OPTIMALISASI PEMANFAATAN APLIKASI PLN *MOBILE* MELALUI PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI PT. PLN UNIT KALASAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

Yovandha Rozin

2121 31723

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

OPTIMALISASI PEMANFAATAN APLIKASI PLN *MOBILE* MELALUI PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI PT. PLN UNIT KALASAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YOVANDHA ROZIN

Nomor Induk Mahasiswa: 212131723

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 17 Desember 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Ph.D., M.Si.	Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 7 Januari 2025
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas kegiatan penulis di PT. PLN Unit Kalasan pada Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan, dengan fokus pada penyediaan layanan kepada pelanggan. Penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti pengelolaan data pelanggan, pengunggahan perlindungan data, serta evaluasi aplikasi PLN *Mobile* melalui pengunggahan eviden *rating* pengguna. Selama magang, penulis menemukan bahwa pemanfaatan PLN *Mobile* belum maksimal karena kurangnya pemahaman masyarakat terhadap cara penggunaannya. Hal ini diperparah oleh keterbatasan penyebaran informasi yang mengharuskan pelanggan mendatangi kantor PLN secara langsung. Untuk mengatasi masalah ini, penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) diusulkan sebagai solusi, seperti otomatisasi panduan penggunaan aplikasi, edukasi pelanggan berbasis data, serta komunikasi multisaluran. Kendala lain, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan gangguan perangkat, diselesaikan melalui komunikasi efektif dan bimbingan kerja. Melalui magang ini, penulis mendapatkan pengalaman berharga dalam meningkatkan layanan pelanggan berbasis teknologi.

***Kata kunci**: Magang, Pemasaran, Pelayanan Pelanggan, Customer Relationship Management.*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Listrik merupakan salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat, terutama untuk menunjang kegiatan sehari-hari. PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan penyedia listrik yang bergerak di bawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Keandalan pasokan listrik menjadi salah satu indikator utama untuk kinerja dari PT. PLN (Persero). Adanya gangguan pasokan seperti pemadaman listrik dapat berdampak besar, tidak hanya pada rumah tangga namun juga pada operasi sektor industri (Imran, et al., 2019).

Masyarakat sekarang mengharapkan kualitas layanan yang lebih baik dari penyedia selain ketersediaan listrik di era yang lebih digital ini. Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT. PLN bertanggung jawab untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis pelanggan untuk memahami dan memenuhi permintaan pelanggannya. PLN bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan serta menawarkan solusi yang tepat untuk berbagai sektor pasar, termasuk sektor rumah tangga, bisnis, maupun industri (Darmawati, 2022).

Penulis sebagai mahasiswa STIE YKPN yang magang di PT. PLN Unit Kalasan, ingin mendapatkan pemahaman yang lebih tentang strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan yang digunakan PT. PLN. Penulis ingin mempelajari lebih lanjut tentang kemajuan perusahaan dalam sektor pelanggan dan efisiensi layanan melalui kegiatan magang ini. Dalam rangka mempersiapkan bekal karier di masa depan, penulis berupaya untuk memahami peluang dan hambatan yang dihadapi bisnis dalam beradaptasi dengan kebutuhan klien di era sekarang (Arifin, 2014).

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Magang adalah salah satu prasyarat yang harus diselesaikan oleh mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta. Sebagai mahasiswa di STIE YKPN Yogyakarta, penulis memutuskan untuk mengikuti program magang ini dalam rangka menyelesaikan tugas akhir yang diamanatkan oleh kampus. Penulis diberikan persetujuan untuk menyelesaikan program magang di PT. PLN (Persero) Unit Kalasan setelah menjalani proses seleksi. Penulis ditempatkan pada divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan selama tiga bulan magang, terhitung mulai dari tanggal 1 September 2024 hingga 1 Desember 2024.

