

Kajian difusi inovasi listrik Prabayar : analisa persepsi pelanggan = Diffusion of innovation study on prepaid electricity : consumer perception analysis

Rahmi Hidayati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20281928&lokasi=lokal>

Abstrak

PT PLN (Persero) mengeluarkan produk listrik Prabayar sejak 6 tahun yang lalu dan saat ini sudah dipakai oleh 3,36% pelanggan. Untuk mempercepat diterimanya inovasi tersebut sehingga pelanggan mempunyai keinginan beralih dari pasca ke Prabayar, diperlukan sejumlah upaya komunikasi dengan menggunakan pesan-pesan kunci (key messages) yang membentuk persepsi positif. Untuk membangun key message yang sesuai, perlu dilakukan kajian mengenai persepsi pelanggan terhadap listrik Prabayar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemakaian listrik Prabayar membuat pelanggan dapat mengontrol pemakaian listrik sehingga tidak boros; dapat mengatur pengeluaran rumah tangga karena voucher bisa dibeli sesuai kebutuhan dan kemampuan; dapat pindah dari pasca ke Prabayar dengan biaya yang terjangkau; mudah mendapat voucher untuk isi ulang strum, dan mendapat meter listrik dengan kualitas baik.

PT PLN (Persero) has launched prepaid electricity since six years ago and had been used by 3,36% customer as March 2011. To expedite diffusion of prepaid method by persuading customer to switch from postpaid to prepaid, PLN need to do some communication activities which uses key messages that has ability to create positive perception.

Studying on customer perception about prepaid electricity shows that using prepaid electricity makes customer has ability to control their electricity usage, can manage their household expenses because they can buy the voucher based on their need and ability, they also can switch from postpaid to prepaid with affordable cost, can easily buy the voucher and get the electricity in good quality.