

**ANALISIS PERBANDINGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN LISTRIK PRABAYAR DAN  
LISTRIK PASCABAYAR PT. PLN (Persero)**

(Studi Kasus di PT. PLN (Persero) Kecamatan Tanggul, Jember)

*Oleh :*

**BAGUS MAULANA FARANDIKA**

*Pembimbing :*

**Dr. Anwar M.Sc, Haris Hermawan SE.MM**

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Email : [Farandikamaulana@gmail.com](mailto:Farandikamaulana@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Researchers are free to provide research instructions to people who are found and willing to be respondents, the use of prepaid and postpaid listrik amounted to 100 respondents with the number of prepaid electricity users by 50 respondents and postpaid electricity users by 50 respondents. Sampling for this study is carried out based on consumers of this research is descriptive quantitative. Because it uses a quantitative approach, the data is presented in the form of frequency tables, the analysis and application of the data carried out in this study is to use the Paired Sample T-Test analysis. To observe the comparison of prepaid electricity and postpaid electricity. The choice of the model depends on data analysis carried out using the help of the SPSS software program.*

**Keywords: Comparison, Consumer Satisfaction**

**ABSTRAK**

Peneliti bebas memberikan petunjuk-petunjuk penelitian pada orang yang dijumpai dan bersedia menjadi responden, penggunaan listrik prabayar dan pascabayar berjumlah 100 responden dengan jumlah pengguna listrik prabayar sebesar 50 responden dan pengguna listrik pascabayar sebesar 50 responden. Pengambilan sampel untuk penelitian ini yaitu dilakukan berdasarkan konsumen penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Karena menggunakan pendekatan kuantitatif, Data disajikan dalam bentuk tabel-tabel frekuensi maka analisis dan penerapan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis Paired Sample T-Test (Uji Beda). Untuk mengamati perbandingan listrik prabayar dan listrik pascabayar. Pemilihan model bergantung dengan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program software SPSS.

**Kata Kunci : Perbandingan, Kepuasan Konsumen**

## 1. Latar Belakang

Energi listrik merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting bagi kehidupan manusia, dimana semua aktifitas manusia berhubungan dengan energi listrik. Sering dengan dengan pertumbuhan ekonomi dan tingkat populasi penduduk Indonesia yang semakin tinggi maka permintaan akan tenaga listrik semakin meningkat. Listrik sebagai sumber kehidupan masyarakat selain berfungsi sebagai penerangan, juga berfungsi sebagai energi dalam mengembangkan segala usaha dan aktifitas sehari-hari. Kebutuhan akan tenaga listrik dari pelanggan selalu bertambah dari waktu ke waktu. Untuk tetap dapat melayani kebutuhan listrik dari para konsumen, maka sistem pelayanan tenaga listrik haruslah dikembangkan seiring dengan kenaikan kebutuhan akan tenaga listrik.

Berdasarkan IKM Unit Instansi Pemerintah adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparaturan penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya. Hingga tahun 2007, sistem yang digunakan PT PLN (Persero) dalam memenuhi kebutuhan konsumen adalah sistem pascabayar, yaitu pelanggan terlebih dahulu dapat menggunakan energi listrik kemudian membayar tagihan secara tunai sesuai dengan pemakaian listrik yang telah digunakan. Adanya beberapa permasalahan dan keluhan dari masyarakat mengenai penggunaan listrik pascabayar berupa keterlambatan pembayaran, kesalahan pencatatan meter dan tagihan yang tidak menentu, PT PLN (Persero) mengembangkan suatu program yang bertujuan untuk meminimalisir atau menghilangkan keluhan masyarakat serta mengoptimalkan konsumsi listrik dengan penggunaan program listrik Prabayar, yaitu konsumen membeli voucher listrik sejumlah nominal yang sesuai dengan kebutuhan. Kode yang tertera pada voucher (token) dimasukkan ke meter listrik Prabayar sehingga dapat menyalurkan sejumlah listrik (KWh) tertentu ke instalasi pelanggan.

