

## **Analisis Perilaku Konsumen Listrik Pra Bayar di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan**

**Oleh :**

- 1) **Nurlelasari Ginting**, Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa  
Email : nurlelasariginting7@gmail.com
- 2) **Imelda Barus**, Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa  
Email : imeldabarustama@gmail.com

### **ABSTRACT**

*Pemerintah selalu berusaha memberi kemudahan dalam melayani masyarakat. Pemerintah melalui PLN memberikan layanan yang berbeda yaitu sistem Prabayar. Pemerintah berharap pelanggan bisa dengan mudah mengendalikan pemakaian, mudah membayar dan bisa hemat. Namun demikian sistem listrik Prabayar ini perlu dibuktikan dengan penelitian, bagaimana sikap pelanggan terhadap listrik Prabayar, dan pendekatan purposive, cluster, quota dan non random sampling. Data dikumpulkan dengan daftar pertanyaan, ditabulasi dan diolah dengan pendekatan kualitatif, sehingga kesimpulan yang didapatkan dari penelitian adalah : Dengan menggunakan listrik Prabayar pengendalian pemakaian listrik lebih mudah dilakukan, lebih hemat, dan pembayaran listrik juga lebih mudah dilakukan. Selain itu saran juga di sampaikan .PLN harus mensosialisasi kepada pelanggan , agar pelanggan mengetahui cara pemakaian yang benar dan memberi info di mana saja mereka bisa mengisi ulang token listriknya.*

*Kata kunci : listrik, Prabayar, hemat , perilaku konsumen,, token*

### **PENDAHULUAN**

Listrik adalah kebutuhan pokok oleh karena itu pemerintah harus benar benar memperhatikan sektor ini . Listrik diperlukan bukan hanya di kantor, disekolah, dihotel tapi terlebih penting adalah – rumah tangga.

Pemerintah sampai saat ini belum mampu melayani kebutuhan listrik secara menyeluruh. Oleh karena itu PLN masih berusaha untuk memenuhi kebutuhan listrik masyarakat. Pemerintah membangun pusat- pusat pembangkit tenaga listrik melalui anak perusahaan PLN, tetapi juga menawarkan kepada pihak pihak swasta untuk ikut menyediakan tenaga listrik.

Oleh karena itu kami ingin melakukan penelitian apakah dengan sistem Prabayar ini masyarakat bisa menghemat dan menguntungkan dengan judul “ **Analisis Prilaku Konsumen Listrik Prabayar Di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan**”

Bagaimana tanggapan konsumen terhadap listrik pra bayar, apakah sistem listrik pra bayar lebih menguntungkan bagi konsumen.

Tanggapan kosaumen tentang sistem Prabayar ini :

1. Pengendalian pemakaian listrik lebih mudah dikendalikan
2. Mudah melakukan penghematan
3. Membayar biaya listrik lebih mudah.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Sejauh mana manfaat sistem pra bayar, sehingga masyarakat menggunakan listrik pra bayar.
2. Bahwa listrik pra bayar tersebut bisa dijadikan alat untuk penghematan pemakaian listrik.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini akan memberikan gambaran tentang listrik pra bayar di masyarakat
2. Hasil penelitian ini akan menjadikan masukan bagi PLN.

## **BAHAN DAN METODE**

### **Pengertian Listrik**

Listrik adalah suatu tenaga yang tidak terlihat oleh panca indra manusia akan tetapi listrik dapat dirasakan dan dimanfaatkan oleh manusia .Listrik sangat di butuhkan oleh manusia terlebih di kehidupan moderen kita tidak bisa lepas dari Listrik, Disemua kegiatan pasti kita butuh listrik.

Energi listrik dihasilkan dari energi lain oleh pembangkit listrik, seperti tenaga air, tenaga nuklir, tenaga batubara, dan lain lain. Setelah itu dikirim melalui transmisi dan disalurkan ke rumah rumah tangga , industri, kantor, dan lain lain, oleh karena itu mari gunakan listrik dengan hemat dan efisien agar kesinambungan tenaga listrik tetap terjaga.