Profil Perusahaan

PT. PLN resmi didirikan pada 27 Oktober 1945 setelah melalui beberapa tahap peralihan pengelolaan. Pada masa itu, pemerintahan kolonial Belanda mengawasi pengelolaan perusahaan listrik Indonesia. Namun, pemerintah Jepang mengambil kendali perusahaan listrik pada tahun 1942 hingga 1945 setelah Belanda menyerah kepada Jepang pada awal Perang Dunia kedua.

Karena adanya peralihan kekuasaan setelah Jepang menyerah kepada Sekutu pada Agustus 1945, para pemuda dan buruh listrik memanfaatkan momentum ini bergabung dengan Pimpinan KNI Pusat untuk menyelenggarakan delegasi Buruh/Pegawai Listrik dan Gas. Mereka menyerahkan kendali atas bisnis listrik ini kepada Pemerintah Republik Indonesia. Dengan kapasitas pembangkit listrik 157,5MW, Presiden Soekarno mendirikan Jawatan Listrik dan Gas di bawah naungan Departemen Pekerjaan umum dan Tenaga.

Jawatan Listrik dan Gas diubah menjadi Badan Pemimpin Umum Perusahaan Listrik Negara (BPU-PLN) pada tanggal 1 Januari 1961. Namun pada

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1 Januari 1965, BPU-PLN dibubarkan dan digantikan oleh dua perusahaan negara, yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk mengelola listrik dan Perusahaan Gas Negara (PGN) untuk mengelola gas.

Berdasarkan dengan Peraturan Pemerintah No. 18, status PLN diubah menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara pada tahun 1972. Perusahaan ini berperan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dan bertugas memasok listrik kepada masyarakat.

Pada tahun 1994 status PLN berubah dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), meskipun tetap beroperasi sebagai PKUK untuk memenuhi kebutuhan listrik masyarakat. Perubahan ini bertepatan dengan perubahan kebijakan pemerintah yang memungkinkan sektor swasta untuk berperan dalam penyediaan listrik.

Saat ini, PT. PLN berfokus pada peningkatan efisiensi, inovasi, pengembangan energi, serta tetap berfungsi sebagai pemasok listrik masyarakat. PLN didedikasikan untuk memasok kebutuhan listrik masyarakat dan mendorong perluasan ekonomi nasional.

Aktivitas Magang

Kegiatan yang dilakukan penulis selama 3 bulan magang di PT. PLN Unit Kalasan adalah:

1. **Pemindaian Data Arsip Induk Langganan (AIL)**

   Pemindaian dan pengarsipan dokumen yang berkaitan dengan langganan pelanggan meliputi Perubahan Data Langganan (PDL), Perintah Kerja (PK),

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berita Acara (BA), Surat Izin untuk Perubahan (SIP), dan Surat Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik (SPJBTL).

2. **Menginput Arsip Induk Langganan (AIL)**

   Prosedur memasukkan dan memelihara data arsip induk langganan ke dalam sistem web untuk menjamin bahwa data terkait pelanggan dan langganan terorganisir dan dapat di akses.

3. **Mencetak Perubahan Data Langganan (PDL)**

   Mencetak dokumen yang berisi perubahan data pelanggan, kemudian memberikan cap resmi dokumen tersebut sebagai tanda validitas.

4. **Menginput Perlindungan Data Pelanggan (PDP)**

   Mengunggah dokumen dan informasi terkait perlindungan data pelanggan ke dalam sistem untuk menjamin keamanan data pelanggan terjaga dengan baik.

5. **Menyimpan Dokumen Fisik AIL**

   Penulis ditugaskan untuk menyimpan dokumen AIL yang telah diunggah ke situs web. Setelah itu, dokumen tersebut ditempatkan dalam amplop dan disimpan di gudang sebagai bagian dari arsip guna memastikan bahwa dokumen fisik tetap tersedia saat diperlukan.

