

## IMPLEMENTASI APLIKASI PLN *MOBILE* DALAM MEMBANTU AKTIVITAS PEMASARAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP KALASAN

Ihsanul Fikri <sup>1)</sup>, Anas Hidayat <sup>2)</sup>, Nur Azizah Basyirah <sup>3)</sup>

Department of Magister Management, Faculty of Business and Economics, University of Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Correspondence		
Email: <a href="mailto:20311025@students.uii.ac.id">20311025@students.uii.ac.id</a>	No. Telp:	
Submitted 23 April 2024	Accepted 30 April 2024	Published 01 Mei 2024

### ABSTRACT

Kegiatan magang merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih sebagai syarat penyelesaian tugas akhir program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomi. Tugas magang akhir ini penulis tulis dengan mempelajari salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT. PLN (Persero), khususnya Unit Pelayanan Pelanggan (ULP) Kalasan. Perusahaan perlu meningkatkan dan mempertahankan pelayanannya agar pelanggan bersedia berhubungan dengan perusahaan dan menggunakan jasa perusahaan agar perusahaan dapat terus sehat dan berkembang. Perusahaan khususnya layanan pelanggan telah melakukan berbagai inovasi, salah satunya adalah layanan pelanggan berupa aplikasi PLN *Mobile* untuk memudahkan pelanggan dan perusahaan untuk selalu terhubung. Dari permasalahan tersebut penulis ingin menganalisis pelayanan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dengan pelayanan yang memudahkan pelanggan dan perusahaan. Tugas akhir magang ini disusun penulis dengan menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi pada saat penulis sedang melaksanakan kegiatan magang.

**Kata kunci:** Inovasi; Pelayanan Pelanggan; Penjualan; Kepuasan Konsumen.

### PENDAHULUAN

Perjalanan PT PLN (Persero) dimulai pada 27 Oktober 1945, saat Presiden Soekarno mendirikan Jawatan Listrik dan Gas di bawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga. Tujuan pembentukan jawatan ini adalah untuk mengelola pembangkit listrik yang saat itu memiliki kapasitas total sebesar 157,5 MW. Seiring berjalannya waktu, perusahaan ini mengalami berbagai perubahan bentuk hingga pada tahun 1994, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1994, bertransformasi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) yang dikenal sebagai PT Perusahaan Listrik Negara atau lebih dikenal dengan singkatan PT PLN (Persero). Perubahan ini resmi tercatat dalam akta notaris 169 yang dikeluarkan pada tanggal 30 Juli 1994 oleh Sutjipto, seorang notaris terkemuka pada masa itu (*Company Profile*, n.d.).

Penjualan listrik PT PLN (Persero) juga berhasil meningkat sebesar 6,3% dari 257,6 *Terrawatt hour* (TWh) pada tahun 2021, menjadi 273,8 TWh pada tahun 2022. Peningkatan ini berdampak pada kenaikan pendapatan penjualan tenaga listrik sebesar 7,7% dari Rp288,9 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp311,1 triliun pada tahun 2022. pendapatan penjualan tenaga listrik 7,7% dari Rp288,9 triliun pada tahun 2021, menjadi Rp311,1 triliun pada tahun 2022 (Gregorius Adi Trianto, 2023).

PT PLN (Persero) merupakan satu-satunya BUMN yang menyediakan jasa ketenagalistrikan. Berdiri sejak tanggal 1 Januari 1965. PT PLN (Persero) memiliki jumlah pelanggan tetap pada akhir tahun 2022 sebesar 85.636.198 pelanggan meningkat 3,75% dari akhir tahun 2021 (PT PLN (PERSERO), n.d.).

PT PLN (Persero) tetap berkewajiban untuk memberikan pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat meskipun berbadan hukum perusahaan dan menjalankan operasinya untuk memaksimalkan keuntungan. PT PLN (Persero) berdedikasi untuk mengelola



efektivitas, prinsip akuntansi biaya, dan pengembangan organisasi yang selalu efektif, efisien, dan murah. Untuk mencapai itu semua PT PLN perlu untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif dan efisien baik dari produk, layanan ataupun program menarik yang di terapkan oleh PT PLN untuk bisa memberikan pemahaman dan layanan mengenai listrik terhadap masyarakat dan menumbuhkan rasa kepercayaan produk yang ditawarkan.

