



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS

*Skripsi*

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN JASA LISTRIK PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH  
SUMBAR CABANG PADANG**

*Oleh :*

**SRI RAHAYU**  
05 954 004

**Mahasiswa Program S1 Jurusan Manajemen**

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG**  
2008





No. Alumni Universitas

**SRI RAHAYU**

No. Alumni Fakultas

**BIODATA**

a). Tempat/Tgl Lahir : Padang/ 29 Agustus 1983 b). Nama Orang Tua : Yusbar Saat, SE dan Suarli Rusli c). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Ekstensi d). Jurusan : Manajemen e). No. BP : 05 954 004 f). Tanggal Lulus : 20 November 2008 g). Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h). IPK : 2.81 i). Lama Studi : 3 Tahun (Intake DIII) j). Alamat Orang Tua : Jl. Andalas No.72 Padang (25126)

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN JASA LISTRIK PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SUMBAR CABANG PADANG**  
Skripsi S -1 oleh Sri Rahayu, Pembimbing : DRA. HJ.DEWI SUSITA A,MS

**ABSTRAK**

Banyak Faktor Yang Mempengaruhi Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Listrik di antaranya strategi pemasaran produk, harga, distribusi, promosi dan personal traits. Pemasaran merupakan metoda atau cara dalam menyampaikan jasa kepada konsumen sedangkan strategi Pemasaran adalah fungsi manajemen yang berkontribusi pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Jasa merupakan tindakan atau kebijakan yang dilakukan oleh satu pihak dengan pihak lainnya, tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan jasa listrik. Sampel yang diteliti adalah Perusahaan PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar Cabang Padang yang berjumlah 415 orang. Data diolah dengan menggunakan Analisis SWOT. Dari hasil analisis diperoleh bahwa adanya kekuatan-kelemahan-Peluang-Ancaman Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar Cabang Padang. Dan adanya Analisis SWOT maka perusahaan dapat meningkat dan Maju.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal :  
**20 November 2008** dengan penguji:

Tanda Tangan			
Nama Terang	<b>Dra. Hj. Dewi Susita A, MS</b>	<b>Syarizal, SE, ME</b>	<b>Dra Yanti, MM</b>

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen : DR. Harif Amali Rivai, SE, M.Si

Nip 132 164 008

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda tangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Negara Republik Indonesia sedang melaksanakan pembangunan disegala bidang, baik pembangunan di bidang material maupun pembangunan di bidang spiritual. Setiap organisasi perusahaan pemerintah dan organisasi perusahaan swasta harus selalu berpartisipasi dalam pembangunan agar tujuan pembangunan dapat tercapai dengan sebaik-baiknya.

Untuk mewujudkan cita-cita bangsa dan tercapai tujuan nasional, maka sesuai dengan negara yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, Pemerintah Republik Indonesia menyelenggarakan administrasi pemerintah dengan memanfaatkan dan mendayagunakan segala kemampuan aparatur negara serta segenap dana dan daya.

Schubungan dengan ini, maka pemerintah berusaha berkesinambungan antara material dan spiritual dalam negara yang direncanakan dengan terarah dan realistis serta dilaksanakan secara bertahap, berdaya guna, berhasil guna, berkualitas tinggi dan sadar akan tanggung jawab sebagai warga negara. Setiap pegawai dibina dalam hal pengelolaan pemasaran khususnya penjualan jasa listrik dalam mencapai tujuan yang diinginkan oleh negara, organisasi maupun dalam mencapai tujuan yang diinginkan oleh negara, organisasi maupun perseorangan yang tidak terlepas dari sistem yang digunakan, baik berdasarkan ilmu, seni atau pengalaman.

Kebutuhan listrik ini merupakan kebutuhan yang sangat penting, dimana menyangkut hidup orang banyak yang bertujuan menciptakan kemakmuran bangsa dan negara. Dimana tercermin dalam UUD 1945 pasal 33 ayat 2 dan 3 yang menyatakan bahwa : “ *Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak, serta bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung dalam bumi yang merupakan pokok-pokok kemakmuran rakyat harus dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat* ” . Oleh karena itu, dikelola oleh pemerintah yang disebut aparatur perekonomian negara. Dimana aparatur perekonomian negara ini adalah BUMN yang ruang lingkupnya meliputi perbankan, keuangan, perdagangan dan sebagainya.

BUMN sebagai aparatur perekonomian negara berfungsi melaksanakan dan memperlancar pembangunan, memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada masyarakat, dan menambah sumber keuangan negara. BUMN bukan menambah beban anggaran belanja negara melainkan sebaliknya harus memperingan beban negara dengan memberikan kontribusi dalam pendapatan penerimaan negara.

PT. PLN adalah salah satu dari beberapa Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang dibentuk berdasarkan Undang-undang No 2 tahun 1992 yang sebelumnya adalah Perusahaan Listrik Negara yang tugas dan usahanya diarahkan kepada perbaikan ekonomi rakyat dan pembangunan ekonomi nasional dengan jalan memberikan penerangan dan pelayanan yang sebaiknya kepada masyarakat.

Dalam usahanya turut mensukseskan pembangunan, PT. PLN telah memberikan partisipasi yang cukup besar bagi pembangunan bangsa dan negara. Dalam pelaksanaan sehari-hari untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan, maka PT. PLN telah

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN – SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian serta pembahasan Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Listrik Pada PT.PLN (Persero) Wilayah Sumbar Cabang Padang maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Listrik Pada PT.PLN (Persero) Wilayah Sumbar mempunyai masa depan yang baik, berdasarkan data yang ada pada penerimaan penjualan listrik dari pelanggan pada tahun 2003 -2008 yang di peroleh dari perusahaan itu sendiri serta adanya kuesioner – kuesioner yang di sebarakan pada perusahaan
2. Kebijakan pemasaran yang diambil oleh PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar Cabang Padang yaitu :
  - a Kebijakan Produk  
Produk yang dihasilkan oleh PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar Cabang Padang hanya arus listrik yang juga mencakup keseluruhan bangunan dan pelayanan yang diberikan. Semua itu dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- PT. PLN (Persero), *Laporan Tahunan 2003 – 2007*, Wilayah Sumbar Cabang Padang
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- Fred R, David. *Manajemen Strategis*, Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta, 2001.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 1993.
- Kothler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Melenium 1 dan 2, Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- Kothler, Philip, *Dasar – Dasar Pemasaran*, Intermedia, Jakarta, 1987.
- Dydiet Hardjit, Ms, Dr, *Teori Organisasi dan Teknfs Pengorganisasian*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1995.
- Soetoyo, Siswanto, *Prinsip-Prinsip pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 1981.
- Thahar, Ye, Ferry, *Skripsi Peluang Pasar Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Listrik Pada PT. PLN (Persero) Wilayah III Cabang Padang*, Mahasiswa Bung Hatta, 1994.

MILITR  
UPT PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ANDALAS