6. **Mengunggah Eviden *Rating* Aplikasi PLN *Mobile.***

   Mengunggah bukti atau data yang berkaitan dengan penilaian aplikasi PLN *Mobile* ke dalam sistem untuk menjamin aksesibilitas informasi bagi pihak yang berkepentingan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

7. **Menginput Hasil Data Survei Pelanggan**

   Bertanggung jawab untuk memasukkan informasi survei pelanggan yang dikumpulkan oleh tim *billman* ke dalam aplikasi Survei Pemutakhiran guna memastikan data survei tersedia untuk analisis dan evaluasi lebih lanjut oleh tim terkait.

8. **Mengirim Tagihan Kepada Pelanggan Paskabayar**

   Mengunduh dokumen tagihan dari AP2T dan kemudian mengirim tagihan pembayaran listrik paskabayar kepada pelanggan maupun perusahaan lain melalui *E-mail* maupun *WhatsApp.*

9. **Pengambilan Stok di Gudang PLN Sedayu**

   Penulis membantu untuk pengambilan stok kabel dan MCB di gudang PLN yang terletak di Sedayu. Penulis bertugas untuk memeriksa ketersediaan, kondisi, dan jumlah barang agar sesuai dengan barang yang dibutuhkan PLN Unit Kalasan.

10. **Hari Pelanggan Nasional**

    Ikut serta dalam perencanaan pemberian hadiah kepada pelanggan sebagai cara untuk menunjukkan apresiasi di Hari Pelanggan Nasional.

11. **Kegiatan *Employee Wellbeing***

    Aktivitas Jumat pagi berupa jalan sehat atau pengajian guna meningkatkan kesehatan fisik dan spiritual karyawan PT. PLN Unit Kalasan.

12. **Penyuntingan Video *Employee Wellbeing***

    Mendokumentasikan serta menyunting video yang berkaitan dengan suatu program dan *event* yang diadakan oleh PLN Unit Kalasan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen

Manajemen merupakan kumpulan tindakan yang meliputi pengorganisasian, perencanaan, pengarahan, dan pengelolaan untuk membuat sebuah organisasi maupun individu mencapai tujuan dengan efisien. Perencanaan merupakan fase pertama yang penting dalam siklus manajemen karena dapat menetapkan arah organisasi dan arah strategisnya. Bagian dari pengorganisasian adalah menetapkan tugas serta tanggung jawab sehingga setiap divisi berfungsi dengan perencanaan. Pengarahan membantu tim untuk mencapai tujuan organisasi dengan memberikan arahan dan motivasi. Sementara itu, pengendalian memastikan bahwa hasil yang dicapai dapat sesuai dengan tujuan melalui pengawasan dan evaluasi berkala (Wibowo, et al., 2024).

Tugas manajerial terhubung satu sama lain. Perencanaan masa depan dapat ditingkatkan dengan mengevaluasi hasilnya. Praktik manajemen yang efektif dapat memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas operasional mereka, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar yang sangat kompetitif.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan proses mengatur, mengevaluasi, dan menerapkan ide pemasaran ke dalam tindakan untuk mempertahankan dan menarik klien. Proses ini meliputi analisis pasar, penentuan target, serta pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui produk dan periklanan yang sesuai. Manajemen

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemasaran berupaya mempertahankan dan menarik pelanggan, dan mencocokkan harapan konsumen dengan produk dan layanan yang ditawarkan (Adhitya, et al., 2024).

Produk, harga, distribusi, dan promosi secara kolektif disebut sebagai bauran pemasaran. Manajer pemasaran menggunakan keempat komponen ini untuk membuat rencana yang memenuhi kebutuhan pasar dan memberikan keunggulan kompetitif pada bisnis. Distribusi, harga, dan riset pasar merupakan faktor penting yang membantu mendukung pilihan pemasaran yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Melalui proses pemantauan perilaku konsumen dan memeriksa persaingan pasar, manajemen pemasaran dapat memodifikasi strategi yang lebih efektif yang menghasilkan *value* bagi pelanggan. Fleksibilitas dan kapasitas untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknologi merupakan faktor keberhasilan manajemen pemasaran di era sekarang ini, terutama ketika dihadapkan pada kesulitan dari pasar yang lebih kompetitif.

