

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN ENERGI LISTRIK (STUDI KASUS: PT PLN (PERSERO) AREA AMBON)

R.A.de FRETES

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pattimura, Ambon

ABSTRAK

Berdasarkan data penjualan tenaga listrik pada laporan TUL III-09 tahun 2018, realisasi pendapatan PT PLN (Persero) secara nasional menurun sejak bulan Agustus 2017 sampai dengan saat ini. Kondisi tersebut terjadi juga pada PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon menunjukkan penurunan yang signifikan sejalan dengan adanya kebijakan pemerintah mencabut subsidi Listrik dari penggunaan daya 900 VA yang mengakibatkan turunnya nilai jual energi listrik. Penambahan jumlah pelanggan dan peningkatan penjualan tenaga listrik yang masih besar untuk saat ini dan di masa yang akan datang. PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon harus mampu memperbaiki proses bisnis dalam rangka memenuhi tuntutan kualitas dan pelayanan kepada pelanggan. Bila kualitas dan pelayanan kepada pelanggan sudah bagus, maka upaya untuk mendorong pelanggan melakukan Perubahan Daya (PD) ke daya minimal 1.300 VA akan lebih mudah dilakukan. Karena harga yang lebih mahal harus dibarengi dengan peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik, termasuk dalam hal kualitas keandalan tenaga listrik. PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon juga harus mampu mengikuti perubahan perkembangan teknologi dan mengupayakan program efisiensi penggunaan BBM.

Kata Kunci: Strategi, Peningkatan, Analisis SWOT.

ABSTRACT

Based on the selling data of electricity in 2018, disown his writings iii-09 year report the pt pln income persero (national) decline since august 2017 up to now. This condition also occurred for pt pln (persero) a region maluku and north maluku area ambon showed that the decrease in significant in line with the government policy deprive of electricity subsidy of use of 900 va which caused a decline in the value of selling electrical energy . Increasing the number of customers and sales increase of electric power is still big for now and in the future would datang.pt pln (persero) the maluku and north maluku area ambon must be able to fix of business process in order to meet the demands of the quality and service to the customers .If the quality of good and service to subscribers , then attempt to drive customers change of power to at least (pd) 1.300 va will be more difficult .Because higher prices must be accompanied with better quality service improvement , including in terms of quality the reliability of electric power .Pt pln (persero) the maluku and north maluku area ambon also must be able to follow the development of technology and to spend the change of the use of fuel .

Keywords: Strategy, increase, SWOT analysis

PENDAHULUAN

PT. PLN (Persero) Area Ambon merupakan unit kerja yang berada langsung di bawah PT. PLN (Persero) Wilayah Maluku dalam suatu Badan Usaha Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan, pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik, khususnya dalam memenuhi tenaga listrik pada Area Ambon.

Terjadinya peningkatan kebutuhan listrik yang semakin melonjak tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi rumah tangga, industri dan tingginya tingkat kepuasan bagi masyarakat adalah sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern.

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha penyediaan tenaga listrik dan peningkatan penjualan energi listrik serta pelayanan kepada konsumen, selain tergantung dari penyesuaian tarif tenaga listrik yang disediakan oleh PT PLN (Persero) dimana besaran Tarif Tenaga Listrik (TTL) tahun 2015 mengacu pada Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2014 tentang Tarif Tenaga Listrik yang disediakan oleh Perusahaan Perseroan yang ditetapkan di Jakarta pada tanggal 5 November 2014.

Peningkatan penjualan energi listrik merupakan hal utama didalam kelangsungan usaha penjualan energi listrik. Penjualan energi listrik oleh PT PLN (Persero) secara nasional terdiri atas 5 golongan tarif yaitu :

- R-1/TR, dengan daya 1.300 VA dan 2.200 VA
- R-2/TR, dengan daya 3.500 VA sampai 5.500 VA,
- R-3/TR, dengan daya 6.600 VA ke atas,
- B-2/TR, P-1/TR, dengan daya 6.600 VA sampai 200 kVA,
- B-3/TM, I-3/TM, P-2/TM, dengan daya diatas 200 kVA,
- I-4/TT, dengan daya 30.000 kVA ke atas,
- P-3/TR,
- L/TR, TM, TT.

