutu pelayanan), laporan keuangan dan pengelolaan administrasi SDM.

Tugas pokok sebagai asisten manajer pelayanan dan administrasi ialah mengelolah komunikasi internal eksternal, aset pelayanan pelanggan dan sumberdaya manusia untuk pencapaian kinerja perusahaan.

Tanggung jawab utama :

- a) Mengelolah publikasi, sosialisasi dan dokumentasi melalui media komunikasi untuk mengantisipasi gangguan komunikasi yang dapat terjadi dari suatu aturan kebijakan perusahaan;
- b) Efisiensi operasi dan pemeliharaan aset pelanggan pelayanan;
- c) Optimalisasi sumberdaya manusia dan sarana kerja atau fasilitas kantor;
- d) Mengatur pelaksanaan keamanan, keselamatan kerja dan kesehatan lingkungan kerja untuk mendukung kelancaran proses operasional;
- e) Bertanggung jawab atas pengelolaan laporan keuangan

(5) Supervisor Operasi

Supervisor Operasi mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain sebagai berikut :

- a) Mengatur perencanaan operasi distribusi.

b) Menjaga lingkungan dan keseluruhan ketenagalistrikan.

c) Memberikan pelayanan teknik.

(6) Supervisor Pemeliharaan.

Supervisor Pemeliharaan mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

a) Mengawasi pemeliharaan prasarana dan saran tenaga listrik.

b) Melaksanakan pemeliharaan JTM (Jaringan Tegangan Menengah) sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sesuai dengan pedoman yang ada.

c) Memeriksa laporan pemeriksaan pekerjaan, berita acara serah terima, lampiran dokumen teknik serta rincian yang ada menyangkut dengan pelayanan pemeliharaan

d) Memeriksa bon permintaan barang kebutuhan pemeliharaan JTM (Jaringan Tegangan Menengah) sesuai dengan volume pekerjaan yang ada di SPK (Surat Perintah Kerja).

e) Melaksanakan tugas-tugas kedinas lainnya sesuai dengan kewajiban dan tanggung jawab.

(7) Supervisor PDKB (pekerjaan dalam keadaan bertengangan)

Supervisor PDKB bertanggung jawab dalam hal mengelola pekerjaan PDKB untuk meningkatkan keandalan, keamanan, mutu dan efisien jaringan distribusi dan tugas pokok dari supervisor PDKB ialah :

a) Merencanakan, Melaksanakan dan mengevaluasi pekerjaan (PDKB)

b) Mengendalikan pelaksanaan pekerjaan PDKB sesuai dengan SOP (Standard Operation Procedure).

- c) Mengusulkan surat perintah dalam keadaan bertegangan (SP2B), dan surat penunjukkan pengawasan pekerjaan dalam keadaan bertegangan (SP3B) kepada kepala operasi
 - d) Melaksanakan inventarisasi, mengusulkan pemeliharaan alat PDKB.
- (8) Supervisor TEL (Transaksi Energi Listrik).

Supervisor TEL mempunyai tugas dan wewenang atas kegiatan pemeliharaan meter transaksi untuk akurasi pengukuran pemakaian energi listrik. Tugas pokok dari supervisor TEL antara lain :

- a) Memonitori program pemeliharaan meter transaksi oleh meter rusak atau buram.
 - b) Memonitori pelaksanaan pemasangan Kwh meter dan pemeliharaan AMR.
 - c) Menyiapkan data pendukung untuk kebutuhan pemeliharaan meter transaksi.
- (9) Supervisor Pengendalian Susut.

Supervisor bertanggung jawab atas kegiatan pengendalian susut jaringan, menertipkan PJU (Penerbitan Jalan Umum) reklame liar dan pelaksana P2TL. Tugas pokok dari supervisor pengendalian susut ialah :

- a) Memonitori pelaksana penekanan susut, berkordinasi dengan rayon secara berkala.
- b) Metenakan, pelaporan perkembangan susut area dan rayon secara berkala.
- c) Melakukan updating data PJU secara berkala.
- d) Melakukan koordinasi, pengawasan hasil P2TL (Penerbitan Pemakaian Tenaga Listrik) yang telah dilakukan dengan rayon terkait.

- e) Melakukan evakuasi kinerja pihak ketiga berdasarkan SLA (Standard Level Agreement)
- f) Membuat target operasi serta memonitor pelaksanaan P2TL secara rutin.
- g) Memastikan kelengkapan P2TL sesuai aturan.
- h) Melakukan komunikasi dengan bagian terkait dan Instansi berwenang untuk pelaksanaan P2TL.
- i) Melakukan analisa dan evakuasi (ANEV) atas hasil pelaksanaan P2TL.

(10) Supervisor Pemeliharaan Meter Transaksi.

Supervisor pemeliharaan meter transaksi berwenang atas kegiatan pengendalian dan keakurat APP. Rincian tugas pokok adalah

- a) Memastikan antara data pelanggan dan APP terkait.
- b) Membuat laporan hasil berita acara pemeriksaan.
- c) Berkoordinasi dengan bagian terkait tentang kelainan APP.
- d) Memvalidasi data kelainan APP.
- e) Memeriksa pemakaian energi listrik pelanggan prabayar secara berkala.

(11) Supervisor Pelayanan Pelanggan.

Supervisor pelayanan pelanggan mempunyai tanggung jawab atas terlaksananya fungsi pelayanan pelanggan, administrasi pelanggan, pengelolaan pendapatan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan pengamanan pendapatan.

Tugas pokok dari supervisor ialah :

- a) Melaksanakan fungsi pelayanan pelanggan sesuai dengan proses bisnis
- b) Menyiapkan rencana tingkat mutu pelayanan secara periodik, menindak lanjuti pencapaian TMP.

- c) Melaksanakan kegiatan riset pasar, dan menyusun data potensi pasar dan memonitor laporan penagihan lain-lain.