Manajemen Pemasaran Jasa

Jasa adalah layanan yang ditawarkan untuk konsumen tanpa memberikan hak milik atas suatu produk. Jasa tidak seperti barang, tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan melalui interaksi pelayanan. Pelanggan dapat merasakan setelah menerima layanan dan bagaimana layanan tersebut memenuhi harapan mereka. Hal ini menyebabkan layanan memiliki karakteristik tersendiri yang memerlukan strategi pemasaran yang unik dibandingkan barang yang berwujud (Hapsara, et al 2023).

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Strategi pemasaran jasa mencakup efektivitas layanan, fungsi tenaga kerja, dan penyesuaian harga berdasarkan oleh manfaat yang dirasakan pelanggan. Semakin banyak manfaat yang diterima pelanggan, semakin besar nilai yang ditawarkan. Teknologi dan inovasi mengambil peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan keunggulan layanan. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengikuti tentang kemajuan budaya untuk memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berkembang.

Dengan strategi yang tepat, bisnis dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Kesuksesan bisnis jangka panjang dapat ditentukan dari bagaimana cara bisnis tersebut untuk tetap fokus pada efisiensi , kreativitas, serta interaksi positif untuk membangun hubungan pelanggan yang kuat.

***Customer Relationship Management* (CRM)**

Bisnis menggunakan *Customer Relationship Management*, sebagai cara untuk mengelola kontak klien dalam upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. CRM bekerja untuk menggabungkan prosedur penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan untuk membangun hubungan yang lebih positif dan bermakna antara bisnis dan kliennya (Widyana, et al., 2021). Teknologi informasi dalam CRM memungkinkan bisnis untuk menangani data klien secara efektif dan memberikan layanan yang lebih khusus dan terfokus.

Praktik *Customer Relationship Management* (CRM) yang efektif membutuhkan kombinasi teknologi, strategi, dan budaya perusahaan yang mendukung hubungan pelanggan yang kuat. Sistem CRM yang sesuai dengan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kebutuhan bisnis, baik dari segi fitur maupun skala penggunaannya. Sebelum memilih, penting untuk membuat daftar kebutuhan utama, seperti pengelolaan data pelanggan atau otomatisasi pemasaran, agar sistem yang dipilih mendukung tujuan bisnis dengan optimal. Setelah itu, integrasi CRM dengan operasional bisnis menjadi hal yang penting. Sistem CRM harus dapat terhubung dengan platform lain, seperti *e-commerce*, *email marketing*, atau sistem keuangan, untuk menciptakan alur kerja yang efisien.

Fokus utama dalam CRM adalah pelanggan. Dengan memanfaatkan data interaksi pelanggan yang tersimpan dalam CRM, bisnis dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Data ini juga dapat digunakan untuk segmentasi pelanggan, sehingga layanan yang diberikan lebih personal dan relevan. Selain itu, teknologi CRM memungkinkan otomatisasi tugas-tugas berulang, seperti pengiriman notifikasi, sehingga organisasi dapat lebih fokus pada aktivitas strategis yang memerlukan sentuhan personal.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan aset penting yang memiliki peran strategis dalam pertumbuhan suatu organisasi, Meski demikian, organisasi memiliki tantangan tersendiri ketika keterampilan SDM tidak selaras dengan kebutuhan organisasi. Peningkatan kompetensi melalui pelatihan dan pengembangan sangat penting untuk menyelaraskan keterampilan karyawan dengan tujuan organisasi untuk mencapai hasil yang optimal (Ende, et al., 2023).