Berdasarkan data penjualan tenaga listrik pada laporan TUL III-09 tahun 2018, realisasi pendapatan PT PLN (Persero) secara nasional menurun sejak bulan Agustus 2017 sampai dengan saat ini. Kondisi tersebut terjadi juga pada PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon menunjukkan penurunan yang signifikan sejalan dengan adanya kebijakan pemerintah mencabut subsidi Listrik dari penggunaan daya 900 VA yang mengakibatkan turunnya nilai jual energi listrik.

Berangkat dari permasalahan tersebut diatas maka penulis berusaha untuk meneliti suatu Upaya untuk Meningkatkan Penjualan Enrgi Listrik pada PT PLN (persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara khususnya Area Ambon.

LANDASAN TEORI

Konsep Dasar Energi Listrik dan daya listrik

Listrik adalah salah satu bentuk energi yang sangat penting dan menjadi kategori kebutuhan pokok yang tidak bisa dipisahkan bagi kehidupan umat manusia di era globalisasi ini selain makanan dan pakaian. Hal ini terjadi Karena hampir semua kebutuhan manusia yang berkaitan dengan peralatan menggunakan listrik sebagai energinya. Secara garis besar, energi listrik dapat diartikan sebagai salah satu faktor terpenting bagi kehidupan manusia sebab tidak sedikit sekali peralatan yang biasa kita gunakan menggunakan listrik sebagai sumber energinya.

Energi listrik merupakan energi yang berasal dari muatan listrik yang menimbulkan medan listrik statis atau Bergeraknya elektron pada konduktor (penghantar listrik) atau ion (positif atau negatif) pada zat cair atau gas. Listrik memiliki satuan yang tersimpan dalam arus listrik dengan satuan ampere (A) dan tegangan listrik dengan satuan volt (V), dengan ketentuan kebutuhan konsumsi daya listrik dengan satuan watt (W). Energi yang dihasilkan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti air, minyak, batubara, angin, panas bumi, nuklir, matahari dan lainnya.

Daya listrik didefinisikan sebagai laju hantaran energi listrik dalam rangkaian listrik. Satuan daya listrik adalah watt (W) yang menyatakan banyaknya tenaga listrik yang mengalir per satuan waktu. Arus listrik yang mengalir dalam rangkaian dengan hambatan listrik menimbulkan kerja. Piranti mengkonversi kerja ini ke dalam berbagai bentuk yang berguna. Daya listrik, seperti daya mekanik, dilambangkan dengan huruf P dalam persamaan listrik. Alat-alat listrik dalam kehidupan sehari-hari memiliki daya yang berbeda-beda bergantung pada fungsi alat tersebut.

Tarif dasar listrik atau biasa disingkat TDL, adalah tarif yang dikenakan oleh pemerintah untuk para pelanggan PT PLN (PERSERO). PT PLN (PERSERO) adalah satu-satunya perusahaan yang boleh menjual listrik secara langsung kepada masyarakat Indonesia, maka TDL bisa dibilang adalah tarif untuk penggunaan listrik di Indonesia. Pada dasarnya tarif dasar ini merupakan faktor yang mempengaruhi subsidi listrik, yang artinya selisih antara harga jual/ tarif listrik dengan biaya produksinya, dimana harga jual itu merupakan seluruh rupiah penjualan tenaga listrik pelanggan suatu daerah itu sendiri. Saat ini masih terdapat selisih yang jauh antara biaya produksi dengan harga jualnya ke konsumen. Untuk menutupi selisih tersebut pemerintah membayar dalam bentuk subsidi kepada PT PLN (PERSERO) untuk menjaga agar PT PLN (PERSERO) dapat terus beroperasi menyediakan pasokan listrik.