(12) Supervisor Administrasi Umum

Tugas pokok dari supervisor administrasi umum ialah :

- a) Mengatur dan mengarahkan kegiatan dibidang anggaran dan keuangan yang meliputi penyusunan rencana anggaran, penetapan anggaran pendapatan dan belanja, pengolaan dana, pengasuransian dan kegiatan perpajakan;
- b) Membuat laporan berkala sesuai dengan bidangnya;
- c) Menyusun rencana kegiatan, membagi tugas, membimbing bawahan dan mengevaluasi hasil kerja bawahan;
- d) Menyusun program-program distribusi serta membuat laporan seksi pemeliharaan distribusi sebagai petanggung jawaban pelaksanaan;
- e) Mengawasi likuiditas perusahaan, mengatus keluar masuknya dana perusahaan sehingga posisi keuangan selalu terjaga dengan baik;
- f) Menghitung serta menyusun anggaran untuk biaya operasional;
- g) Melaksanakan pembukuan kas *imprest* (operasional) *dank as receipt* (pendapatan) serta membuat laporan secara periode kepada Area Manado.

Berdasarkan penjelasan dari struktur organisasi yang telah digambarkan dengan deskripdi pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing. Oleh sebab itu terkait dengan tugas dan kinerja seorang Manajer Area. Maka itu berikut akan di jelaskan daftar nama-nama Manajer Area sejak tahun 1961 hingga sekarang.

1) Bennard Nico Wenas	1961 – 1976
2) N. Ekosaputra, BEE	1977 – 1982
3) Ir. Lilik Safrudin Ismail	1982 – 1986
4) Ir. Djoewarsa Wirasenjaya	1986 – 1992
5) Ir. Djoko Muljanto	1992 – 1993
6) Ir. Ferdinand Siahaan	1993 – 1998
7) Ir. Parluhutan Samosir	1998 – 2000
8) Ir. Santoso Januwarsono	2000 – 2003
9) Ir. Herru Sumaryanto	2003 – 2006
10) Mae Politon, ST.	2006 – 2008
11) Ir. Bastian Pongajow, ST.	2008 – 2010
12) Ir. Frangky Mewengkang, MA.	2010 – 2011
13) Frans Lisi	2011 – 2013
14) Yarid Pabisa	2013 – Sekarang.

4.9 Pembahasan Temuan Penelitian

4.9.1 Temuan Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif disebut juga metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Dapat juga dikatakan, metode kualitatif yaitu metode dengan menggambarkan masalah yang terjadi didalam perusahaan dengan menggunakan metode-metode yang tepat serta mendefinisikannya agar kemudian dapat ditarik satu kesimpulan dari pembahasannya.

Sehubungan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu “Analisis Kualitas Produk Listrik Pintar (Prabayar) Dalam Menghadapi Kepuasan Pelanggan (Keinginan Pelanggan) Di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Arae Manado”, maka perlu dijelaskan mengenai kualitas produk dalam menghadapi kepuasan pelanggan sesuai dengan data yang ada, yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat.

4.9.2 Deskripsi Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado tepatnya pada Rayon Paniki di Perum. Poligriya Indah 1 dengan sampel penelitian, pelanggan pengguna listrik pintar (prabayar) yang ada di daerah tersebut. Berdasarkan data diperoleh, maka berikut ini akan menguraikan gambaran umum responden penelitian.

Responden berjumlah 11 orang yang terbagi dalam beberapa komposisi yang akan diangkat, seperti komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, komposisi responden berdasarkan tingkat pendidikan, komposisi berdasarkan penghasilan perbulan dan komposisi responden berdasarkan pengambilan keputusan untuk memakai listrik pintar.

a. Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut kita akan melihat komposisi responden berdasarkan jenis kelamin yang dilihat dari pelanggan pengguna listrik pintar (prabayar) seperti yang pada tabel di bawah ini :

Tabel 6.
Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Nomor	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Pria	6	60
2	Wanita	5	40
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 6 diatas, terlihat bahwa responden penelitian berdasarkan jenis kelamin pria berjumlah 6 orang atau 60 %, dan berdasarkan jenis kelamin wanita berjumlah 5 orang atau 40%.

b. Komposisi Respoden Berdarkan Tingkat Pendidikan

Komposisi respoden berdarkan tingkat pendidikan yang dapat dilihat berikut ini :

Tabel 7
Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Nomor	Pendidikan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	SMU/SMK	3	27,27
2	DIPLOMA	-	0
3	SARJANA	3	27,27
4	LAINNYA	5	45,45
	Jumlah	11	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Dari tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa untuk tingkat pendidikan SMU/SMK berjumlah 3 orang atau 27.27 % dari sampel yang ada, untuk tingkat pendidikan Diploma berjumlah 0 atau tidak ada , sedangkan untuk Sarjana berjumlah 3 orang atau 27,27 % dari sampel yang ada, dan untuk tingkat pendidikan Lainnya berjumlah 5 orang atau 45,45 % dari sampel yang ada.

c. Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Komposisi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini :

Tabel 8
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Nomor	Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Pegawai Negeri	-	0
2	Pegawai Suasta	3	27,27
3	BUMN	-	0
4	Wirasuasta	2	18,18
5	Lainnya	6	54,54
	Jumlah	11	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015

Dari tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa untuk responden berdasarkan pekerjaan Pegawai Negeri berjumlah 0 atau tidak ada , sedangkan untuk Pegawai Suasta berjumlah 3 orang atau 27,27 % dari sampel yang ada, untuk pekerjaan BUMN berjumlah 0 atau tidak ada, dan untuk pekerjaan wiraswasta berjumlah 2 orang atau 18,18 % dari sampel yang ada dan berdasarkan pekerjaan Lainnya berjumlah 6 orang atau 54,54 % dari sampel yang ada.

d. Komponen Responden Berdasarkan Pengaruh Dalam Pengambilan Keputusan Penggunaan Listik Pintar

Berikut ini akan dijelaskan data responden berdasarkan hal yang mempengaruhi pengambilan keputusan penggunaan listrik pintar yang dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini :

Tabel 9
Data Responden Berdasarkan Pengaruh Pengambilan Keputusan

Nomor	Pengaruh	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Iklan/Promosi	-	0
2	Keluarga	2	18,18
3	Teman/Relasi	1	9,09
4	Petugas PLN	8	72,72
	Jumlah	11	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa untuk tingkat pengaruh Iklan/Promosi berjumlah 0 atau tidak ada, untuk pengaruh Keluarga berjumlah 2 orang atau 18,18 % dari sampel yang ada , sedangkan untuk pengaruh Teman/Relasi berjumlah 1 orang atau 9,09 % dari sampel yang ada dan pengaruh Petugas PLN berjumlah 8 orang atau 72,72 % dari sampel yang ada.