PT PLN (Persero) ULP Kalasan yang merupakan bagian dari sub-unit dibawah UP3 Yogyakarta memiliki tugas sebagai tangan untuk memperpanjang kegiatan UP3 Yogyakarta termasuk aktivitas pemasaran dalam ruang lingkup tertentu. Aktivitas pemasaran di PLN ULP Kalasan berlangsung kurang efektif karena dalam perusahaan sub-unit ini tidak memiliki karyawan yang bergerak khusus dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran biasanya dilakukan oleh pegawai pelayanan pelanggan dan karyawan lain diluar bidang yang dikerjakan. Hal ini membuat mereka merasa adanya pekerjaan tambahan yang mengganggu fokus pekerjaan utama para karyawan.

Dengan pesatnya kemajuan teknologi, inovasi dalam pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus terus dikembangkan untuk menjawab tuntutan dan perubahan yang dibawa oleh masyarakat serta perkembangan teknologi. PT. PLN (Persero) terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas layanannya dari berbagai segi, termasuk layanan pelanggan, infrastruktur, sumber daya manusia, dan akuntabilitas. Salah satu inovasi yang diimplementasikan adalah PLN *Mobile*, yang dirancang untuk meningkatkan kemudahan akses pelanggan terhadap layanan.

Perusahaan tidak hanya berfokus pada penjualan kepada pelanggan, tetapi juga pada upaya mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen melalui strategi-strategi yang bertujuan untuk memelihara hubungan tersebut (Yusufhadi Miarso, 2007).

Penelitian dalam jurnal Departemen Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (Urfany & Muthohar, 2022) menunjukkan bahwa konsumen merupakan komponen penting dalam perusahaan agar dapat berkembang sehingga dalam menjaga loyalitas konsumen, perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan karena kualitas layanan memiliki dampak yang sangat penting dan positif terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Sesuai dengan konsep Manajemen Pemasaran menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2011:6) dalam buku "Manajemen Pemasaran" edisi ke-13, Manajemen Pemasaran merupakan seni dan ilmu dalam menentukan pasar sasaran, memperoleh, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan cara menciptakan, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai kepada pelanggan (Kotler, 2011).

Kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis di PT PLN (Persero) ULP Kalasan bermula dari pengamatan penulis mengenai pelayanan pelanggan yang dilakukan oleh perusahaan. Penulis berusaha untuk menganalisis pelayanan pelanggan melalui inovasi aplikasi PLN *Mobile* yang dapat berpengaruh kepada pemasaran yang dilakukan PT PLN (Persero) ULP Kalasan.

## Kajian Literatur

### 1.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena dapat mengoptimalkan pelaksanaan tugas-tugas manusia melalui pembagian tugas yang spesifik dan pengembangan skala operasi yang sesuai dengan kebutuhan zaman saat ini. Terdapat tiga alasan utama mengapa manajemen menjadi sangat diperlukan, yaitu untuk mencapai berbagai tujuan yang telah ditetapkan, untuk mempertahankan keseimbangan antara

beragam tujuan yang mungkin bertentangan, dan untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas yang optimal dalam menjalank (Anang Firmansyah & Budi Mahardika, 2020).

Menurut J. Station, pemasaran merupakan sebuah sistem yang mencakup seluruh kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa agar dapat memuaskan kebutuhan baik dari pelanggan yang sudah ada maupun calon pembeli (Husein Umar, 2007).

Manajemen pemasaran terjadi saat salah satu pihak yang terlibat dalam potensi pertukaran mempertimbangkan bagaimana memperoleh respon yang diharapkan dari pihak lain. Keberhasilan dalam pengelolaan operasional perusahaan tergantung pada pelaksanaan manajemen pemasaran yang efektif. Dengan menerapkan dan melaksanakan manajemen pemasaran dengan tepat, perusahaan dapat mengoptimalkan potensinya dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Sumarsid & Paryanti Atik Budi, 2022).