Strategi

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Glueck dan Jauch, p.9, 1989). Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "strategia" yang diartikan sebagai "the art of the general" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.

Definisi strategi secara umum dan khusus sebagai berikut :

1. Definisi umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

2. Definisi khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

Metode SWOT

Analisis Matriks Faktor Strategi Internal dan Eksternal

A. Analisis matriks faktor Strategi Internal

Analisis matriks faktor strategi internal merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan maupun kelemahan terbesar dari suatu industri . Tahapan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan industri.

b. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari

1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi industri. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)

c. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi industri yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, bersifat kebalikannya. Mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya adalah berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0.

d. Menjumlahkan skor pada pembobotan bagi industri yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana industri tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Langkah-langkah yang maksud di atas, lebih jelas dijabarkan dalam Tabel 1

Matriks *Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)*

Faktor-faktor Internal	Bobot	Peringkat / Rating	Skor
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6. Dst....			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6. Dst...			
Total	1,0		

Sumber: Sianipar dan Entang (2001)

B. Analisis Matriks Faktor Strategi Eksternal

Analisis matriks faktor strategi eksternal adalah metode yang digunakan untuk menentukan peluang maupun ancaman yang ada di luar industri yang dapat memberikan dampak pada industri. Tahapan dalam analisis ini meliputi:

- Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi ancaman dan peluang bagi suatu industri.
- Memberi bobot masing-masing faktor dalam mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi industri yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- Mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya adalah berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- Menjumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi industri yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana industri tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya

Matriks *External Factor Analysis Strategy (EFAS)*

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Peringkat / Rating	Skor
Peluang			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6. Dst			
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6. Dst			
Total	1,0		

Sumber: Sianipar dan Entang (2001)

Diagram internal-eksternal (IE)

David (2006:30 1) menyatakan bahwa untuk memposisikan perusahaan-perusahaan besar pada tingkat multi divisional atau perusahaan-perusahaan korporasi dibutuhkan adanya Matriks *Internal-Eksternal* yang terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor dari matriks *IFE* pada sumbu X dan total skor dari matriks *EFE* pada sumbu Y. Matriks *Internal-Eksternal (IE)* ini sering disebut dengan Matriks Portofolio yang terdiri dari sembilan sel seperti yang tertera pada Gambar .2

		Kuat (3,0 - 4,0)	Rata-rata (2,0 - 2,99)	Lemah (1,0 - 1,99)	
		4,0	3,0	2,0	1,0
Tinggi (3,0 - 4,0)	3,0	I	II	III	
Menengah (2,0 - 2,99)	2,0	IV	V	VI	
Rendah (1,0 - 1,99)	1,0	VII	VIII	IX	

Matriks Internal-Eksternal

Sumber: David (2006: 301)

Dari diagram di atas diperoleh sembilan sel dengan tiga implikasi strategi berbeda (David, 2006: 302) yaitu:

1. Sel I, II, IV strategi yang seharusnya diterapkan adalah strategi Tumbuh dan Kembangkan (*Growth and Build*) yang terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.
2. Sel III, V, VII strategi yang tepat diterapkan dalam sel ini adalah strategi Jaga dan Pertahankan (*Hold and Maintain*) yang terdiri dari penetrasi pasar dan pengembangan produk.
3. Sel VI, VIII dan IX, strategi yang sebaiknya dilakukan adalah strategi Tuai atau Divestasikan (*Harvest or Divest*).

Rangkuti (2006:42-43) menyatakan bahwa model matriks internal- eksternal yang terdiri dari sembilan sel tersebut ditujukan untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat (perusahaan-perusahaan besar yang multidivisional) untuk mengembangkan strategi secara lebih detail.