4.9.3 Kualitas Listrik Pintar (Prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado

Berikut ini adalah faktor-faktor dari kualitas produk dan dimensi dari kepuasan pelanggan :

Kualitas listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado adalah bagaimana produk yang dimiliki perusahaan ini diperuntukan untuk pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan sehingga bisa memberikan dan menciptakan kepuasan pada pelanggan yang membeli dan yang mengonsumsinya.

Kualitas produk merupakan salah satu keinginan dan alasan seorang pelanggan memilih serta membeli produk tertentu. Kualitas produk menjadi alasan sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan. Dalam memberikan

kualitas produk yang sesuai dengan manfaat produk, hal ini tidak lepas dari faktor-faktor kualitas produk itu sendiri.

Faktor-faktor kualitas produk menjadi suatu standar atau tolak ukur. Adapun faktor-faktor tersebut dijadikan sebagai objek dalam menilai, dianalisis dan dievaluasi kemudian dibandingkan dengan standar keinginan ataupun yang diharapkan pelanggan. Akan tetapi, jika keinginan dan harapan pelanggan tidak ditemukan dalam produk tersebut maka kepuasan pelangganpun tidak dapat diciptakan. Kinerja ataupun hasil dari produk itu sendiri tidak terlepas dari penilaian pelanggan, bagaimana keistimewaan tambahannya, kehandalan produk tersebut, daya tahan hingga kesesuaian produk tersebut dimata pelanggan. Begitu pula dengan dimensi kepuasan pelanggan yang menggambarkan perasaan pelanggan yang merasa puas, dengan keinginan akan selalu memakai produk tersebut, bahkan merekomendasikan produk tersebut dan merasa produk tersebut sesuai dengan harapannya. Untuk mencapai hal ini, pelanggan akan melalui proses dimana pelanggan memiliki selang waktu tertentu dalam penggunaan produk tersebut dan memiliki pengalamannya dalam masa-masa tersebut dan dari itu pelanggan akan memiliki penilaiannya sendiri mengenai produk yang ia miliki. Berikut ini akan dijelaskan responden berdasarkan lama penggunaan listrik pintar (prabayar) yang dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini :

Tabel 10.
Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Satu Berapa Lama
Pelanggan Menggunakan Produk Listrik Pintar (Prabayar)

Nomor	Waktu Penggunaan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	1 s/d 2 Tahun	4	36,36
2	3 s/d 4 Tahun	7	63,63
3	> 5 Tahun	0	0
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 10 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor satu, waktu penggunaan 1 s/d 2 Tahun berjumlah 4 orang atau 36.36 %, sedangkan berdasarkan waktu penggunaan 3 s/d 4 Tahun berjumlah 7 orang atau 63,63 %, dan untuk pertanyaan waktu penggunaan > 5 Tahun berjumlah 0 atau tidak ada.

Dapat dilihat dari jawaban diatas pada umumnya pelanggan menggunakan listrik pintar (prabayar) dengan waktu penggunaan 3 s/d 4 Tahun dengan presentasi 63,63 % atau 7 responden dan waktu penggunaan 1 s/d 2 Tahun dengan prosentasi 36,36 % atau 4 responden. Untuk itu dengan selang waktu penggunaan dari responden ini, maka responden sebagai pelanggan menilai kualitas dari produk listrik pintar (prabayar) yang terpasang dimasing-masing rumah responden.

Tabel 11.
Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Dua Pengalaman
Pelanggan Selama Menggunakan Produk Listrik Pintar (Prabayar).

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Sangat Bagus	3	27,27
2	Bagus	7	63,63
3	Tidak Bagus	1	9,09
4	Sangat Tidak Bagus	0	0
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 11 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor dua, pengalaman pelanggan selama menggunakan produk listrik pintar (prabayar) Sangat Bagus berjumlah 3 orang atau 27,27 %, sedangkan menyatakan Bagus berjumlah 7 orang atau 63,63 %, yang menyatakan Tidak Bagus 1 orang atau 9.09 % dan untuk pernyataan Sangat Tidak Bagus berjumlah 0 atau tidak ada.

Dari kedua pertanyaan ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 1 pada hasil wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 :

“Bahwa sebelumnya pada saat menggunakan listrik pascabayar saya sering lupa membayar tagihan listrik dan terkena denda keterlambatan, tetapi ketika diperkenalkan oleh petugas PLN dengan listrik prabayar dan dijelaskan mengenai kelebihan listrik ini, saya melakukan mutasi ke listrik prabayar dan selama 4 tahun menggunakan saya merasa listrik ini benar-benar membantu dan mendidik saya untuk lebih memperhatikan pemakaian listrik ataupun berhemat.”

Pendapat ini juga sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 2 pada hasil wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan :

“Selama 4 tahun saya menggunakan listrik pintar tidak ada masalah yang saya hadapi tidak seperti listrik sebelumnya yang sering terjadi kesalahan catat meter akibat perkiraan yang dilakukan oleh petugas cater. Tapi dengan listrik pintar saya mengontrolnya sendiri dan terasa hemat dalam pemakaian.”

Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat dari responden ke 6 pada hasil wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Saya menggunakan listrik pintar karena disarankan oleh keluarga, dan saya pun mengganti listrik pascabayar ke listrik pintar ini. Listrik pintar lebih hemat dan praktis, selama 2 tahun penggunaan saya tidak pernah mengalami masalah dengan listrik ini.”

Tetapi hal ini tidak sejalan dengan pendapat responden ke 4 pada hasil wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Saya sudah 2 tahun menggunakan listrik pintar, tetapi berdasarkan pengalaman saya merasa repot dalam pengisian pulsanya, saya harus membeli mengisinya sendiri belum lagi harga yang saya rasa mahal dan bunyi alaramnya yang mengganggu.”

Sama halnya dengan pernyataan dari responden ke 3 pada hasil wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Dalam pembeliannya memang mudah karena sudah tersedia dimana-mana akan tetapi dari harga saya merasa mahal. Saya rasa yang saya beli dan yang dimasukan ke meteran tidak sesuai.”