Tabel 1. Jumlah konsumen program listrik pascabayar dan Prabayar di area Tanggul

Tahun	Program Listrik	
	pascabayar	Prabayar
2014	182.993	89.037
2015	176.692	117.367
2016	171.303	146.674

Sumber : PT.PLN (Persero) cabang Tanggul Jember

Tujuan dikembangkan program listrik Prabayar diharapkan dapat menguntungkan pelanggan karena dengan menggunakan layanan tersebut konsumen dapat mengatur pemakaian listrik dan dapat mematok anggaran biaya listrik bulanan. Untuk penggunaan listrik Prabayar dan listrik pascabayar dikenakan tarif satuan yang sama. Pengenalan terhadap program listrik Prabayar terus dilakukan oleh PT PLN (Persero). Inovasi program listrik yang diciptakan oleh PT PLN (Persero) mendapat respon baik dari para konsumen.

### ➤ Rumusan Masalah

Rumusan dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana perbandingan tingkat kepuasan konsumen listrik Prabayar dan listrik pascabayar di PT. PLN (Persero) wilayah Kecamatan Tanggul?

### ➤ Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diterangkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk membandingkan tingkat kepuasan konsumen listrik Prabayar dan listrik pascabayar di PT.PLN (Persero) wilayah Kecamatan Tanggul

## ➤ Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Manfaat Bagi Universitas : Kegunaan dari penelitian ini bagi universitas adalah sebagai referensi bagi pihak-pihak yang mencari informasi atau referensi mengenai kepuasan konsumen yang menggunakan listrik prabayar dan listrik pascabayar di wilayah kecamatan tanggul maupun kabupaten jember dan sekitarnya.
- Manfaat Bagi Perusahaan : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran ataupun masukan bagi PT. PLN (Persero) wilayah Kecamatan Tunggul, guna mengambil langkah yang tepat dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta pelayanan public
- Manfaat Bagi Penulis : Kegunaan bagi penulis, dapat menambah dan memperluas wawasan serta pengetahuan dalam penulisan karya ilmiah (skripsi) terkait masalah yang diteliti, serta dalam menempuh tugas akhir bagi peneliti mendapatkan gelar sarjana (S1)

## 2. Tinjauan Pustaka

### A. Kepuasan

Kepuasan konsumen yaitu respon atau tanggapan yang di berikan para konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk ataupun jasa, sehingga para konsumen memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi. Selain itu kepuasan konsumen juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis baik yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun jasa. Kepuasan konsumen adalah sesuatu yang semestinya diharapkan oleh perusahaan.

#### a) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu produk manufaktur, antara lain :

- Kinerja (performance) karakteristik operasi pokok dari produksi inti (*core product*) yang dibeli, misalnya tingkat kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah konsumen yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi.
- Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal di pakai misalnya sering ngadat/macet/rewel.
- Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance of specifications*) sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah sebelumnya.
- Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.
- *Sevicesbility*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah; serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum pejualan tetapi juga selama proses penjualan hingga penjualan juga mencakupi pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- Estetika yaitu tarik produksi terhadap panca indra.
- Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu ciri-ciri dari reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapkan. Biasanya karena kurangnya pengetahuan membeli akan atribut memprepsikannya kualitasnya dari aspek harga, nama merek, reputasi perusahaan maupun negara pembuatnya.

## **b) Komponen Kepuasan Konsumen**

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa ada banyak pengertian kepuasan konsumen. Menurut Giese & Cote (Jill Griffin: 2005) sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga komponen, yaitu :

- Respon : Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.
- Fokus Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi keputusan berbelanja.
- Waktu respon : Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain: setelah konsumsi, setelah pemilihan produk dan jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada beberapa lama respon kepuasan itu berakhir. They dalam Lerbin Aritonga (2005) menggolongkan lima unsur pelayanan yang memuaskan, yaitu: merata dan sama diberikan tepat pada waktunya, memenuhi jumlah yang dibutuhkan, berkesenambungan, dan selalu meningkatkan kualitas serta layanan (progreitive service). Setiap orang mengharapkan pelayanan yang unggul, yaitu suatu sikap atau cara pegawai dalam melayani pelanggan dengan puas.