Analisis SWOT

Istilah *SWOT* berasal dari kata :

- *Strength* (Kekuatan)
- *Weaknesses* (Kelemahan)
- *Opportunities* (Kesempatan)
- *Threats* (Ancaman)

Yang dimaksud dengan analisis *SWOT* adalah suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal akan ditentukan aspek- aspek yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), kesempatan (*Opportunities*), dan yang menjadi ancaman (*Threats*) sebuah organisasi. Dengan begitu, akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan (Rangkuti, 2005:19).

Satu hal yang harus diingat baik-baik oleh para pengguna analisis *SWOT*, bahwa analisis *SWOT* adalah semata-mata sebuah alat analisa yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi, dan bukan sebuah alat analisa ajaib yang mampu memberikan jalan keluar yang cepat bagi masalah-masalah yang dihadapi oleh organisasi.

a) Komponen Analisis *SWOT*

Analisis *SWOT* terbagi atas empat komponen dasar yaitu :

1. *Strengths* (*S*)
Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri.

2. *Weaknesses (W)*

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri.

3. *Opportunities (O)*

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa dataang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

4. *Threats (T)*

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

b) Kombinasi Strategi Analisis *SWOT*

Kombinasi strategi dari Matrik *SWOT* adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO yaitu strategi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO yaitu strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT

Langkah-langkah Analisis Data Analisis *SWOT*

Langkah penelitian ini akan menerangkan bagaimana analisis dilakukan, mulai dari data mentah yang ada sampai pada hasil penelitian yang dicapai. Dalam penelitian ini, langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut:

1. Melakukan pengklasifikasian data, faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal organisasi, peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal organisasi. Pengklasifikasian ini akan menghasilkan tabel informasi *SWOT*.
2. Melakukan analisis *SWOT* yaitu membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal organisasi Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*).
3. Dari hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan dikembangkan menjadi keputusan pemilihan strategi yang memungkinkan untuk dilaksanakan. Strategi yang dipilih biasanya hasil yang paling memungkinkan (paling positif) dengan resiko dan ancaman yang paling kecil.

Kombinasi faktor internal dengan faktor eksternal ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT, seperti yang terlihat dalam Tabel .3

Matriks Analisis *SWOT*

IFAS EFAS	<i>STRENGTHS (S)</i> Tentukan faktor- faktor kekuatan internal	<i>WEAKNESSES (W)</i> Tentukan faktor- faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>TREATHS (T)</i> Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Diadaptasi dari Rangkuti (2002:3 1)

METODE PENELITIAN

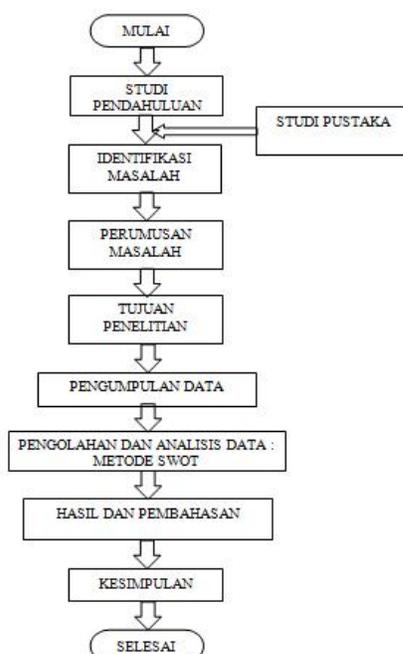
Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif memiliki beberapa tahapan yang digunakan dalam penelitian kali ini :

- a. Metode Penelitian : kualitatif, yaitu menganalisis peran dan perilaku pelanggan serta potensi perusahaan.
- b. Proses pengumpulan dan analisis informasi, penafsiran dan penarikan kesimpulan;
 - Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, diskusi dengan berbagai narasumber dan penelusuran dokumen terkait sesuai dengan dua belas variabel penelitian.
 - Analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif adalah pengujian dengan menganalisis dengan menggunakan analisa SWOT

Penafsiran dan penarikan kesimpulan didasarkan pada hasil Analisa SWOT.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar Diagram alir penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan External

Untuk mencapai sasaran strategis terkait dengan peningkatan kWh jual rata-rata, maka langkah awal yang dilakukan adalah dengan menganalisa kondisi di lingkungan PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon saat ini baik internal maupun external menggunakan metode analisis SWOT.