## 1.2 Inovasi

Bagi organisasi, inovasi terlihat jelas. sebagai produk yang diperlukan untuk memelihara proses organisasi. Inovasi didasarkan pada pendekatan sumber daya, yang memandang dirinya sebagai dasar untuk mencapai keunggulan kompetitif, yang melaluinya perusahaan dapat menciptakan kemampuan pada tingkat yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, inovasi menjadi pendorong penting untuk mencapai daya saing berkelanjutan (Lestari Endah Rahayu, 2019).

## 1.3 Pelayanan Pelanggan

Pelayanan merujuk pada serangkaian kegiatan yang bersifat abstrak yang terjadi melalui interaksi antara konsumen dengan karyawan atau elemen lain yang disediakan oleh penyedia jasa, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan atau masalah yang dihadapi oleh konsumen atau pelanggan (Ratmiko & Atik Septi Winarsih, 2015).

Griffin (2007:31) menjelaskan bahwa definisi pelanggan (Customer) memberikan pemahaman yang penting untuk mengapa perusahaan perlu menciptakan dan memelihara pelanggan, bukan hanya menarik pembeli. Pelanggan adalah individu yang telah terbiasa melakukan pembelian dari perusahaan Anda. Kebiasaan ini terbentuk melalui serangkaian pembelian dan interaksi yang berulang selama periode waktu tertentu (Arfifahani, 2018).

## 1.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah komponen penting dari strategi manajemen pemasaran dan telah menjadi faktor kunci dalam kesuksesan sebuah organisasi. Perkembangan kualitas ini dipengaruhi oleh tingkat persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahap perkembangan ekonomi, serta budaya dan sosial masyarakat (Sumarsid & Paryanti Atik Budi, 2022).

Indikator Kualitas Pelayanan menurut (Kotler & K. L. K, 2016) terdapat lima indikator kualitas layanan yang harus dipenuhi:

- a. *Tangible*/ bukti fisik  
Bukti fisik menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar.
- b. *Reliability*/ keandalan  
Keandalan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, dengan akurat dan dapat diandalkan.
- c. *Responsiveness*/ daya tanggap

Daya tanggap menggambarkan kemauan untuk memberikan bantuan dan layanan yang cepat serta akurat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi dengan jelas dan didukung oleh keinginan karyawan untuk membantu pelanggan.

d. *Assurance*/jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk membangun kepercayaan pelanggan, termasuk pengetahuan, sikap sopan, dan keandalan karyawan, serta keamanan dari risiko dan kecurigaan.

e. *Emphaty*

Empati menunjukkan kemampuan perusahaan atau karyawan perusahaan dalam memberikan layanan dengan tulus kepada pelanggan, dengan usaha untuk memahami keinginan pelanggan, termasuk kemudahan dalam berkomunikasi, hubungan yang baik, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen.

### 1.5 Kepuasan Pelanggan

Dengan adanya kemajuan teknologi akan mengakibatkan meningkatnya tingkat persaingan antar perusahaan dalam rangka mempertahankan dan mendapatkan pelanggan. Akibatnya sebagian besar perusahaan berlomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik merupakan nilai positif bagi operasional sebuah perusahaan. Oleh karena itu perusahaan sebisa mungkin harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan perkembangan teknologi. Usaha untuk memperoleh pelanggan tidaklah mudah, perusahaan memerlukan strategi untuk memperbaiki kepuasan pelanggan. Performa pelayanan suatu perusahaan berperan penting dalam meningkatkan minat pelanggan.

Menurut (Tjiptono, 2012), kepuasan pelanggan adalah evaluasi subjektif yang mencerminkan perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dimilikinya.

### Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, di mana peneliti terjun langsung dan mengalami objek penelitian secara langsung. Metode yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan tepat tentang objek penelitian.

Penelitian kualitatif ini melibatkan peneliti sebagai instrumen kunci, dan digunakan untuk menyelidiki kondisi alami dari objek penelitian (Sugiyono, 2016). Alasan penggunaan metode pendekatan kualitatif adalah karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian, yang kemudian dapat digunakan untuk menetapkan tujuan penelitian.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan data dan informasi berdasarkan kenyataan yang diperoleh dari lapangan (Kunto & Suharsimi Ari, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi yang diperoleh dari tempat instansi peneliti terjun langsung yang berhubungan dengan Aplikasi PLN *Mobile* pada PT PLN (Persero) ULP Kalasan dan diperkuat oleh internet *searching*, dokumentasi, dan jurnal.