Manajemen Sumber Daya Manusia memiliki unsur utama, yaitu pengusaha, karyawan, dan pemimpin. Pengusaha bertindak sebagai pihak yang memiliki dan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menjalankan organisasi serta bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya, termasuk tenaga kerja. Karyawan adalah individu yang memberikan kontribusi langsung kepada organisasi melalui keterampilan dan tenaga mereka. Sementara itu, pemimpin berperan dalam mengarahkan, membimbing, dan mengelola karyawan agar bekerja secara efektif sesuai dengan visi dan misi organisasi.

Dalam pelaksanaannya, Manajemen Sumber Daya Manusia memiliki berbagai fungsi utama yang saling mendukung. Fungsi perencanaan berfokus pada penentuan kebutuhan tenaga kerja, baik dalam hal jumlah maupun kualifikasi, untuk memastikan organisasi memiliki sumber daya yang memadai. Fungsi pengorganisasian mencakup pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang secara struktural guna menciptakan efisiensi kerja. Pengarahan dilakukan untuk memberikan motivasi dan arahan kepada karyawan agar bekerja sesuai rencana, sementara pengendalian berfungsi memastikan pencapaian tujuan melalui evaluasi dan pengawasan kinerja.

Selain itu, fungsi pengadaan melibatkan proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Fungsi pengembangan berfokus pada peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan dan pendidikan, sedangkan fungsi kompensasi memastikan karyawan menerima penghargaan yang layak atas kontribusinya. Manajemen Sumber Daya Manusia juga melibatkan fungsi pengintegrasian, yaitu menciptakan hubungan yang harmonis antara pengusaha dan karyawan, serta pemeliharaan yang bertujuan menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman. Kedisiplinan diterapkan untuk menjaga perilaku kerja yang sesuai aturan, dan pemberhentian dilakukan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

secara terstruktur ketika hubungan kerja harus diakhiri. Dengan mengintegrasikan unsur-unsur dan fungsi ini, Manajemen Sumber Daya Manusia memastikan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif untuk mendukung keberhasilan organisasi (Meisella, 2023).

Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan proses berbagi informasi dalam suatu organisasi untuk membantu mencapai tujuannya. Penyampaian pesan, konsep, atau arahan kepada individu atau kelompok dalam pengaturan organisasi adalah pengertian dari komunikasi bisnis (Adin, et al., 2023). Komunikasi yang baik sangat krusial untuk mengelola operasi sehari-hari, baik dalam perusahaan maupun dengan pemangku kepentingan luar seperti klien dan mitra.

Komunikasi yang efektif dapat berkontribusi dalam peningkatan produktivitas dan efisiensi dalam perusahaan. Di era teknologi dan informasi yang dipertukarkan dengan cepat di era sekarang ini, bisnis harus memastikan bahwa teknologi ini digunakan secara bijaksana dan sejalan dengan tujuan komunikasi.

Keterampilan interpersonal yang kuat juga diperlukan dalam komunikasi bisnis, terutama dalam hal membangun hubungan dan negosiasi. Komunikasi yang efektif bergantung pada tanggapan penerima dan tindakan tindak lanjut selain cara penyampaian pesan. Membina hubungan yang baik bergantung pada pengembangan komunikasi yang efisien.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis Masalah

Penulis menghadapi beberapa masalah ketika melaksanakan kegiatan magang di PLN Unit Kalasan. Permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. Tugas yang kurang memenuhi harapan.
2. Server sistem yang sering mengalami gangguan ketika terlalu banyak unggahan.
3. Kendala gagal fungsi pada komputer yang digunakan.
4. Internet yang kurang stabil.
5. Arsip data pelanggan belum semua bersifat *online*.
6. Aplikasi PLN *Mobile* yang kurang efektif.