Faktor – faktor internal yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan dapat dibedakan sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan)

- Memiliki jangkauan pasar tenaga listrik yang masih luas.
- Memiliki SDM yang masih muda.
- Komitmen dari manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
- Memiliki fasilitas pendukung seperti aplikasi sistem informasi terpusat berbasis online system.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Keterbatasan informasi produk pelayanan kepada pelanggan.
- Kurangnya sosialisasi terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan.
- Kompetensi pegawai yang masih rendah.

Faktor – faktor internal yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan dapat dibedakan sebagai berikut:

1. *Opportunity* (Peluang)

- Jumlah daerah yang berkembang semakin banyak.
- Rendahnya tingkat persaingan dalam bisnis tenaga listrik.
- Adanya dukungan kebijakan dari PLN Pusat.

- Kebijakan PT PLN untuk program efisiensi BBM.

2. Threat (Tantangan)

- Tuntutan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
- Tuntutan kualitas keandalan sistem ketenagalistrikan.
- Perkembangan teknologi yang semakin cepat.
- Rendahnya dukungan masyarakat terhadap PLN.

Identifikasi Matriks Internal dan External

a. Matriks internal

Pembobotan dilakukan dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan (*paired comparison*) terhadap faktor kekuatan dan kelemahan. Hasil selengkapnya seperti tabel:

Evaluasi Faktor Internal

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki jangkauan pasar tenaga listrik yang luas	0,250	3	0,750
2	Memiliki SDM yang masih muda	0,350	4	1,400
3	Komitmen Manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan	0,300	4	1,200
4	Memiliki fasilitas pendukung (aplikasi system informasi terpusat berbasis online sistem)	0,100	2	0,200
	<i>Jumlah Kekuatan</i>	<i>1,000</i>		<i>3,550</i>
	Kelemahan			
1	Keterbatasan informasi produk pelayanan kepada pelanggan	0,350	3	1,050
2	Kurangnya sosialisasi terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan	0,450	4	1,800
3	Kompetesi pegawai yang masih rendah	0,200	1	0,200
	<i>Jumlah kelemahan</i>	<i>1,000</i>		<i>3,050</i>
	Posisi Faktor Internal			0,400

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil tersebut diatas, maka total skor faktor internal untuk faktor kekuatan adalah sebesar 3,550 dan untuk faktor kelemahan adalah sebesar 3,050. Ini menunjukkan bahwa posisi internal strategi peningkatan kWh jual rata-rata dikatakan lemah sehingga tidak terlalu berdampak untuk peningkatan kWh jual rata-rata

b. Matriks External

Pembobotan dilakukan dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan (*paired comparison*) terhadap faktor peluang dan kelemahan. Hasil selengkapnya seperti tabel:

Evaluasi Faktor Internal

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Jumlah daerah yang berkembang semakin banyak	0,550	4	2,200
2	Rendahnya tingkat persaingan dalam bisnis tenaga listrik	0,200	3	0,600
3	Adanya dukungan kebijakan dari PLN pusat	0,150	4	0,600
4	Kebijakan PT PLN untuk program efisiensi BBM	0,100	3	0,300
	<i>Jumlah Peluang</i>	<i>1,000</i>		<i>3,700</i>
	ANCAMAN			
1	Tuntutan kualitas pelayanan kepada pelanggan	0,300	3	0,900
2	Tuntutan kualitas keandalan system ketenagalistrikan	0,300	3	0,900
3	Perkembangan teknologi yang semakin cepat	0,150	1	0,150
4	Rendahnya dukungan masyarakat terhadap PLN	0,250	1	0,250
	<i>Jumlah Ancaman</i>	<i>1,000</i>		<i>2,200</i>
	Posisi Faktor Eksternal			0,950