### Hasil dan Pembahasan

#### 2.1 Analisis Pelayanan Pelanggan

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam kegiatan magang divisi Pelayanan Pelanggan dan Administrasi pada Unit Layanan Pelanggan (ULP) Kalasan yang dilakukan selama empat bulan dimulai sejak tanggal 27 Februari 2023 sampai 27 Juni

2023, peneliti mengamati bahwa terdapat beberapa jenis pelayanan pelanggan sebagai berikut :

1. Pelayanan Informasi

Layanan informasi terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Informasi kepada pelanggan terkait layanan produk, pembelian token Prabayar, pembayaran cicilan, pembayaran penyambungan, tarif, status permohonan penyambungan baru atau perubahan daya, tagihan listrik dan non-listrik, serta prosedur Instalasi Baru (PB)/Ganti Listrik (PD) dan prosedur perubahan nama.
- b. Data pelanggan internal berupa data informasi petugas PLN terkait produk layanan, data teknis, angsuran, pembacaan meter permanen, history perubahan data pelanggan, history permintaan layanan, history layanan penerangan sementara, history layanan P2TL, stempel meter Prabayar

2. Pelayanan Permintaan Permohonan Pasang Baru

Dalam hal permintaan permohonan pasang baru layanan, langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Tahapan Registrasi: Setiap calon pelanggan dapat mengajukan permohonan pasang baru baik secara langsung di kantor terdekat atau melalui platform daring, dan semua data terkait pelanggan dicatat dalam formulir permohonan penyambungan baru.
- b. Surat Persetujuan: Permohonan pasang baru dapat diproses setelah pelanggan menerima surat persetujuan penyambungan. Persetujuan ini dapat berupa surat resmi atau kode registrasi yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Unit layanan pelanggan Kalasan terkoneksi dengan sistem pelayanan pelanggan terpusat (AP2T), sehingga persetujuan disampaikan dalam bentuk kode registrasi untuk pembayaran selanjutnya.
- c. Persetujuan perjanjian penjualan tenaga listrik: Sebelum memulai penyambungan baru, perlu ada perjanjian yang ditanda tangan oleh pihak yang jabatannya lebih tinggi seperti manager.
- d. Biaya Penyambungan dan Pembayaran: Pelanggan akan dikenai biaya penyambungan sesuai dengan kebijakan PLN. Jika pelanggan memilih opsi koneksi yang lebih andal daripada yang ditetapkan, mereka akan membayar Biaya Penyambungan RAB yang telah disetujui. Prosedur pembayaran Biaya Penyambungan dapat dilakukan melalui layanan perbankan atau metode pembayaran yang ditetapkan oleh wilayah.
- e. Proses Penyambungan Layanan: Tahap ini melibatkan penerbitan surat perintah kerja, pelaksanaan penyambungan layanan, penarikan koneksi yang lama, pemasangan alat ukur/MCB baru, dan pemeriksaan akurasi alat ukur/MCB.
- f. Pembaruan Data Pelanggan: Setiap pelaksanaan penyambungan layanan didokumentasikan dalam berita acara, yang kemudian diintegrasikan ke dalam proses pembaruan data pelanggan dalam aplikasi HOME. Hal ini memastikan bahwa informasi pelanggan terbaru terdokumentasi dengan baik dalam sistem arsip pelanggan.

3. Pelayanan Permintaan Permohonan Perubahan Daya

- a. Prosedur untuk melakukan perubahan daya oleh pelanggan sama seperti pada prosedur penyambungan baru. Tetapi pada permohonan perubahan daya, pelanggan harus mencantumkan nomor identitas pelanggan yang ingin dirubah.
- b. Sebelum perubahan daya dilakukan, pelanggan harus memnuhi sangkutan rekening dan beban pembayaran lainnya untuk dibayar.

