

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Segmentasi pasar sebagai konsep dasar dalam pemasaran pertama kali diungkapkan oleh *Wendel Smith* tahun 1956. Strategi segmentasi pasar memainkan peranan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Perbedaan persepsi diantara pelanggan berdasar atas kebutuhan dan juga tanggapan terhadap pemasaran produk memainkan peranan penting dalam pengelolaan hubungan pelanggan. Tarif listrik merupakan biaya yang dibayar oleh konsumen untuk sejumlah tenaga listrik yang dipakai dalam periode tertentu. Idealnya, setiap pelanggan harus membayar biaya yang sebanding dengan biaya pelayanan yang ditimbulkannya dalam rangka pemenuhan kebutuhan tenaga listrik tersebut [1].

Berdasarkan Undang-undang No.30 Tahun 2009 pasal 5 disebutkan bahwa salah satu kewenangan pemerintah di bidang ketenagalistrikan antara lain: penetapan tarif tenaga listrik untuk konsumen dari pemegang izin usaha penyediaan tenaga listrik yang ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa golongan tarif listrik merupakan golongan bersubsidi. Penggolongan tarif di Indonesia yang berjumlah 37 menggunakan kombinasi antara lain :

1. Teknis penyambungan tegangan, yaitu tegangan rendah, tegangan menengah dan tegangan tinggi
2. Kapasitas daya tersambung
3. Waktu beban puncak dan luar beban puncak

4. Jam nyala. Selain itu pengelompokkan tarif juga berdasar tujuan akhir penggunaan sehingga golongan pelanggan yang terbentuk antara lain: sosial, residensial, bisnis, industri, dan layanan publik.

Kebutuhan akan energi listrik tidak hanya mempunyai pengaruh pada pelanggannya. Oleh sebab itu, selain karena kebutuhan listrik adalah suatu hal mendasar, hal-hal lain seperti kepercayaan, kepuasan dan kenyamanan pelanggan tidak boleh diabaikan. Ketika kinerja penyaluran listrik menurun, misalnya keandalan turun karena kekurangan daya, mengembangkan loyalitas dengan mempertimbangkan kebutuhan per individu pelanggan adalah sangat penting.

Hasil penilaian setiap pelanggan terhadap kebutuhan energi listrik dapat digunakan sebagai parameter dalam penentuan tarif listrik. Namun identifikasi kebutuhan energi listrik untuk tiap pelanggan tidak mungkin dilakukan mengingat banyaknya pelanggan yang sangat banyak dan bermacam-macam. Untuk memudahkan identifikasi kebutuhan energi listrik tersebut, maka dilakukanlah segmentasi pasar listrik, yaitu mengelompokkan pelanggan yang memiliki karakteristik kebutuhan listrik yang serupa.[2]

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di sub bab 1.1, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengelompokkan pengguna berdasarkan kepuasan dan kemauan bayar pada mahasiswa teknik elektro
2. Bagaimana potensi suatu produk listrik terhadap kepuasan pengguna listrik dan kemauan bayar listrik

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan di sub bab 1.2, maka akan dibuat batasan-batasan masalah untuk spesifikasi hal-hal yang akan dibahas. Hal ini dilakukan agar pembahasan dan pembuatan laporan sesuai dengan judul yang telah ditetapkan. Batasan-batasan masalah tersebut yaitu sebagai berikut.

1. Kepuasan merupakan tingkat perasaan pengguna setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan hasil sebelumnya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pengguna akan puas. Kepuasan konsumen jangka panjang menjadi tujuan dari semua aktivitas pemasaran bagi semua organisasi atau perusahaan. Fokus dari pendekatan berbasis hubungan untuk berbisnis adalah pemahaman tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan.

*Willingness to Pay (WTP)* adalah kesediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas jasa yang diperolehnya. Pendekatan yang digunakan dalam analisis WTP didasarkan pada persepsi pengguna terhadap tarif dari jasa pelayanan tersebut. Dalam permasalahan listrik, WTP dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

- Produk yang ditawarkan/disediakan oleh operator jasa pelayanan
  - Kualitas dan kuantitas pelayanan yang disediakan
2. Data yang digunakan merupakan data olahan hasil survei kepuasan dan kemauan bayar pengguna listrik mahasiswa teknik elektro Universitas Islam Indonesia “survei kepuasan dan kemauan bayar pelanggan Listrik PLN”.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Pengelompokkan pengguna listrik kalangan mahasiswa teknik elektro UII berdasarkan kepuasan dan kemauan bayar yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing pengguna

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Hasil ini diharapkan dapat memberikan informasi pengaruh pengguna listrik berdasarkan karakteristik masing-masing pengguna listrik PLN
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna listrik dan kemauan bayar berdasarkan karakteristik pengguna

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dan pembahasan laporan tugas akhir ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang judul, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah dan tujuan tujuan penelitian serta pembahasan dari tugas akhir “Segmentasi Pengguna Listrik Berdasarkan Kepuasan dan Kemauan Bayar Pada Mahasiswa Teknik Elektro Universitas Islam Indonesia”

### **BAB II TINJAU PUSTAKA**

Bab ini mengenai teori segmentasi pasar, *teori K-means*, *clustering*, dan penggunaan *software* SPSS Versi 18.00

### **BAB III PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menguraikan tentang prosedur penelitian, gambar perencanaan, dan piranti yang digunakan dalam penelitian

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil uji validitas dan reliabilitas, *clustering* dan pembahasan

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Memuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan serta saran-saran untuk pengembangan lebih lanjut