Sumber : Data diolah

Matriks Space (Strategic Position and Action Evaluation)

Matriks SPACE merupakan kerangka empat kuadran yang menunjukkan apakah strategi agresif, konservatif, defensive, atau kompetitif yang paling sesuai untuk suatu organisasi tertentu. Sumbu-sumbu matriks SPACE menunjukkan dua dimensi internal dan dua dimensi eksternal, yaitu:

1. Financial Strength (FS)
2. Competitive Advantages (CA)
3. Environmental Stability (ES)
4. Industri Strength (IS)

Berdasarkan hasil-hasil yang didapat dari analisis internal dan eksternal seperti dituliskan diatas, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Skor Total Kekuatan 3,550
2. Skor Total Kelemahan 3,050
3. Skor Total Peluang 3,700
4. Skor Total Ancaman 2,200

Dari hasil perhitungan diatas, didalam perhitungan strateginya memerlukan penegasan dari adanya posisi dalam salib sumbu yaitu antara kekuatan dan kelemahan, maupun peluang dan ancaman yang kesemuanya digambarkan dalam garis-garis positif dan negatif. Hal ini mengakibatkan skor total kekuatan tetap 3,550, skor total kelemahan menjadi -3,050, sedangkan skor total peluang 3,700 dan skor total ancaman menjadi -2,200.

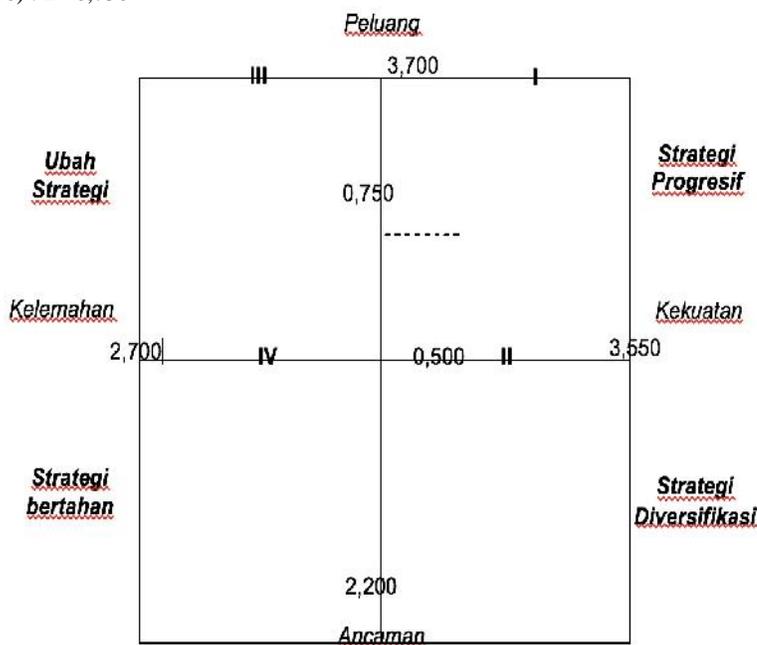
Dari analisis tersebut diatas bahwasannya faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan dan pengaruh faktor peluang juga lebih besar dari faktor ancaman. Untuk mencari koordinatnya dapat dicari dengan cara sebagai berikut:

Koordinat Analisis Internal:

(skor total kekuatan – skor total kelemahan):2=
 $(3,550 - 3,050) : 2 = 0,500$

Koordinat Analisis Eksternal:

(skor total peluang – skor total ancaman) : 2=
 $(3,700 - 2,200) : 2 = 0,750$



Matriks SPACE Peningkatan KWh jual rata-rata

Untuk mengidentifikasi strategi yang diperlukan untuk menjawab kelemahan dan ancaman PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon dengan melihat faktor kekuatan dan peluang yang ada.