4. Pelayanan Permohonan Ubah Nama Pelanggan

- a. Proses permintaan perubahan nama pelanggan dibagi menjadi dua bagian: "ubah nama" dan "balik nama". Perubahan nama pelanggan merujuk pada pergantian nama tanpa perubahan kepemilikan hak atas layanan listrik. Sementara itu, balik nama pelanggan mengacu pada perubahan nama yang juga melibatkan transfer kepemilikan hak atas layanan.
  - b. Setiap calon pelanggan dapat mengajukan permohonan ubah nama dengan cara datang langsung ke kantor terdekat atau melalui layanan online. Semua informasi terkait pelanggan dicatat dalam formulir permohonan perubahan nama pelanggan.
  - c. Surat jawaban perlu segera diterbitkan dan disampaikan kepada pelanggan dalam bentuk surat atau kode registrasi untuk memfasilitasi pembayaran.
  - d. Dalam transaksi perubahan nama, pelanggan tidak dikenakan syarat atau ketentuan baru terkait pembelian listrik. Namun, biaya tambahan mungkin dikenakan. Sementara itu, untuk transaksi pengalihan nama pelanggan, kontrak penjualan listrik baru akan disusun.
  - e. Pelaksanaan perubahan nama pelanggan atau perubahan data pelanggan dilakukan setelah kontrak atau persyaratan tambahan ditandatangani dan kewajiban, jika ada, telah disepakati.
5. Layanan pengaduan pelanggan mencakup:
- Pemadaman listrik
  - Layanan kelistrikan
  - Kwh Meter
  - IConnet
  - Gangguan instalasi pelanggan (ListriQu)
  - Program konversi kompor induksi
  - Pengaduan layanan home charging.

## 2.2 Layanan Aplikasi PLN *Mobile*

Aplikasi PLN *Mobile* menyajikan sejumlah fitur yang mempermudah akses layanan listrik, menyediakan platform untuk pengaduan umum, dan menambahkan opsi yang memudahkan pelanggan. Diharapkan bahwa dengan adanya aplikasi ini, efisiensi dalam mengelola pengaduan dan pelayanan pelanggan secara keseluruhan akan meningkat, dioptimalkan, dan birokrasi serta prosedur akan berkurang. PLN *Mobile* terhubung dengan Aplikasi Pengaduan dan Pelayanan Terpadu (APKT) serta Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T). Sebagai bagian dari Layanan Inovasi dan Pusat Kontak (PLN 123), PLN *Mobile* bertujuan mempermudah pelanggan dan calon pelanggan dalam mengakses informasi tentang tagihan, masalah listrik, keluhan, pemadaman listrik, dan layanan PLN.

Terdapat beberapa fitur layanan pelanggan yang disediakan aplikasi PLN *Mobile* yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Informasi Mengenai Kelistrikan, Internet, dan SPKLU  
Aplikasi PLN *Mobile* memuat berbagai informasi diantaranya yaitu mengenai kelistrikan meteran yang telah didaftarkan di aplikasi, layanan provider internet PLN ICONET, dan informasi SPKLU demi kelancaran berkendara menggunakan kendaraan bertenaga listrik.
2. Pembelian Token dan Pembayaran Tagihan  
Dengan Aplikasi PLN *Mobile*, pelanggan dapat memperoleh token listrik untuk pelanggan prabayar dengan memasukkan ID pelanggan, serta membayar tagihan bagi pelanggan pascabayar. Metode pembayaran yang ditawarkan sangatlah beragam,