### **Listrik Pra Bayar**

Listrik Pra Bayar (LPB) merupakan pelayanan PLN dalam menjual listrik dengan cara pelanggan membayar di awal. Seperti pulsa Prabayar yang lebih akrab dikenal di kalangan pengguna *handphone* (HP).“Pelanggan membeli sejumlah nilai tertentu sebelum menggunakan listrik dari

PLN.” LPB diluncurkan untuk menjawab keluhan masyarakat. “Antara lain soal melonjaknya pemakaian listrik, sering menerima keluhan tentang pembacaan meteran yang tidak benar, kedatangan petugas pencatatan meteran yang dianggap mengganggu.

Dengan layanan LPB, keluhan di atas diharapkan tidak ada lagi. Dengan LPB, tak akan ada petugas pencatatan yang datang ke rumah dan keluhan soal melonjaknya tagihan juga tak akan ada lagi. Dalam sistem pascabayar, pengguna listrik memang tak diketahui secara persis berapa energi listrik yang digunakannya. Pelanggan baru tahu saat membayar di loket PLN. Ketika tagihannya lebih besar dari biasanya, pelanggan umumnya terkejut. Buntutnya, ia bisa menyalahkan petugas meteran, dengan LPB, pengguna bisa langsung mengecek pemakaian listriknya. Ia juga bisa melihat, berapa energi listrik yang masih tersisa sehingga konsumen bisa mengendalikan sendiri pemakaian listriknya.

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen akan mencerminkan sikap dari konsumen dalam melakukan konsumsi. .

*Menurut Basu Swasta dalam Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen (1987: hal 9) definisi perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa- jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen itu:*

- (1) Proses pengambilan keputusan.
- (2) Kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan

mempergunakan barang-barang dan jasa- jasa ekonomis.

Mempelajari perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa (what) yang dibeli atau dikonsumsi, tetapi juga di mana (where), bagaimana kebiasaannya (how often), dan dalam kondisi macam apa (under what conditions) barang-barang dan jasa-jasa dibeli tersebut. Untuk dapat melihat dan menggambarkan seorang konsumen berperilaku dapat dilihat dari bahasan-bahasan berikut ini:

**1. Konsumen Akhir dan Pembeli Individual**

Konsumen akhir adalah individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Perbedaan dasar antara konsumen akhir dengan pembeli industri atau pedagang perantara atau lembaga-lembaga, bahwa

perilaku pembelian industri mempunyai motif yang berbeda dan sangat dipengaruhi oleh banyak serta macam individu yang berperan didalamnya.

Menurut Basu Swasta (1987) pembeli individual adalah seseorang yang melakukan pembelian tanpa atau sedikit sekali dipengaruhi oleh orang lain secara langsung, atau individu yang benar-benar melakukan pembelian. Ini bukan berarti bahwa orang lain tidak terlibat dalam proses terjadinya pembelian, bagaimanapun juga banyak orang kan terlibat dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

Dalam tabel berikut dapat kita lihat bermacam-macam peran yang terjadi dalam perilaku konsumen.

Tabel 1 Macam Peranan dalam Perilaku Konsumen

<b>Peranan</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Initiator</i>	Individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu, atau yang mempunyai kebutuhan/keinginan tetapi tidak mempunyai wewenang untuk melakukannya sendiri.
<i>Influencer</i>	Individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik secara sengaja atau tidak sengaja
<i>Decider</i>	Individu yang memutuskan apakah akan membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana membelinya, kapan dan dimana membelinya
<i>Buyer</i>	Individu yang melakukan transaksi pembelian sesungguhnya
<i>User</i>	Individu yang mempergunakan produk atau jasa yang dibeli.

Sumber : Basu Swasta (1987), *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen* (hlm.42)

Di dalam proses terjadinya pembelian terdapat peranan-peranan. Diantara peranan-peranan dalam pembelian tersebut, yang terpenting adalah peranan ketiga. Karena itu, perusahaan dapat meneliti siapa dalam keluarga yang memutuskan sesuatu pembelian, untuk kemudian mengarahkan promosi kepada anggota keluarga itu.