Kerangka analisis yang digunakan adalah :

1. Strategi S-O : memanfaatkan *STRENGTH* untuk menggapai *OPPORTUNITY*.
Memanfaatkan beberapa keunggulan (kekuatan) dan pesatnya perkembangan pembangunan daerah untuk dapat menangkap peluang penambahan jumlah pelanggan dan meningkatkan penjualan tenaga listrik.
2. Strategi S-T : memanfaatkan *STRENGTH* untuk menghadapi *THREAT*.
Penerapan aplikasi AP2T dan APKT harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan untuk menghadapi tuntutan kualitas pelayanan pelanggan yang cepat dan tepat sasaran.
3. Strategi W-O : mengatasi *WEAKNESS* untuk memanfaatkan *OPPORTUNITY*.
Penyampaian informasi terkait produk dan bentuk pelayanan kepada pelanggan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon juga harus memperbaiki proses bisnis agar dapat menangkap peluang peningkatan penjualan tenaga listrik dan program efisiensi penggunaan BBM.
4. Strategi W-T: mengatasi *WEAKNESS* sekaligus menghadapi *THREAT*.
Selain mengupayakan informasi data talenta pegawai dalam rangka perencanaan penempatan pegawai pada posisi yang strategis, PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon juga harus memperbaiki proses bisnis pelayanan pelanggan agar mampu memenuhi tuntutan kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan dan keandalan tenaga listrik, tanpa mengesampingkan ancaman perkembangan teknologi yang semakin hari semakin cepat

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada PT.PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Penambahan jumlah pelanggan dan peningkatan penjualan tenaga listrik yang masih besar untuk saat ini dan di masa yang akan datang.
2. PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon harus mampu memperbaiki proses bisnis dalam rangka memenuhi tuntutan kualitas dan pelayanan kepada pelanggan. Bila kualitas dan pelayanan kepada pelanggan sudah bagus, maka upaya untuk mendorong pelanggan melakukan Perubahan Daya (PD) ke daya minimal 1.300 VA akan lebih mudah dilakukan. Karena harga yang lebih mahal harus dibarengi dengan peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik, termasuk dalam hal kualitas keandalan tenaga listrik.
3. PT PLN (Persero) Wilayah Maluku dan Maluku Utara Area Ambon juga harus mampu mengikuti perubahan perkembangan teknologi dan mengupayakan program efisiensi penggunaan BBM

DAFTAR PUSTAKA

- A.Arismunandar dan S. Kewahara, (1975), *Buku Pegangan Teknik Tenaga Listrik* Jilid 1, Jakarta.
- Anwir B.S, (1994) *Pengetahuan Tentang Teknik Listrik*, Penerbit Buku Teknik, Jakarta.
- Bishop, Owen. (2004)., *Dasar-Dasar Listrik*. Erlangga. Jakarta.
- Horgren, Charles T., Datar, SrikantM.,&Rajan Madhav V. (2011). *Cost Accounting*. Pearson.
- Marsudi, Djiteng. (2006)., *Operasi Sistem Tenaga Listrik*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Matsukawa, Isamu.(2017). *The effect of average revenue regulation on electricity*. Journal of Energy Economics.
- Rangkuti, Freddy.(2003)., *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.: PT Gramedia Pustaka Utama* Jakarta.
- Rachmawati, H. M., & Pratama, A. J. (2017). *Analisa Metode Swot Dan Perencanaan Strategi Guna Menentukan Strategi Bisnis Perusahaan Panel Listrik Pada PT. Laksana Panel*. Prosiding SNATIF, 701-707.
- Rustiana, E., & Cuapiadi, H. (2016)., *Analisis Manajemen Strategi Pada PT. PLN (Persero)(Studi Kasus UPJ Garut Kota-Kabupaten Garut)*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 18(1), 12-21.
- Hariato, E. V. (2014). *Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Panel Listrik*. Agora, 2(1), 518-527.
- <http://www.ilmusahid.com/2015/09/pengertian-energi-listrik-fungsi-energi.html>