- termasuk virtual account, debit langsung online, pembayaran kredit melalui Doku, *e-wallet*, LinkAja, OVO, dan GOPAY. Pembayaran Non-Tagihan Listrik
3. Pembayaran non-tagihan listrik merupakan pembayaran layanan untuk pemakaian listrik yang bukan berasal dari penjualan tenaga listrik dengan memasukkan nomor agenda atau kode booking. Terdapat beberapa jenis layanan pembayaran non-tagihan listrik seperti:
    - Penyambungan baru
    - Perubahan daya
    - Migrasi ke prabayar dan pascabayar
    - Pemasangan Kembali
    - Penerangan sementara
    - Pelunasan Angsuran
    - Pengaduan Teknik
    - Permintaan Angsuran
    - Pembayaran di muka
    - Perubahan tarif
    - Perubahan nama
    - Berhenti sebagai konsumen
    - Penyelesaian Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik (P2TL)
    - Peresmian Penerangan Jalan Umum (PJU)
    - Sewa trafo, kapasitor, dan operasi paralel
    - Berhenti sementara
  4. Pengaduan Gangguan dan Keluhan  
Pelanggan dapat menyampaikan pengaduan gangguan dan keluhan melalui Aplikasi PLN *Mobile*. PLN *Mobile* terintegrasi dengan petugas sehingga dapat aktif selama 24 jam dan mereka siap dalam memberi jawaban atas keluhan dan gangguan pelanggan.
  5. Pencatatan Meter  
Pada periode pencatatan angka meter, yang sebelumnya dilakukan oleh petugas dengan mendatangi pelanggan, kini dapat dilakukan secara mandiri oleh pelanggan sendiri mulai dari tanggal 23 hingga 27 setiap bulannya dengan mengunggah foto meteran. Langkah ini diambil untuk mempermudah proses perhitungan tagihan rekening listrik pelanggan agar lebih sesuai dengan kondisi di lapangan.
  6. Penyambungan Baru LSP Plus  
LSP Plus merupakan singkatan dari Layanan Satu Pintu Plus yang dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam proses pemasangan jaringan listrik baru, termasuk pembangunan instalasi, penerbitan Nidi, Sertifikat Laik Operasi (SLO), dan proses pasang baru.
  7. Ubah Daya dan Migrasi  
Pelanggan tidak perlu repot datang ke kantor PLN untuk mengajukan perubahan daya dan migrasi pada meteran listrik mereka. Proses tambah daya dan migrasi meteran dapat dilakukan dengan mudah oleh pelanggan.
  8. Penyambungan Sementara  
Pelanggan dapat mengurus penyambungan listrik sementara melalui Aplikasi PLN *Mobile* dengan memasukkan ID pelanggan, detail lokasi, layanan yang diinginkan, dan data pelanggan.
  9. Simulasi Biaya  
Aplikasi PLN *Mobile* memberikan pengalaman bagi pelanggan untuk merasakan simulasi biaya yang muncul dari layanan pasang baru, perubahan daya, dan pasang sementara. Pelanggan hanya perlu memasukkan alamat, produk layanan, peruntukan,

daya yang dibutuhkan serta SLO jika diperlukan. Dengan begitu pelanggan tidak merasa bingung untuk menyiapkan biaya yang dibutuhkan.

#### 10. E-Billing

*E-billing* merupakan metode pembaruan tagihan listrik secara elektronik menggunakan kode billing.

#### 11. Marketplace

Aplikasi PLN *Mobile* juga memiliki marketplace dimana pelanggan dapat memilih dan bertransaksi kepada penjual di marketplace tersebut. *Marketplace* Aplikasi PLN *Mobile* menawarkan berbagai macam produk kelistrikan seperti kendaraan listrik, PV *rooftop*, dan lain sebagainya. Selain produk listrik, marketplace ini menjual berbagai produk non listrik seperti makanan dan barang.

#### 12. Pulsa dan Tagihan

Aplikasi PLN *Mobile* juga dapat membantu pelanggan untuk membeli pulsa, paket data serta pembayaran tagihan BPJS dan PDAM dengan lebih mudah.

### 2.3 Dampak Pelayanan Aplikasi PLN *Mobile*

Aplikasi PLN *Mobile* memberikan pengalaman baru bagi perusahaan dan pelanggan. Menurut (Kotler & K. L. K, 2016) perusahaan perlu memastikan lima indikator kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Bagi Perusahaan, Aplikasi PLN *Mobile* dapat mempercepat prosedur pelayanan pelanggan dimana pelanggan mempunyai kendali penuh dalam pengisian data, menyampaikan permohonan dan pembayaran sehingga dapat mempermudah perusahaan dalam melakukan pelayanan. Aplikasi PLN *Mobile* juga terhubung dengan Aplikasi Pengaduan dan Pengaduan Terpadu (APKT) serta Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T).

