

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini tentu saja semua orang memerlukan tenaga Listrik, Di Indonesia perusahaan penyedia energi listrik adalah PT PLN. Saat ini PT PLN memiliki 2 macam alat KWH Meter yaitu KWH Meter Analog dengan sistem pascabayar dan KWH Metter Digital dengan sistem Prabayar. Mulanya sistem pascabayar digunakan oleh PT PLN menggunakan sistem pascabayar dengan mengukur listrik yang sudah digunakan pada KWH Meter Analog (Ridho et al., 2017).

Untuk KWH Meter pascabayar memiliki kelemahan yaitu banyaknya pelanggan yang sering menunggak untuk melakukan pembayaran, pengukuran daya listrik sering juga mengalami selisih yang tidak sesuai dengan pemakaian pelanggan karena KWH Meter pelanggan berada didalam bangunan yang memiliki pagar terkunci sehingga menimbulkan kendala bagi petugas untuk melakukan pembacaan(Gunawan et al., 2018).

PT PLN memiliki solusi yaitu menggunakan alat KWH Meter digital dengan sistem Prabayar, tapi masih banyak pelanggan yang memiliki asumsi buruk dengan sistem ini

seperti tagihan yang jadi semakin mahal karena ada dugaan KWH Meter dengan sistem ini bisa dimanipulasi oleh pihak PLN(Bintoro, n.d.). Namun saat ini PLN mengeluarkan kebijakan baru yaitu setiap melakukan pemasangan baru harus menggunakan KWH Meter parabayar, begitu juga saat melakukan tambah daya alat KWH Meter harus diganti menjadi digital.

Kepuasan pelanggan adalah konsep yang merujuk pada tingkat kepuasan, kebahagiaan, atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengalami interaksi atau menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan atau organisasi. Ini adalah indikator penting dalam bisnis yang mencerminkan sejauh mana produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan oleh perusahaan telah memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan(Gultom et al., 2020). Kepuasan pelanggan adalah elemen kunci dalam strategi bisnis yang sukses dan pelayanan pelanggan yang baik menjadi prioritas untuk memastikan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas akan menimbulkan sifat loyalitas pelanggan.

Loyalitas Pelanggan adalah kondisi atau sikap di mana pelanggan secara berulang kali memilih untuk membeli produk atau menggunakan layanan dari suatu perusahaan atau merek tertentu dalam jangka waktu yang lebih lama. Ini

adalah hasil dari kepuasan pelanggan yang berkelanjutan dan komitmen untuk tetap memilih produk atau layanan yang sama dari perusahaan tertentu, meskipun ada pilihan-pilihan lain yang tersedia di pasar (Satryawati, 2018). Menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat adalah tujuan penting dalam strategi bisnis karena dapat membantu perusahaan membangun basis pelanggan yang stabil, mengurangi biaya pemasaran, dan memperkuat reputasi merek. Ini memerlukan perusahaan untuk terus menjaga kualitas produk atau layanan, berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan, dan merespons kebutuhan dan umpan balik pelanggan secara proaktif.

Maka dari itu untuk mengetahui kepuasan pelanggan pengguna KWH meter pascabayar dan pra bayar, penelitian ini menggunakan metode CRM. CRM (*Customer Relationship Management*) adalah strategi bisnis dan teknologi yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami, mengelola, dan meningkatkan interaksi dan hubungan dengan pelanggan mereka.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis ingin melakukan analisa kepuasan pelanggan yang menggunakan KWH Meter pascabayar dan prabayar. Dengan harapan dapat mengetahui jumlah permintaan material antara KWH Meter pascabayar dan prabayar.

1.2 Rumusah Masalah

1. Bagaimana analisis kepuasan pelanggan terhadap KWH meter pasca bayar dan KWH meter pra bayar menggunakan metode CRM di PT.PLN?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan antara KWH meter pasca bayar dan KWH meter pra bayar?
3. Bagaimana penerapan metode CRM pada pelayanan pelanggan dapat memperbaiki kepuasan pelanggan terhadap KWH meter pasca bayar dan KWH meter pra bayar?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui cara melakukan analisis kepuasan pelanggan dengan metode CRM
2. Untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan KWH meter pasca bayar dan prabayar.
3. Mengetahui apakah Metode CRM bisa memperbaiki kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat

1. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan: Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan dalam menggunakan KWH meter. Dengan begitu, perusahaan

- dapat menyesuaikan pelayanan dan produk mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Memperbaiki kualitas pelayanan: Penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pelayanan mereka sehingga pelanggan merasa lebih puas dan loyal.
 3. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan: Dengan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk menghemat biaya dan meningkatkan profitabilitas mereka.
 4. Meningkatkan loyalitas pelanggan: Dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan meningkatkan reputasinya di mata pelanggan.
 5. Memberikan kontribusi pada penelitian dan pengembangan: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada penelitian dan pengembangan di bidang pemasaran dan manajemen, terutama pada penggunaan metode CRM dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap KWH Meter Pasca Bayar dan Pra Bayar menggunakan metode CRM harus memperhatikan beberapa batasan, di antaranya:

1. Waktu penelitian: Penelitian ini dilakukan dalam waktu tertentu dan memiliki batasan waktu tertentu. Oleh karena itu, peneliti harus memastikan bahwa waktu yang diberikan cukup untuk menyelesaikan penelitian dan menghasilkan hasil yang akurat dan valid.
2. Lokasi penelitian: Penelitian ini dilakukan pada lokasi tertentu. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak bisa dianggap mewakili populasi secara keseluruhan, karena pengalaman pelanggan di tempat lain bisa berbeda.
3. Jumlah sampel: Penelitian ini mungkin memerlukan sampel pelanggan yang cukup besar untuk menghasilkan hasil yang signifikan. Jumlah sampel yang diambil harus memperhitungkan faktor-faktor seperti variasi produk dan layanan, serta variasi preferensi pelanggan.
4. Metode pengumpulan data: Peneliti harus memilih metode pengumpulan data yang tepat untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan relevan. Beberapa metode pengumpulan data yang mungkin digunakan antara lain kuesioner, wawancara, observasi, dan studi kasus.

5. Analisis data: Peneliti harus memilih metode analisis data yang tepat untuk memproses data yang diperoleh. Beberapa metode analisis data yang mungkin digunakan antara lain analisis deskriptif, regresi, dan analisis faktor.
6. Faktor lain: Penelitian ini harus mempertimbangkan faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti faktor lingkungan, sosial, dan psikologis.

Dengan memperhatikan batasan-batasan tersebut, penelitian Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap KWH Meter Pasca Bayar dan Pra Bayar menggunakan metode CRM dapat dilakukan secara efektif dan hasilnya dapat diandalkan untuk membantu meningkatkan layanan pelanggan