Selama melakukan praktek kerja lapangan di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado, selama empat bulan yang ditempatkan pada bagian administrasi umum khususnya sekretariat, ada beberapa masalah yang terjadi dikantor baik dilapangan dengan para pelanggan. Tetapi yang menjadi perhatian penulis ialah beberapa masalah yang menjadi pengaduan pelanggan baik itu dilakukan di perusahaan atau dilapangan. Yang menjadi keluhan pelanggan yakni mengenai kualitas produk listrik dalam hal ini listrik pintar (prabayar). Pelanggan mengeluhkan ketahanan produk listrik (prabayar) karena meter listrik pintar yang

dimiliki korslet, terblokirnya listrik pintar yang dimiliki, pelanggan merasa stroom atau kwh (killo watt hours) yang dimasukan tidak sesuai dengan yang dibeli, stroom yang cepat habis dan mati tanpa peringatan atau alaram sebelumnya.

Dari hasil observasi pada saat praktek kerja lapangan maka dapat tergambar dengan jelas bahwa kualitas produk listrik pintar (prabayar) yang diberikan PT. PLN (Persero) dimata sebagian pelanggan masih belum maksimal denga adanya masalah-masalah tersebut. Maka penulispun melakukan observasi serta wawancara yang dengan pelanggan pengguna listrik pintar (prabayar) pada PT. PLN (persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado di Rayon Paniki khususnya Pelanggan pada Perum. Poligriya Indah 1.

Terkait dengan hal tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk listrik pintar (prabayar) dibentuk untuk menghadapi keinginan pelanggan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Adalah penting untuk mengetahui kesalahan ataupun kekurangan agar dapat diperbaiki ataupun dapat ditingkat kualitas yang ada agar benar-benar bisa disalurkan kemasyarakat sebagai pelanggan.

4.9.4 Analisis Kualitas produk listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan pelanggan)

Adapun analisa yang dilakukan dilapangan pada pelanggan PT. PLN (Persero) Suluttenggo Area Manado di Rayon Paniki tepatnya di Perum. Poligriya Indah 1, dapat dilihat darim jumlah data yang ada yaitu 11 responden. Maka dari 11 responden tersebut akan diuraikan jawaban-jawaban tiap sub-fokus

berisi mengenai faktor-faktor kualitas produk dan dimensi kepuasan pelanggan sebagai berikut :

A. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

1) Kinerja (Hasil)

Tabel 12.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Tiga Pendapat Mengenai Kinerja dari Produk Listrik Pintar (Prabayar).

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	3	27,27
2	Baik	6	54,54
3	Tidak Baik	2	18,18
4	Sangat Tidak Bagus	0	0
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 12 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor tiga, pendapat pelanggan mengenai kinerja dari produk listrik pintar (prabayar) Sangat Baik berjumlah 3 orang atau 27,27 %, menyatakan Baik berjumlah 6 orang atau 54,54 %, sedangkan menyatakan Tidak Baik berjumlah 2 orang atau 18,18 % dan pernyataan Sangat Tidak Baik berjumlah 0 atau tidak ada.

Kinerja (hasil) yang dimaksud adalah berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Karakteristik yang dimaksud merupakan karakteristik pokok dari produk inti yang dibeli. Bagaimana produk tersebut dalam hal ini listrik pintar (prabayar) memeberikan kinerja ataupun hasil yang dapat dilihat dan dirasakan pelanggan dalam masa penggunaan produk tersebut.

Hal ini berkaitan dengan pendapat yang disampaikan oleh responden ke 5 pada wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Kinerja dari listrik pintar ini dapat dirasakan pada saat selang waktu selama 2 tahun keluarga kami menggunakan produk ini. Hasil yang diberikan oleh produk ini dapat kami lihat dan pantau setiap hari, sejauh ini kinerja yang diberikan baik dan kami merasa nyaman karena tidak terbebani dengan rekening bulanan.”

Hal ini juga sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh responden ke 7 yang menyatakan bahwa :

“Selama 4 tahun menggunakan listrik Prabayar, kinerja yang diberikan produk listrik Prabayar dirasakan baik dan tanpa masalah”

Akan tetapi pernyataan diatas berbeda dengan pernyataan salah satu responden yang juga pengguna listrik (Prabayar) yang menyatakan bahwa kinerja listrik pintar dirasakan kurang baik, “Selama kurun waktu 2 tahun keluarga saya berahli kelistrik ini, terkadang terasa pemakaian listrik cepat habis dan boros”

Dari hasil wawancara diatas menyatakan bahwa pentingnya kinerja (hasil) dari produk listrik pintar dalam memberikan kepuasan pada pelanggan. Akan tetapi berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya dirasakan sebagian pelanggan bahwa kinerja (hasil) dari produk listrik pintar masih belum maksimal.

2) Keistimewahan Tambahan

Tabel 13.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Empat Keistimewahan Tambahan Produk Listrik Pintar (Prabayar) Yang Diketahui Pelanggan.

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Tau	8	72,72
2	Ragu-ragu	3	27,27
3	Tidak Tau	-	0
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 13 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor empat, keistimewahan tambahan produk listrik pintar (prabayar) yang diketahui pelanggan yang memeberi jawaban Tau mengenai keistimewahan tambahan listrik pintar berjumlah 8 orang atau 72,72 %, sedangkan yang menjawab Ragu-ragu berjumlah 3 orang atau 27,27 %, dan untuk yang menjawab Tidak Tau berjumlah 0 atau tidak ada.

Keistimewahan tambahan (*fiture*) merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah keterkaitan pelanggan terhadap produk. Dengan kata lain keistimewahan tambahan yang dimaksud adalah fungsi dan manfaat dari produk tersebut dalam memberikan keuntungan yang lebih dari produk pesaingnya dalam hal ini listrik pascabayar.