Aplikasi PLN *Mobile* berdampak dalam membantu dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memenuhi lima indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

#### 1. *Tangible*/ bukti fisik

PLN merupakan perusahaan listrik negara dimana perusahaan mampu menunjukkan eksistensinya. PLN ULP Kalasan menunjukkan eksistensinya sebagai anak dari induk PLN UP3 Yogyakarta melalui kemitakhiran peralatan dan teknologi yang ditawarkan, kondisi sarana dan prasarana, kondisi SDM perusahaan, dan keselarasan fasilitas dengan layanan yang diberikan. PLN ULP Kalasan menunjukkan eksistensinya sebagai anak dari induk PLN UP3 Yogyakarta melalui

#### 2. *Reliability*/ keandalan

Indikator ini menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan dapat melaksanakan apa yang telah diminta dan dijanjikan oleh pelanggan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Hal ini menunjukkan bagaimana keandalan dari segala aspek yang terintegrasi di sebuah perusahaan dalam melayani pelanggan. PLN ULP Kalasan menunjukkan keandalan melalui sumber daya manusia yang berkualitas dengan kerjasama yang baik serta arahan yang tepat dapat menyelesaikan permintaan pelanggan secara maksimal.

#### 3. *Responsiveness*/ daya tanggap

Daya tanggap merupakan antusiasme karyawan yang diberikan kepada pelanggan untuk membantu memberikan jasa yang ditawarkan. PLN ULP Kalasan memastikan karyawan terintegrasi baik dengan pelanggan dalam penyampaian informasi, layanan yang segera dilaksanakan, rasa kesediaan untuk membantu pelanggan, dan kesiapan untuk merespon apa yang diinginkan dan dikeluhkan oleh pelanggan.

#### 4. *Assurance*/ jaminan

Jaminan adalah kemampuan bagi karyawan perusahaan untuk meyakinkan pelanggan sehingga dapat memunculkan kepercayaan pelanggan. PLN ULP Kalasan memastikan bahwa karyawan memperhatikan etika untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Karyawan memastikan bahwa pelanggan merasa aman saat bertransaksi dan memiliki pengetahuan yang dibutuhkan saat menjawab pertanyaan pelanggan.

#### 5. *Empathy*

Empati dalam suatu perusahaan perlu diterapkan oleh karyawan dalam menghadapi karyawan sehingga karyawan tidak merasa terbebani oleh perusahaan. PLN ULP Kalasan memberikan pelayanan pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan. Karyawan memastikan bahwa segala urusan yang berhubungan dengan pelanggan merupakan hal yang penting seperti waktu operasional yang nyaman bagi pelanggan dan perhatian personal bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa bahwa kepentingannya dilaksanakan secara bersungguh-sungguh.

Kualitas pelayanan yang maksimal dapat meningkatkan citra perusahaan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat merugikan reputasi perusahaan dan menghambat upaya pemasaran. Berikut ini adalah beberapa dampak kualitas pelayanan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap aktivitas pemasaran:

#### 1. Peningkatan Citra Perusahaan

Aplikasi PLN *Mobile* memiliki kualitas pelayanan yang tinggi sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan. Citra yang baik akan mempermudah upaya pemasaran, termasuk promosi dan pembentukan brand.

#### 2. Pertahankan Pelanggan

Dengan adanya Aplikasi PLN *Mobile*, pelanggan dapat terus terintegrasi secara sederhana dengan perusahaan sehingga pelayanan yang baik dapat membantu mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Pelanggan yang puas atas pelayanan yang diberikan memiliki loyalitas dan menghargai perusahaan untuk tetap berlangganan atau membeli kembali, yang pada gilirannya mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru.

#### 3. Rekomendasi dan Ulasan Positif

Keberadaan Aplikasi PLN *Mobile* dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif kepada orang lain dan memberikan ulasan yang baik. Ini dapat menjadi alat pemasaran yang kuat karena rekomendasi dari pelanggan memiliki dampak besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

#### 4. Efektivitas Kampanye Pemasaran

Pemasaran yang sukses memerlukan dukungan dari pelanggan yang puas. Jika pelanggan puas dengan pelayanan, mereka lebih mungkin berpartisipasi dalam program loyalitas atau merespons positif terhadap kampanye pemasaran. Dengan adanya Aplikasi PLN *Mobile*, pelanggan dapat melakukan transaksi secara mandiri tanpa perantara sehingga tidak ada kecurigaan dalam bertransaksi dan mendukung penuh apa yang ditawarkan perusahaan.