## **c) Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)**

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan IKM Unit Instansi Pemerintah adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

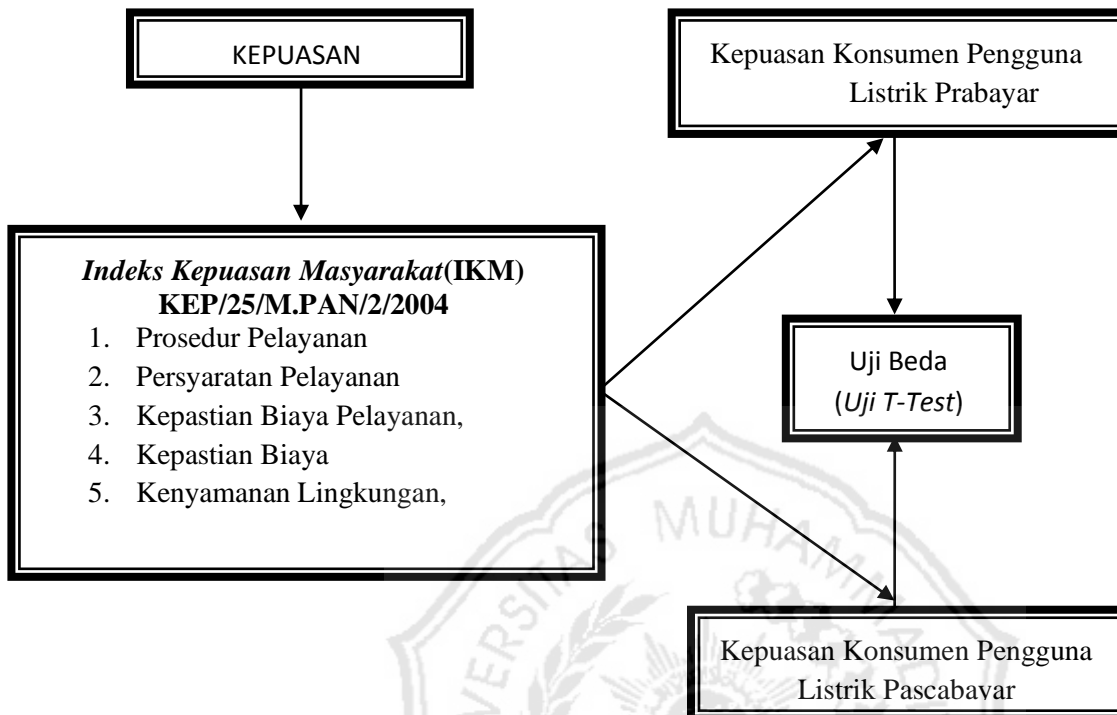
### **1) Layanan Listrik Prabayar**

Layanan listrik prabayar ini menggunakan alat khusus ini dinamakan KWH meter (meteran listrik) prabayar, atau dikenal sebagai meteran listrik prabayar. Program listrik pintar (Prabayar) adalah terobosan atau inovasi terbaru sebagai suatu program yang ditawarkan oleh PT. PLN (Persero) kepada konsumennya. Manfaat dari program listrik prabayar ini yaitu pelanggan dengan mudah dapat memantau pemakaian listriknya setiap saat, konsumen dapat mendisiplinkan diri sendiri untuk menggunakan listrik sesuai dengan anggaran belanja. selain itu konsumen dengan mudah dapat mengendalikan pemakaian dan biaya listriknya sehingga terhindar dari pemborosan, konsumen juga perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik bulanan karena pada KWH dapat ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Melakukan kontrol penggunaan listrik, merubah perilaku hemat energy dan juga adanya privacy (tidak perlu mencatat meter/bulan)