Hal ini seturut dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 1 yaitu :

“Tidak sama dengan listrik pascabayar, pada listrik prabayar tidak akan terkena denda keterlambatan, tidak ada istilah lupa bayar tagihan sampai ada tunggakan dan petugas PLN datang menagih atau melakukan pemutusan, tidak

terganggu dengan kehadiran petugas tersebut dan kita bias mengontrol pemakaian kita sendiri”

Hal ini juga sama dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 8 pada wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Listrik pintar tidak ada kerahasiaan, karena kita yang mengatur berapa pasokan listrik yang akan kita pakai dan mengontrol daya listrik yang kita gunakan. Kalau pada listrik prscabayar, yang pernah terjadi yaitu tagihan listrik yang tinggi dan saya rasa tagihan itu tidak sesuai dengan stroom yang telah saya gunakan. Saya tidak tau apakah benar atau tidak pencatatan meter yang dilakukan”

Pernyataan yang sama juga diutarakan oleh responden ke 2 yang menyatakan bahwa :

“Saya sebagai wiraswasta merasa listrik prabayar bisa membantu saya dalam mengontrol pemakaian listrik, dan saya dapat membeli stoom sesuai dengan dana yang saya miliki. Terkadang karna terlalu sibuk sering lupa melakukan pembayaran pada saat masih memakai listrik pascabayar, dan saya terkena denda keterlambatan. Tapi dengan listrik pintar saya tidak terkena denda dan ketika listrik mulai habis alaram pada listrik pintar akan meberitahu saya. Dan tidak ada lagi pengalaman tagihan listrik yang melonjak tiba-tiba seperti dulu.”

Tetapi hal tidak sejalan diungkapkan oleh responden ke 4 yang menyatakan bahwa :

“Saya tidak tau persis kelebihan dari listrik prabayar ini, karena alasan mengganti listrik prabayar ini karena sebelumnya saya kena pembongkaran

meteran karena menungguak selama beberapa bulan pada saat saudara saya yang menempati rumah ini. Karena sudah tidak bisa ke listrik pascabayar saya menggunakan listrik pintar ini.”

3) Keandalan

Tabel 14.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Lima Tanggapan Mengenai Keandalan Produk Listrik Pintar (Prabayar).

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Handal	6	54,54
2	Tidak Handal	3	27,27
3	Ragu-ragu	1	9,09
4	Sangat Tidak Handal	1	9,09
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 14 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor lima, tanggapan pelanggan mengenai keandalan produk listrik pintar Handal berjumlah 6 orang atau 54,54 %, yang menjawab Tidak Handal berjumlah 3 orang atau 27,27 %, sedangkan Ragu-ragu berjumlah 1 orang atau 9,09 %, dan untuk Sangat Tidak Handal berjumlah 1 orang atau 9,09 %.

Keandalan yang dimaksud adalah bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

Hal ini sesuai dengan tanggapan yang diberikan oleh responden ke 9 pada wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Sejauh ini selama 4 tahun menggunakan listrik pintar, meter Prabayar saya tidak pernah mengalami yang namanya kerusakan. Jadi menurut saya produk listrik pintar ini dapat diandalkan.

Hal ini juga sama dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 10 pada wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 yang menyatakan bahwa :

“Saya rasa produk listrik pintar ini dapat diandalkan, karena tidak mungkin perusahaan besar serupa PLN menurunkan produk yang tidak berkualitas dan tidak dapat diandalkan pelanggannya.”

Akan tetapi menurut responden ke 4 menyatakan bahwa :

“Listrik pintar ini cukup handal, kenapa saya katakan cukup karena berdasarkan yang pernah saya alami, ketidak saya menghidupkan mesin air dan beberapa mesin bersamaan mengakibatkan pemutus listrik saya jatuh berulang-ulang. Hal ini juga akan mengakibatkan kerusakan pada meteran bahkan alat elektronik saya.”

Hal yang sama pernah terjadi pada responden ke 11 pada wawancara pada tanggal 08 Agustus 2015 dengan tanggapan yang berbeda bahwa :

“Saya sempat berpikir bahwa listrik ini kurang dapat diandalkan karena kejadian pemutus meter saya yang sering jatuh dan terjadi korslet. Tetapi hal ini tidak terlepas dari kelalaian saya yang memaksakan pemakaian stroom yang mengakibatkan kelebihan beban.”

4) Daya Tahan

Tabel 15.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Enam Daya Tahan Dari Produk Listrik Pintar (Prabayar)

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Sangat Bagus	6	54,54
2	Bagus	4	36,36
3	Tidak Bagus	1	9,09
4	Sangat Tidak Bagus	0	0
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 15 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor enam, responden yang menyatakan daya tahan dari produk listrik pintar (prabayar) Sangat Bagus berjumlah 6 orang atau 54,54 %, menjawab Bagus berjumlah 4 orang atau 36,36 %, sedangkan menjawab Tidak Bagus berjumlah 1 orang atau 9,09 %, dan untuk Sangat Tidak Bagus berjumlah 0 atau tidak ada.

Daya tahan berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk. Daya tahan suatu produkpun patut diperhitungkan, karena bagi konsumen semakin lama produk itu bertahan maka semakin bagus kualitas dan kemungkinan konsumen untuk mengganti produk tersebut.

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke1 dan ke 10 bahwa :

“Sama halnya jika produk listrik prabayar dapat diandalkan maka daya tahan produk itupun akan bagus. Jika kemungkinan rusaknya kecil maka produk itu akan bertahan lama”

Hal ini tidak sejalan menurut pendapat yang disampaikan oleh responden ke 4 yang mengatakan bahwa :

“jika meteran prabayar saya sering jatuh pasti akan rusak dan saya rasa tidak akan bertahan lama”

Hal ini ditentang oleh pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 11 yang pernah mengalami hal yang sama dengan responden sebelumnya, bahwa :

“Pada dasarnya produk ini bagus dan baik begitu juga dengan daya tahannya. Tapi kembali lagi kepada saya sebagai pelanggan yang pada saat itu lalai mengakibatkan meteran saya rusak dan harus diganti.”

5) Kesesuaian

Tabel 16.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Tuju Kesesuaian Dari Produk Listrik Pintar (Prabayar)

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Sangat Sesuai	6	54,54
2	Sesuai	3	27,27
3	Tidak Sesuai	1	9,09
4	Sangat Tidak Sesuai	1	9,09
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 16 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor tuju, tanggapan responden mengenai kesesuaian dari produk listrik pintar (prabayar) Sangat Sesuai berjumlah 6 orang atau 54,54 %, untuk Sesuai berjumlah 3 orang atau 27,27 %, sedangkan menjawab Tidak Sesuai berjumlah 1 orang atau 9,09 %, dan untuk Sangat Tidak Sesuai berjumlah 1 orang atau 9,09 %.