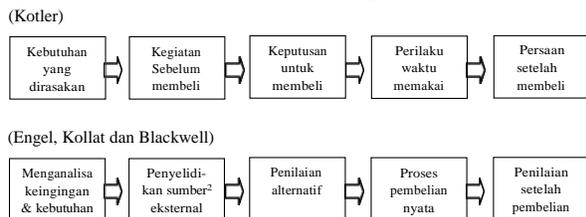
**2. Pembelian Sebagai Suatu Proses**

Suatu kegiatan pembelian yang nyata hanyalah merupakan salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan-kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode waktu tertentu serta pemenuhan kebutuhan tertentu. Bagian proses lainnya yang

mempersiapkan dan mengikuti pembelian nyata tersebut amatlah penting dipahami. Analisa onsmenen. Tahap-tahap dalam proses kegiatan suatu

pembelian, digambarkan oleh Philip Kotler dan model pembanding dari Engel, Kollat dan Blackwell seperti tergambar di bawah ini.

*Gambar 1. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian*



Sumber : Basu Swasta (1987), *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*

Banyak peranan atau faktor yang mempengaruhi pada tiap tahap dalam proses pembelian, baik faktor ekstern maupun intern. Jadi, bila ingin realistis dalam menganalisa perilaku konsumen, maka harus dipelajari lingkungan sosial, psikologis individu dan lembaga-lembaga lain yang mempengaruhi dan membatasi tiap tahap perilaku konsumen dalam proses pembeliannya. Dalam teori pasar, di pasar hanya terdapat 2 komponen yaitu produsen dan konsumen. Produsen dalam kegiatannya bersikap yang disebut perilaku produsen dan konsumen dalam kegiatannya selalu menampilkan perilaku konsumen. Jadi setiap ada kegiatan bisnis ataupun transaksi maka disitu akan ada perilaku konsumen. Oleh karena itu kalau kita ingin mendalami perilaku konsumen banyak penelitian dibidang perilaku konsumen yang bisa dilakukan. Berikutnya adalah rencana penelitian tentang perilaku konsumen yang bisa dilakukan pada tahun mendatang.

**Metode Penelitian**

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berjudul Analisis Perilaku Konsumen Listrik Prabayar di Kelurahan Tanjung

Barat Jakarta – Selatan., ini menggunakan metode penelitian survey dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada konsumen listrik pra bayar.

- Metode samplingnya menggunakan:
1. Purposive sampling, penelitian dilakukan di rumah penduduk yang ada di di sedkitar Kelurahan Tanjung Barat. Yang sudah menggunakan listrik pra bayar.
  2. Cluster sampling, penelitian dilakukan terhadap kelompok konsumen listrik pra bayar baik yang pemakaiannya 900 watt, 1300 watt, 2300 watt dan lebih besar dari 2300 watt.
  3. Quota sampling, penelitian dilakukan untuk masing-masing kelompok konsumen listrik pra bayar sebanyak 30 responden.
  4. Non random sampling, penentuan respondennya dilakukan secara non random.

Untuk pengumpulan datanya menggunakan daftar pertanyaan, kemudian dari daftar pertanyaan tersebut jawaban pelanggan ditabulasi berdasarkan nomor pertanyaan untuk semua kelompok pemakaian listrik pra bayar baik yang pemakaiannya 900 watt, 1300 watt, 2300 watt. Kemudian setelah ditabulasi

tanggapan konsumen tersebut dianalisis dan diinterpretasikan sesuai dengan data yang didapatkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pendapat Keseluruhan Responden

Setelah melakukan rekapitulasi data konsumen yang dikelompokkan berdasarkan daya masing-masing yaitu 900 watt, 1.300 watt, 2.200 watt dan >2.200 watt serta menjelaskan dan menjabarkan data perilaku konsumen terhadap empat variabel penelitian yang dikelompokkan pada setiap variable penelitian dengan berdasarkan pengelompokan pada masing-masing daya.