Pembahasan

1. Karena kurangnya pekerja khusus di beberapa bidang, penulis sering mendapatkan tugas yang sama namun dengan kuantitas tinggi. Hal ini membuat proses belajar menjadi tidak optimal karena minimnya variasi tugas serta kesempatan untuk menggali aspek yang lebih dalam. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis berdiskusi dengan mentor untuk memberi variasi pada tugas. Penulis secara aktif menawarkan untuk berpartisipasi dalam proyek lain untuk menambah pengalaman dalam kegiatan magang dan juga memperdalam keterampilan sesuai dengan kebutuhan karier.
2. Unggahan besar yang terjadi secara bersamaan menyebabkan adanya gangguan server di *website* yang digunakan penulis, yang membuat tugas sulit untuk diselesaikan secara efisien. Untuk mengatasi masalah tersebut,

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penulis menyesuaikan jadwal unggahan agar lebih merata serta menghindari jam sibuk.

3. Penulis mengalami kendala dengan komputer yang digunakan karena *blue screen* atau *restart* secara otomatis yang membuat pekerjaan jadi kurang efisien. Untuk mengatasi masalah ini, penulis mengajukan permintaan untuk perbaikan perangkat supaya penulis dapat bekerja lebih produktif dan efisien tanpa harus berurusan dengan masalah teknologi yang terus menerus.
4. Koneksi internet yang tidak stabil menyebabkan penundaan dalam pengunggahan serta akses platform dan aplikasi penting harus terhambat dalam melakukan pekerjaan. Menurut penulis, masalah tersebut dapat diatasi dengan meningkatkan koneksi internet yang digunakan untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik.
5. Data arsip pelanggan belum sepenuhnya diunggah ke dalam situs web DMS AIL dikarenakan terlalu banyak dokumen serta terbatasnya waktu dan sumber daya manusia. Jika ada dokumen yang diperlukan, penulis harus mencari data tersebut di gudang dan mencari dokumen tersebut satu per satu. Hal tersebut membutuhkan banyak waktu dan tenaga karena perlunya kehati-hatian dalam pengecekan dokumen guna menjaga data fisik agar tidak rusak.
6. PLN *Mobile*, sebagai salah satu inovasi digital yang diluncurkan oleh PT. PLN, bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses layanan kelistrikan secara praktis dan efisien. Namun, hingga

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

saat ini, aplikasi ini belum dimanfaatkan secara efektif oleh sebagian besar masyarakat. Salah satu penyebab utama dari rendahnya tingkat pemanfaatan PLN *Mobile* adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang cara menggunakannya. Banyak pelanggan yang merasa kesulitan memahami fitur-fitur aplikasi ini, sehingga lebih memilih untuk tetap menggunakan cara konvensional, seperti mengunjungi kantor PLN secara langsung atau menghubungi layanan pelanggan melalui telepon. Masalah ini diperparah oleh terbatasnya penyebaran informasi yang rinci dan terstruktur mengenai aplikasi ini, baik melalui media digital maupun cetak. Alhasil, pelanggan yang sebenarnya dapat memanfaatkan aplikasi ini untuk berbagai keperluan, seperti membayar tagihan listrik, melaporkan gangguan, atau mengajukan permohonan layanan baru, masih enggan beralih ke platform digital.

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan pemanfaatan aplikasi PLN *Mobile*. Dengan memanfaatkan data pelanggan yang dikumpulkan melalui sistem CRM, PLN dapat menawarkan layanan yang lebih personal dan relevan, seperti pengingat tagihan listrik, notifikasi pemeliharaan jaringan, atau rekomendasi layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, otomatisasi yang didukung oleh CRM memungkinkan PLN untuk mengirimkan panduan penggunaan aplikasi secara otomatis, baik melalui email, SMS, atau notifikasi aplikasi, sehingga pelanggan dapat memahami fitur-fitur PLN *Mobile* dengan lebih mudah. Integrasi CRM

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dengan PLN *Mobile* juga memungkinkan pengalaman pengguna yang lebih baik, misalnya dengan menyediakan rekomendasi berbasis riwayat interaksi pelanggan.