Kesesuaian yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemuka cacat pada

konsumen. Biasanya seorang pelanggan memiliki spesifikasi tertentu yang ia inginkan ataupun yang ia harapkan dari sebuah produk yang ia beli.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh responden ke 1, yang menyatakan bahwa :

“Saya merasa senang dengan tampilan listrik pintar (prabayar) yang terlihat modern dan terlihat lebih canggih dengan cara penggunaan yang mudah dalam pembelian token dan memasukannya dalam meteran”

Sama halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh responden ke 5 yang menyatakan bahwa :

“Pembelian pulsa listriknya mudah seperti membeli pulsa HP, malah lebih mudah memasukan voucher pulsa listrik dibandingkan voucher pulsa HP. Pembelian yang mudah dan saya tidak harus mengantri membayar tagihan listrik. Tampilannya yang mini dan terlihat modern membuat suasana rumah lebih bagus.

Dari hasil wawancara diatas , dapat disimpulkan bahwa kualitas produk listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan pelanggan) ditinjau dari faktor dan dimensinya, dapat dilihat bahwa belum secara efektif kualitas produk tersebut dirasakan oleh pelanggan dalam memberikan kepuasan ataupun memenuhi keinginan pelanggan. Disimpulkan bahwa sangat penting untuk mengetahui spesifikasi keinginan pelanggan menyangkut listrik prabayar ini untuk nantinya menjadi patokan dalam pengembangan ataupun peningkatan kualitas produk listrik pintar (prabayar) demi memberikan kepuasan kepada masyarakat sebagai pelanggan.

Dengan demikian, dari hasil keseluruhan wawancara untuk variabel kualitas produk listrik pintar (prabayar) ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam kenyataannya dalam keseharian pelanggan penggunaanya belum dapat merasakan secara maksimal kualitas dari produk, itu sebabnya masih saja terdapat keluhan mengenai kualitas produk ini baik menyangkut kinerja, kehandalan dan daya tahannya sampai pada harga yang masih dianggap relatif mahal. Hal ini tentu saja akan berdampak pada ketidakpuasan pelanggan dengan apa yang diinginkan dan harapkan dari produk yang dibeli.

B. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pengetahuan mengenai kualitas produk listrik (prabayar) dimasyarakat tentu saja tidak terlepas dari informasi yang diperoleh serta hubungan yang dibangun antara PLN dengan pelanggannya. Jika informasi yang diperoleh pelanggan mengenai produk ini lebih banyak dan luas dengan menginformasikan setiap kelebihan ataupun keuntungan dari produk ini maka pelanggan akan memiliki satu pemikiran ataupun sebuah alasan untuk menggunakan ataupun beralih ke listrik ini. Karena pada kenyataannya pelanggan masih saja tidak tau secara jelas apa keuntungan yang akan mereka dapatkan dalam penggunaan produk listrik prabayar ini. Maka solusi yang diambil akan lebih tertuju pada permasalahan tersebut dalam menghadapi kepuasan pelanggan dapat ditinjau dari dimensi-dimensi berikut ini :

1) Merasa Puas

Tabel 17.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Delapan Apakah Pelanggan Merasa Puas Dengan Produk Listrik Pintar (Prabayar)

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Sangat Puas	4	36,36
2	Puas	4	36,36
3	Cukup Puas	2	18,18
5	Tidak Puas	1	9,09
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 17 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor delapan, apakah pelanggan merasa puas dengan produk listrik pintar (prabayar) Sangat Puas berjumlah 4 orang atau 36.36 %, Puas berjumlah 4 orang atau 36.36 %, sedangkan Cukup Puas berjumlah 2 orang atau 18,18 %, dan untuk Tidak Puas berjumlah 1 orang atau 9,09 %.

Merasa puas yaitu hasil kinerja yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan atau keinginan yang sudah terpenuhi.

Sesuai dengan jawaban responden ke 4 yang cukup berbeda dengan responden lainnya yang memberikan pendapat mengenai kepuasan yang ia rasakan bahwa :

“Saya merasa cukup puas, karena listrik prabayar inipun sudah membantu dalam aktivitas sehari-hari walaupun saya masih menghadapi kendala dalam penggunaannya. Dan saya tidak merasa puas dengan harga yang diberikan yang menurut saya mahal. “

Begitu juga dengan responden ke 3 menyatakan bahwa :

“Untuk saya dalam hal harga listrik pintar prabayar tidak memuaskan karena terasa lebih mahal pembayarannya dibanding listrik sebelumnya”

Dari pernyataan diatas, dapat terlihat bahwa tidak semua pelanggan pengguna listrik pintar beranggapan listrik ini dapat mempermudah pemakaian dan dapat disesuaikan dengan anggaran belanja yang dimiliki dan hal ini berimbas pada ketidakpuasan pelanggan penggunaanya.

2) Akan Selalu Memakai

Tabel 18.

**Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Sembilan
Keinginan Untuk Akan Selalu Memakai Produk Listrik Prabayar
atau Kembali Kelistriik Pascabayar.**

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Akan Selalu Memakai	8	72,72
2	Ragu-ragu	1	9,09
3	Tidak Akan Memakai	1	9,09
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan table 18 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor sembilan, keinginan untuk akan selalu memakai produk listrik prabayar atau kembali ke listrik pascabayar yang menjawab Akan Selalu Memakai berjumlah 8 orang atau 72,72 %, sedangkan Ragu-ragu berjumlah 1 orang atau 9,09 %, dan untuk Tidak Akan Memakai berjumlah 1 orang atau 9,09 %.