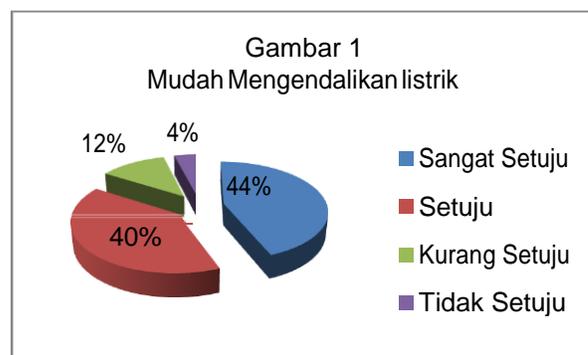
Selanjutnya adalah merekapitulasi pendapat keseluruhan responden dengan menampilkan seluruh pendapat responden secara menyeluruh tanpa dibedakan dengan masing-masing daya. Hal ini dilakukan guna mendapatkan perilaku responden secara keseluruhan terhadap listrik pra bayar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1, 2, 3 dan 4.

Gambar 1, 2, 3 dan 4 menampilkan keseluruhan pendapat responden yang

berjumlah 120 orang yang menggunakan 120 kuesioner. Berikut adalah pembahasan pendapat keseluruhan responden berdasarkan tujuh variable yang digunakan dalam penelitian.

#### 1) Kemudahan Mengendalikan Listrik Pra Bayar

Dilihat dari kemudahan responden dalam mengendalikan listrik pra bayar terdapat 44% yang menyatakan sangat setuju, 39% yang menyatakan setuju, 12% yang menyatakan kurang setuju dan 4% yang menyatakan tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1. Hal ini mencerminkan bahwa pemakaian listrik pra bayar mudah untuk dikendalikan karena terdapat nominal saldo listrik di meter pra bayar (MPB) yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan dan akan berkurang sesuai dengan pemakaian. Hal ini yang menjadi alasan bahwa responden mudah mengendalikan listrik dengan menggunakan listrik pra bayar.



#### 2) Kemudahan Membayar Biaya Listrik Pra Bayar

Dilihat dari kemudahan responden dalam membayar biaya listrik pra bayar terdapat 19% yang menyatakan sangat setuju, 27% yang menyatakan setuju, 29% yang

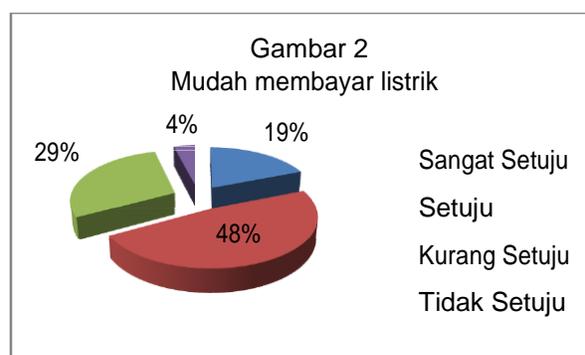
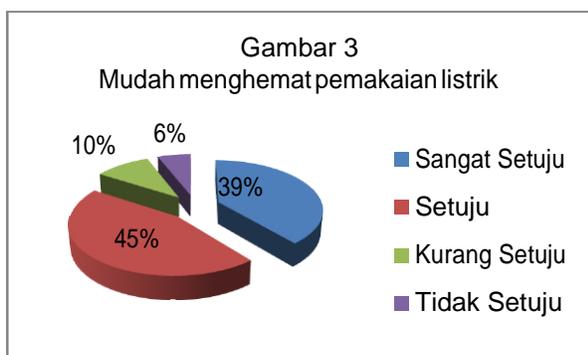
menyatakan kurang setuju dan 4% yang menyatakan tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan mudah dalam membayar biaya listrik pra bayar karena saat ini sudah banyak terdapat *counter-counter* yang menjual

token listrik selain di kantor pos dan ATM. Hal ini lah yang menjadikan responden mudah membayar biaya listrik pra bayar.

### 3) Kemudahan Penghematan Pemakaian Listrik

Dilihat dari kemudahan responden dalam penghematan pemakaian listrik pra bayar terdapat 39% yang menyatakan sangat setuju, 44% yang menyatakan setuju, 10% yang menyatakan kurang setuju dan 6% yang menyatakan tidak setuju. Untuk lebih jelasnya