### **2) Layanan Listrik Pascabayar**

Listrik pasca bayar adalah transaksi pemakaian tenaga listrik yang menggunakan meteran elektronik pascabayar dengan cara pembayaran di akhir. Konsumen pasca bayar menggunakan sejumlah arus listrik yang diperlukan serta digunakan oleh pelanggan layanan listrik pasca bayar, di hitung dengan menggunakan meteran elektronik pasca bayar. Setiap bulannya dilakukan pembacaan meter yang berfungsi dalam pelaksanaan, persiapan, dan pengendalian kegiatan pembacaan, pencatatan dan perekaman angka kedudukan meter alat ukur meter kWh, meter kVArh, meter KVA maksimal pada setiap konsumen serta pembacaan dan pencatatan petunjuk saklat waktu. Setelah itu maka data meter yang telah di catat dan dikirim kepada fungsi pembuatan rekening, lalu dilakukan pemeriksaan hasil pembacaan meter dan perbaikan kesalahan pembaca meter, melakukan laporan sesuai bidangnya dan nantinya akan diterbitkannya rekening listrik hasil pemakaian listrik pada setiap bulannya, dan dilakukan pembayaran di akhir kepada PT. PLN (Persero) sesuai dengan pemakaian listrik yang digunakan oleh konsumen.

### 3) Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual

### 4) Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini menunjukkan suatu dugaan tentang perbandingan antara dua sampel yang berbeda. Yang dimana penulis memiliki hipotesis bahwa:

Ho : Tidak terdapat perbedaan kepuasan pelanggan antara pengguna listrik Prabayar terhadap pengguna listrik pascabayar

H1 : Terdapat perbedaan kepuasan pelanggan antara pengguna listrik Prabayar terhadap pengguna listrik pascabayar

Selanjutnya hipotesis yang dirumuskan tersebut menggunakan alat analisis uji beda sehingga bentuknya menjadi :  
Jika H1 diterima maka Ho ditolak artinya ada perbedaan kepuasan pengguna listrik Prabayar terhadap pengguna listrik pascabayar, begitupun sebaliknya.

### **3.METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

penelitian yang digunakan untuk meneliti seberapa tingkat kepuasan antara pengguna layanan PLN prabayar dengan pascabayar di PT. PLN (Persero) yang terletak Kecamatan Tanggul. Dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan alasan pemilihan oprasional konsep, pendekatan, jenis/tipe penelitian, teknik pengumpulan data, teknik penarikan sampel, dan teknik analisis data.

#### **B. Definisi Operasional**

Untuk memberikan arah bagi pelaksanaan pengumpulan dan analisis data maka aspek penelitian ini diberikan definisi operasional sebagai berikut:

- Prosedur pelayanan : kemudahan tahapan pelayanan diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
- Persyaatan Pelayanan : persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
- Kewajaran biaya Pelayanan : keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang telah ditetapkan oleh unit pelayanan.
- Kepastian Biaya : kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
- Kenyamanan Lingkungan : kondisi sarana dan prasana yang bersih, rapi dan teratur sehingga memberikan rasa nyaman kepada penerima layanan.

#### **C. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dikarenakan dalam penelitian ini analisisnya lebih fokus pada data-data numerikal. Oleh karena itu pendekatan kuantitatif dianggap relevan dengan topik yang akan diteliti dan membantu mendapatkan data obyektif dan valid dalam rangka memahami dan memecahkan masalah yang diteliti.

#### **D. Jenis Penelitian**

Menurut jenis data dan analisis penelitian ini tergolong Kuantitatif dengan menggunakan desain Survei, tujuan penelitian ialah untuk melihat perbandingan kepuasan konsumen listrik prabayar dan listrik pascabayar.