Akan selalu memakai disini yakni akan terus mengonsumsi ataupun memanfaatkan produk tersebut secara terus menerus. Seperti hal listrik pintar yang memiliki saingan yakni listrik pascabayar, tetapi pada kenyataanya pelanggan tidak memiliki pilihan lain selain menggunakan listrik pintar ini karena sudah ditiadakannya produk listrik pascabayar untuk daya rumah tangga. Akan

tetapi bagaimana jika pelanggan diperhadapkan dengan pilihan akan selalu memakai listrik pintar atau kembali ke listrik pascabayar, jika memang dibuka kesempatan untuk hal itu. Untuk itu alasan dari keinginan untuk tetap menggunakan ataupun memilih produk lama menjadi tolak ukur kepuasan itu sendiri.

Hal ini diungkapkan pula oleh responden ke 6 yang menyatakan bahwa :

“Kalaupun diperbolehkan untuk kembali ke listrik pascabayar, saya akan lebih memilih untuk tetap memakai listrik prabayar ini, karna sudah jelas listrik prabayar mempermudah pelanggan dalam pemakaiannya”

Hal serupa pun sama diungkapkan oleh responden ke 8 yang menyatakan bahwa :

“saya akan selalu memakai listrik prabayar karena kelebihan yang ada sangat menguntungkan dibandingkan dengan listrik pascabayar, jika listrik prabayar ini sudah baik untuk apa kembali ke listrik lama”

Tetapi pada kenyataanya pernyataan dari responden ke 3 menyatakan bahwa :

“Pengalaman dalam penggunaan listrik pintar ini selama 2 tahun terasa sama dengan listrik pascabayar dalam pemakaian setiap bulannya, walaupun dirasakan mudah dalam penggunaannya tetap saja dalam melakukan pembelian terasa merepotkan. Jika pascabayar saya hanya melakukan pembayaran sekali setiap bulannya dan tidak harus selalu membeli ketika mulai kehabisan stroom.”

Hal yang hampir sama diungkapkan oleh responden ke 4 yang menyatakan bahwa :

“Jika bisa saya memilih untuk menggunakan listrik pascabayar, karena walaupun terjadi keterlambatan listrik saya tidak akan mati secara tiba-tiba dan berbunyi alarm serta pertanda yang terkadang membuat saya merasa malu seakan saya tidak mengisi pulsa padahal masih cukup tersisa kwh listrik untuk dua hari.”

Dengan demikian dapat dilihat bahwa keinginan pelanggan untuk selalu memakai produk listrik pintar tergantung dari persepsi dan pemikiran pelanggan penerimaan kinerja dari produk tersebut. Maka disini sangat penting untuk menggambarkan serta memberikan pengertian kepada pelanggan mengenai kelebihan produk ini dibandingkan pesaingnya. Begitu juga dengan dengan sistem dan cara penggunaannya yang seharusnya disosialisasikan secara menyeluruh agar pelanggan dapat lebih memahami dan merasakan kemudahan dalam penggunaannya.

3) Akan Merekomendasikan

Tabel 19.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Sepuluh Pelanggan Merekomendasikan Produk Listrik Pintar (Prabayar) Kepada Orang Lain

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Merekomendasi	8	72,72
2	Tidak Merekomendasi	3	27,27
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 19 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor sepuluh, pelanggan merekomendasikan produk listrik pintar (prabayar) kepada orang lain berjumlah 8 orang atau 72,72 %, sedangkan yang Tidak Mekrekomendasi berjumlah 3 orang atau 27,27 %.

Rekomendasi disini yaitu akan memberitahukan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, atau juga diartikan sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, menganjurkan dalam hal ini untuk menggunakan produk listrik pintar (prabayar).

Menurut pernyataan dari responden ke 7 yang menyatakan bahwa :

“Yang saya rasakan selama 4 tahun penggunaan listrik ini adalah produk yang bagus, maka hal yang bagus ini seharusnya saya berikan juga pada orang terdekat saya terutama keluarga, maka saya merekomendasikan kekeluarga saya dikampung untuk menggunakan listrik ini dan sekarang mereka sudah memasangnya.”

Hal ini seturut dengan pendapat dari responden ke 6 yang menyatakan bahwa :

“Saya direkomendasikan oleh keluarga untuk menggunakan listrik ini, maka sayapun ikut merekomendasikan listrik pintar ini kepada keluarga saya yang lain dan teman-teman saya.”

Hal ini tidak seturut dengan pendapat yang diberikan oleh responden ke 2 yang menyatakan bahwa :

“Selama ini saya tidak melakukan rekomendasi kepada orang lain, karena saya pikir setiap orang memiliki keinginannya sendiri untuk menggunakan atau tidak menggunakan”

Begitu juga dengan responden ke 4 yang menyatakan bahwa :

“Saya tidak melakukan rekomendasi karena yang dirasakan saat ini saya merasa tidak begitu puas dengan listrik prabayar ini.”

Sewajarnya biasanya pelanggan yang merasa puas dengan produk listrik pintar prabayar melakukan rekomendasi kepada pihak lain ataupun orang lain mengenai apa yang pelanggan gunakan entah itu secara sadar atau tidak sadar tetapi akan dengan sendirinya keluar sebuah saran jika pelanggan tersebut membahas mengenai produk tersebut dengan produk pesaingnya. Karena itu sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kualitas produk tersebut.

4) Sesuai Harapan

Tabel 20.

Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Nomor Sebelas Apakah Produk Listrik Pintar (Prabayar) Sudah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Nomor	Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
1	Sangat Sesuai Harapan	4	36,36
2	Sesuai Harapan	5	45,45
3	Tidak Sesuai Harapan	1	9,09
4	Sangat Tidak Sesuai Harapan	1	9,09
	Jumlah	11	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan tabel 20 diatas, terlihat bahwa pertanyaan nomor sebelas, apakah produk listrik pintar (prabayar) sudah sesuai dengan harapan pelanggan Sangat Sesuai Harapan berjumlah 4 orang atau 36.36 %, Sesuai Harapan berjumlah 5 orang atau 45,45 %, sedangkan Tidak Sesuai Harapan 1 orang atau 9,09 %, dan untuk menjawab Sangat Tidak Sesuai Harapan 1 orang atau 9,09%.

Sesuai harapan adalah bentuk dasar dari kepercayaan akan sesuatu yang hakekatnya harapan itu keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kepuasan

pelanggan dirasakan ketika apa yang diinginkan dari sebuah produk didapat sesuai dengan harapan pelanggan.