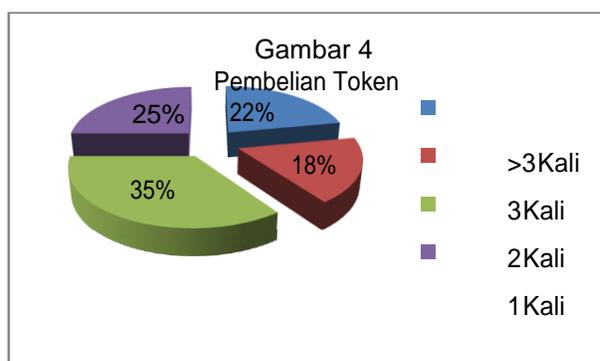
dapat dilihat pada tabel 4.36. Hal ini mencerminkan bahwa dengan sistem listrik pra bayar dapat memudahkan pelanggan dalam menghemat pemakaian listrik pra bayar karena secara tidak langsung terdapat peringatan melalui layar Meter Pra Bayar (MPB) yang menampilkan sisa saldo listrik di setiap waktu dan hal ini akan memacu pelanggan untuk menghemat pemakaian listrik jika listriknya tidak ingin cepat habis. Hal ini yang menjadikan pelanggan mudah dalam melakukan penghematan pemakaian listrik.



### 4) Intensitas Pembelian Voucher Token Per Bulan

Dilihat dari intensitas pembelian voucher token per bulan terdapat 22% yang membeli voucher >3 kali, 18% yang membeli voucher 3 kali, 35% yang membeli voucher 2 kali dan 25% yang membeli voucher 1 kali. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4. Hal ini mencerminkan bahwa pembelian voucher token tidak dapat diprediksi secara

kuat jika melihat seluruh persentase yang hanya berbeda beberapa persen saja. Akan tetapi intensitas pembelian token sebanyak 2 kali yang lebih banyak digunakan oleh responden.



### Kendala

Ketika melakukan penelitian, peneliti sering bertemu langsung dengan pelanggan PT PLN(Persero) yang sudah menggunakan listrik pra bayar. Ada beberapa kendala yang mereka keluhkan dalam pemakaian

sistem listrik pra bayar. Adapun kendala yang mereka sampaikan :

- 1) Pengetahuan responden terhadap listrik pra bayar yang masih kurang.  
Keluhan dari beberapa responden terhadap biaya pembayaran listrik pra bayar yang lebih mahal jika dibandingkan dengan biaya pembayaran listrik paska bayar. Hal ini menyebabkan responden ingin mengajukan untuk pindah menggunakan listrik paska bayar.
- 2) Seorang pelanggan mengeluhkan bahwa ada ATM yang tidak melayani pengisian Token. Sehingga menyulitkan bagi nya untuk mengisi token listriknya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa dengan menggunakan listrik prabayar, pengendalian pemakaian listrik lebih mudah dilakukan
- b. Bahwa dengan menggunakan listrik prabayar, mudah melakukan penghematan
- c. Bahwa dengan menggunakan listrik prabyar, pembayaran listrik lebih mudah dilakukan

### **Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan sebagai masukan bagi PT PLN(Persero), antara lain:

- a. Mengadakan sosialisasi terhadap penggunaan listrik pra bayar agar pelanggan mengetahui cara pemakaian yang benar
- b. Fasilitas yang sudah ada harus di manfaatkan secara maksimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Basu Swasta, Hani H. 1987. *Manajemen*

*Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.

- [2] Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* edisi pertama, Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- [3] Freddy Rangkut, 1999, *Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [4] J. Supranto, 1986. *Metode Riset, Aplikasinya Dalam Pemasaran*, Edisi 4, LPFE-UI, Jakarta
- [5] -----, 1987. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menarik Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta
- [6] James, F. Engel, dkk, 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi 6. Alih Bahasa Fx Budiyanto, Binaputra Aksara, Jakarta
- [7] ----- . *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Edisi 6. Alih Bahasa Fx Budiyanto, Binaputra Aksara, Jakarta.
- [8] Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1*, Edisi 9, PT. Prenhallindo, Jakarta
- [9] Kotler, Philip, Amstong, Gerry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta
- [10]----- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta
- [11] Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana.
- [12] Suryo, Eko. 2010 "TOKEN". Dalam Standar Prosedur Pelayanan Listrik Pra Bayar, Jakarta.
- [13] PT PLN(Persero) Distribusi Jakarta Raya Dan Tangerang. Standar Prosedur Pelayanan Listrik Pra Bayar. Jakarta.