Untuk meningkatkan pemahaman pelanggan, CRM dapat digunakan untuk menyelenggarakan program edukasi yang terarah. PLN dapat mengidentifikasi kelompok pelanggan yang kurang memanfaatkan aplikasi ini dan mengadakan sosialisasi, baik dalam bentuk webinar, video tutorial, maupun kampanye digital. Komunikasi multisaluran juga dapat dimanfaatkan untuk menjangkau pelanggan melalui platform yang paling sering mereka gunakan, seperti media sosial atau notifikasi langsung di aplikasi. Lebih jauh lagi, analisis data pelanggan melalui CRM memungkinkan PLN untuk memantau efektivitas strategi yang diterapkan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, seperti fitur aplikasi yang kurang dipahami atau masalah teknis yang menghambat penggunaannya.

Dengan solusi berbasis CRM ini, PLN dapat memperluas jangkauan edukasi dan meningkatkan pengalaman pelanggan, sehingga aplikasi PLN *Mobile* lebih mudah diadopsi oleh masyarakat. Peningkatan ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan tetapi juga mendukung efisiensi operasional dalam pelayanan digital PLN secara keseluruhan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesimpulan

Penulis melakukan kegiatan magang dalam jangka waktu 66 hari magang di PT. PLN. Penulis diberikan kesempatan untuk memperoleh banyak pengetahuan dan pemahaman pada Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan. Meskipun terjadi beberapa kendala yang akhirnya dapat diatasi selama penulis magang, kegiatan magang ini memberikan pengalaman dan juga wawasan yang luas kepada penulis tentang dunia kerja. Berdasarkan pengalaman yang didapat, kesimpulan yang diperoleh penulis selama melakukan kegiatan magang adalah sebagai berikut:

1. Penulis mendapatkan pemahaman tentang konsep pemasaran dan pentingnya layanan pelanggan dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan melalui tugas-tugas yang diberikan selama magang.
2. Penulis mengalami kendala seperti tugas yang kurang memenuhi harapan penulis, server sistem yang mengalami gangguan, gagal fungsi pada komputer yang digunakan, koneksi internet yang kurang stabil, arsip data pelanggan yang belum semua bersifat *online*, serta informasi seputar PLN *Mobile* belum tersebar luas secara efektif.
3. Selama magang, penulis ditempatkan pada divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan. Penulis mengerjakan beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan data pelanggan dan mengirimkan tagihan pada pelanggan.
4. Tujuan penulis melaksanakan magang adalah mempelajari bagaimana peran dan tanggung jawab yang diemban oleh karyawan dalam menyelesaikan tugas, berkolaborasi dalam tim, serta bagaimana proses pengambilan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keputusan dilakukan di lingkungan kerja guna membangun dasar-dasar keterampilan dan wawasan yang dapat diterapkan di masa mendatang.

Rekomendasi

Berdasarkan analisis selama kegiatan magang, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi kepada Perusahaan dan Perguruan Tinggi yang diharapkan untuk kemajuan Perusahaan dan Perguruan Tinggi. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang penulis sampaikan:

Rekomendasi PT. PLN Unit Kalasan:

1. Diharapkan PT. PLN Unit Kalasan untuk meningkatkan efektivitas pencarian data konsumen, disarankan mempercepat digitalisasi arsip dengan cara melibatkan lebih banyak tenaga kerja untuk pengunggahan data ke sistem DMS AIL. Dengan demikian, pencarian data akan lebih efektif dan arsip fisik lebih terhindar dari kerusakan.
2. Diharapkan PT. PLN Unit Kalasan melakukan pemeliharaan rutin terhadap komputer yang tersedia untuk mengurangi masalah teknis guna meningkatkan produktivitas.
3. Meningkatkan sesi evaluasi dengan pemagang guna membimbing pemagang untuk mengoptimalkan dan mengidentifikasi pekerjaan yang ingin dikembangkan pemagang. Selain itu masukan dari pemagang mengenai pengalaman selama kegiatan magang di perusahaan dapat memberikan pandangan untuk meningkatkan program di masa mendatang.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rekomendasi untuk Perguruan Tinggi