Hal ini diungkapkan oleh responden ke 1 yang menyatakan bahwa :

“Karena tidak ada masalah dari awal pemakaian dan dengan kinerja yang baik serta kualitas produk yang baik dalam memberikan keuntungan kepada pelanggan maka saya merasa ini sudah sesuai dengan harapan”

Hal ini bertolak belakang dengan pernyataan yang disampaikan oleh responden ke 3 dan ke 4 yang menyatakan bahwa :

“Karena ada beberapa hal yang saya rasa belum sesuai dengan harapan dan keinginan saya seperti sebelumnya mengenai kehandalan maka saya pikir ini masih kurang dari harapan.”

Seharusnya ketika pelanggan merasa kualitas dari produk yang dibeli atau yang dikonsumsi baik dan sesuai dengan keinginan maka hal itu pun akan sesuai dengan harapan pelanggan yang telah terpenuhi dengan begitu dapat dinyatakan bahwa kepuasan telah diperoleh pelanggan.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sangat penting memperhatikan kualitas produk. Karena pelanggan biasanya akan melakukan sebuah penilaian terhadap produk yang digunakan, dan yang menjadi penilaian pelanggan dalam melihat bagaimana produk itu dapat menghadapi kepuasan pelanggan ataupun keinginan pelanggan dalam hal ini kualitas produk listrik pintar (prabayar). Pengalaman pelanggan dengan kinerja produk selama proses penggunaan produk tersebut tidak akan terlepas dari penilaian pelanggan mengenai kualitas yang dihasilkan. Dimana Kotler dan Keller (2009, 177)

menyatakan bahwa jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas bahkan jika kinerja melebihi harapan pelanggan akan amat puas atau senang. Memaksimalkan kualitas produk listrik prabayar sama halnya dengan memaksimalkan nilai pelanggan terhadap produk tersebut dan hal ini berarti akan membangun hubungan pelanggan jangka panjang . Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan sama halnya PT. PLN (Persero), kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, yang dikaitkan dengan pendapat para responden sehubungan dengan analisis kualitas produk listrik pintar (prabayar) dalam menghadapi kepuasan pelanggan (keinginan pelanggan) di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk listrik pintar (prabayar) di PT. PLN (persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan pelanggan pada Rayon Paniki tepatnya di Perum. Poligriya Indah 1, karena masih ada beberapa pelanggan yang merasa listrik pintar (prabayar) belum sesuai dengan keinginan.
2. Pelanggan pengguna listrik pintar di PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado pada Rayon Paniki tepatnya di Perum. Poligriya Indah 1, belum sepenuhnya merasa puas dengan kualitas produk listrik pintar (prabayar), karena masih terdapat beberapa pelanggan yang merasa belum puas dengan kualitas dari produk listrik pintar (prabayar).

5.2 Saran

1. Seharusnya PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia jasa lewat produk listrik pintarnya lebih memperhatikan apa yang menjadi keinginan pelanggan dengan produk tersebut. Perusahaan harus terus meningkatkan hubungan dan komunikasi dengan para pelanggan agar dapat mengorek informasi mengenai keinginan-keinginan pelanggan

dan juga sebaliknya perusahaan dapat memberikan informasi terhadap pelanggan mengenai keuntungan penggunaan listrik pintar serta dapat mengsosialisasikan cara pemakaian ataupun pengoprasian listrik ini.

2. Dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan tentu saja tidak terlepas dari pemenuhan keinginan serta harapan pelanggan dari produk yang dibeli dan yang digunakan. Sebaiknya perusahaan melakukan peningkatan kualitas dari produk listrik pintar (prabayar) agar dapat sesuai dengan keinginan yang dimaksud pelanggan. Selain itu untuk memberikan kepuasan pelanggan sebaiknya perusahaan memberikan pelayanan pelanggan yang maksimal dalam menghadapi keinginan serta keluhan pelanggan dan berbagai pertanyaan pelanggan mengenai permasalahan yang dihadapi seputar listrik pintar ini. Agar PT. PLN (Persero) dapat memberikan pengertian dan pemahaman menyangkut manfaat dari listrik pintar (prabayar) bagi pelanggan pengguna listrik ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri, 2015. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Afrizal, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Buchari Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Dharmmesta B., 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Alphabeta, Bandung
- Indrawan dan Yaniawati, 2014, *Metodologo Penelitian*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Kotler dan Armstrong, 2010, *Principles Of Marketing*, Pearson Education, New Jersey.
- Kotler dan Keller, 2009. *Menejemen Pemasaran*, Edisi 12 (terjemahan), Jilid 1 PT Mancana Jaya Cemerlang Jakarta Cetakan IV, Jakarta.
- Simbolon, Hotman, 2009. *Statistika*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, CV. ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 13, CV. ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV. ALFABETA, Bandung.
- Triton, Hariwijaya, 2008, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*, Tugu Publisher, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI, Yogyakarta.
- Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005.
- Herdanto, Akhmad Heri. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ponsel Nokia di WTC Surabaya*. Surabaya.

Mulyono, Bayu hadyanto. 2012. **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perum Puri Mediterania Semarang)**. Semarang.

Setiawan, Bkti, 2006. **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Semarang**. Semarang.

Setiawan, Herri. 2012. **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat pada PT. Nusantara Solar Sakti**. Palembang

Susanty, Hilda. 2011. **Pengaruh Kualitas Produk Listrik Prabayar dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Kuranji**. Sumatera.

<http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html>, diunduh pada tanggal 16 Juni 2015 pukul 17.39 Wita

<http://tesisdisertasi.blogspot.com/2010/09/pengertian-kualitas-produk.html>, diunduh pada tanggal 16 Juni 2015 pukul 17.56 Wita

<http://mulyajho.blogspot.com/2014/05/pengertian-produk-definisi-kualitas.html>, diunduh pada tanggal 16 Juni 2015 pukul 17.22 Wita

http://www.kompasiana.com/hadi_santa/kualitas-produk-vs-kepuasan-pelanggan_55008503a333115b73511120, diunduh pada tanggal 16 Juni pukul 17.54 Wita

<http://www.pln.co.id>, diunduh pada tanggal 16 Juni pukul 13.57 Wita