#### 5. Manajemen Krisis

Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu perusahaan mengatasi krisis dengan lebih baik. Pelanggan Aplikasi PLN *Mobile* selalu terintegrasi dengan perusahaan sehingga dapat memiliki hubungan positif dengan perusahaan dan cenderung lebih memahami serta mendukung perusahaan dalam situasi sulit.

#### 6. Loyalitas Pelanggan

Pelayanan yang unggul memupuk kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia lebih cenderung untuk melakukan pembelian produk atau menggunakan jasa perusahaan secara berulang, yang pada akhirnya menghasilkan pendapatan yang stabil.

Perusahaan perlu memahami bahwa kualitas pelayanan tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap berbagai aspek aktivitas pemasaran. Strategi pemasaran yang sukses harus mencakup perhatian khusus terhadap penyediaan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada pelanggan.

### Kesimpulan

1. Aplikasi PLN *Mobile* merupakan sebuah inovasi digital berbentuk aplikasi yang dapat digunakan untuk melayani pelanggan secara efektif dan efisien. Hal ini dapat membantu pelanggan maupun perusahaan dalam segala layanan dari PT PLN (Persero). Aplikasi PLN *Mobile* dapat menghubungkan pegawai PLN khususnya pada ULP Kalasan dengan konsumen walaupun tanpa bertatap muka. Pelanggan menjadi dapat lebih mudah menjangkau pelayanan yang ditawarkan PLN tanpa harus mengunjungi kantor ULP terdekat.
2. Kualitas pelayanan memiliki dampak yang berpengaruh terhadap aktivitas pemasaran dimana dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan pengaruh terhadap pelanggan dalam menggunakan berbagai layanan yang ditawarkan oleh PLN. Oleh karena itu Aplikasi PLN *Mobile* berusaha semaksimal mungkin untuk terus mengoptimalkan Aplikasi PLN *Mobile* agar dapat terus memberikan pengalaman menyenangkan bagi pelanggan dengan tujuan untuk memudahkan bagi karyawan terhubung dengan pelanggan.
3. Inovasi PLN pada Aplikasi PLN *Mobile* masih memiliki banyak kendala, baik dari pengguna maupun perangkat Aplikasi PLN *Mobile* sendiri. Dalam inovasi digital tidak bisa dipungkiri bahwa perangkat dapat digunakan oleh semua pelanggan, Masih banyak terdapat pelanggan yang merasa bahwa Aplikasi ini malah mempersulit mereka dalam menggunakan layanan yang ditawarkan PLN sehingga walaupun aplikasi telah dijalankan, layanan secara langsung tetap mereka optimalkan. Dalam melakukan pelayanan langsung terhadap pelanggan, karyawan selalu untuk merekomendasikan pelanggan agar menggunakan aplikasi mobile untuk mempermudah proses pelayanan mengingat sangat banyak pelanggan yang terhubung bersama PLN.

### Referensi

- Anang Firmansyah, & Budi Mahardika. (2020). *Pengantar Manajemen*. Budi Utama.
- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 1, Issue 3).
- Company Profile*. (n.d.). [www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)
- Gregorius Adi Trianto. (2023, May 3). *PLN Kembali Cetak Kinerja Keuangan Terbaik Sepanjang Sejarah*. <https://web.pln.co.id/media/siaran-pers/2023/05/pln-kembali-cetak-kinerja-keuangan-terbaik-sepanjang-sejarah>
- Husein Umar. (2007). *Riset Pemasaran & Prilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education.
- Kunto, & Suharsimi Ari. (2015). *Managemen Penelitian*. PT Renika Cipta.
- Lestari Endah Rahayu. (2019). *Manajemen Inovasi*. Universitas Brawijaya Press.
- PT PLN (PERSERO)*. (n.d.). [www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)
- Ratmiko, & Atik Septi Winarsih. (2015). *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti Atik Budi. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)* (Vol. 12, Issue 1).
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Urfany, N., & Muthohar, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tokopedia)* (Vol. 01, Issue 06). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Wijaya, C., & Hasanah, W. (n.d.). *Pelanggan dan Kepuasan*.
- Yin. (2014). *Case study research design and methods*. Raja Grafindo Perkasa.
- Yusufhadi Miarso. (2007). Teknologi Yang Berwajah Humanis. *Jurnal Pendidikan Penabur*, 50.