#### **E. Teknik Pengambilan Populasi dan Sempel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna listrik pascabayar dan pengguna listrik prabayar di Kecamatan Tanggul. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah non probability sampling karena semua populasi belum tentu memiliki peluang yang sama menjadi sampel. Pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling yang merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang mudah dijumpai atau diakses. Peneliti bebas memberikan petunjuk-petunjuk penelitian pada orang yang dijumpai dan bersedia menjadi responden, penggunaan listrik prabayar dan pascabayar berjumlah 100 responden dengan jumlah pengguna listrik prabayar sebesar 50 responden dan pengguna listrik pascabayar sebesar 50 responden . Pengambilan sampel untuk penelitian ini yaitu dilakukan berdasarkan konsumen PT PLN (Persero) Kecamatan Tanggul yang menggunakan pelayanan listrik prabayar dan pascabayar. Populasi konsumen rumah tangga listrik prabayar dan listrik pascabayar PT PLN (Persero) Kecamatan Tanggul.

## F. Sempel

Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan keterbatasan terhadap keseluruhan sampel, untuk efisiensi waktu dan biaya untuk menghasilkan generalisasi terhadap populasi dan mengurangi kesalahan penelitian dalam pengambilan sampel. Agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat mewakili jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = N / (1 + (N \cdot e^2))$$

## G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh penulis melihat dari jumlah responden cukup besar yaitu dengan mengedarkan lembaran kuesioner (angket) dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada beberapa responden untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan guna memperoleh data yang objektif dan valid dalam rangka memecahkan masalah yang ada dan nantinya menunjang hasil penelitian.

### 1. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang dihasilkan di lapangan agar lebih mudah dimengerti maka sifat dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Karena menggunakan pendekatan kuantitatif, Data disajikan dalam bentuk tabel-tabel frekuensi maka analisis dan penerapan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis Paired Sample T-Test (Uji Beda). Untuk mengamati perbandingan listrik Prabayar dan listrik Pascabayar. Pemilihan model bergantung dengan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program software SPSS.

#### A. Uji Validitas

Pada penelitian ini, tahap awal proses analisis data adalah melakukan uji validitas instrument terlebih dahulu. Hal tersebut dimaksudkan untuk menjaga ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Instrument yang valid menggambarkan bahwa suatu instrument benar-benar mampu dalam mengukur variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian, serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antara konsep penelitian dengan hasil pengukuran. hasilnya valid secara keseluruhan, maka semua indikator telah mewakili semua instrumen.

#### B. Uji Reliabilitas

Guna menjaga kehandalan dari sebuah instrumen atau alat ukur maka peneliti melakukan uji reabilitas, dimana instrumen yang dilakukan uji reabilitas adalah Uji T-test menurut Istijanto (2005) adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya perbedaan nilai rata-rata dari beberapa sampel yang berbeda. T-test yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Paired sample T-test karena menggunakan beda dua rata-rata sampel paired yaitu Listrik Pascabayar dan Listrik Prabayar di PT. PLN (Persero) Kecamatan Tanggul, guna membandingkan kepuasan konsumen. Setelah data di peroleh langkah selanjutnya yaitu menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong & Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 8. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Azra. 2014. *Metode Penelitian Survei Bogor: In Media*
- Buchari, Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan ke-4* Bandung: Alfabeta
- Everroes Press Moenir.A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono.Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis: Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler. Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 1*. Jakarta: Prenhalindo. Sinambela. Lijan
- Poltak. 2006. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25/KEP/M.PAN/2/2004
- Nazir. Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto. 2006. *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan* Jakarta: PT Rineka Cipta Saiful.dkk. 2008. "Reformasi Pelayanan Publik, Malang",
- Singarimbun. Irawati. 1995. *Teknik Wawancara. dalam Singarimbun, M dan Sofian Effendi (Editor). Metode Penelitian Survei*. LP3ES, Jakarta.
- Surjadi. 2012. *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*. Refika Aditama. Bandung Riduwan. 2012. *Dasar-dasar statistika*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Ratminto & Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Qomariah Nurul. 2016. *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu Jember