1. Meningkatkan layanan pengembangan karier seperti konseling, praktik wawancara, serta tetap menjalin hubungan dengan perusahaan atau jaringan profesional guna memberi kesempatan bagi mahasiswa dalam mendapatkan tempat magang maupun pekerjaan setelah lulus.
2. Menghadirkan alumni yang sudah bekerja di perusahaan untuk memberikan panduan karier bagi mahasiswa serta membantu untuk memberikan peluang magang.

Refleksi Diri

Selama magang di PT. PLN Unit Kalasan, penulis banyak mendapat wawasan khususnya tentang dinamika divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan. Penulis dapat mempelajari tentang bagaimana sebuah perusahaan beroperasi.

Penulis belajar dari kegiatan magang ini mengenai betapa pentingnya untuk beradaptasi dan gigih dalam profesi. Penulis menemukan bahwa setiap pekerjaan, tidak peduli seberapa mudah atau sulitnya, berkontribusi secara aktif merupakan hal penting untuk mendapat pengalaman dan wawasan yang baru. Hal ini mendorong penulis untuk lebih proaktif dan mencari kemungkinan untuk belajar, seperti dengan lebih banyak bertanya pada rekan kerja serta mengamati bagaimana rekan kerja dalam menangani suatu masalah.

Secara keseluruhan, magang mengajarkan penulis banyak hal tentang cara mengelola diri dan membangun hubungan di dunia kerja. Pandangan ini juga membantu penulis untuk menyadari bahwa dengan pola pikir terbuka dan proaktif,

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengalaman magang selalu memiliki sesuatu untuk ditawarkan, terlepas dari bentuk dan beban pekerjaan yang diberikan. Penulis juga mendapat wawasan lain adalah sebagai berikut:

1. **Pemahaman dalam Mengelola Data Pelanggan**

   Penulis memperoleh keterampilan untuk memindai dokumen fisik dan kemudian diunggah dalam situs web guna menjamin bahwa data terkait pelanggan dapat di akses dan terorganisir. Penulis belajar bagaimana untuk tetap teliti dalam setiap tahap penginputan data, serta pentingnya pengarsipan digital agar informasi pelanggan selalu tersedia dengan cepat saat dibutuhkan.

2. **Pengalaman tentang Etika Komunikasi dalam Pengiriman Tagihan**

   Penulis memperoleh pengalaman baru dalam proses pengiriman tagihan pembayaran kepada perusahaan lain yang dilakukan melalui *E-mail* dan *WhatsApp*. Penulis tidak hanya belajar mengenai aspek teknis, namun juga pentingnya pemahaman etika berkomunikasi saat menyusun pesan atau surat yang disampaikan kepada pihak lain. Pembuatan surat tagihan yang efektif bukan hanya tentang informasi yang disampaikan, namun juga bagaimana agar suatu pesan dapat diterima dengan tanggapan yang baik.

3. **Pemahaman tentang Pengelolaan Data**

   Penulis memperoleh wawasan baru mengenai pentingnya pengelolaan data pelanggan yang aman dan terjamin kerahasiaannya. Selama kegiatan magang, penulis belajar bahwa setiap perusahaan harus menjaga keamanan data pelanggan. Informasi pelanggan juga harus dikelola dengan sistem yang baik agar terhindar dari risiko kebocoran atau penyalahgunaan data.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. **Keterampilan Komunikasi dalam Dunia Kerja**

   Penulis mempelajari tentang keterampilan dalam berkomunikasi dalam menyampaikan informasi kepada rekan kerja. Penulis belajar untuk menyampaikan pesan secara jelas dan profesional untuk memastikan pemahaman bersama dan membangun hubungan kerja yang baik guna meningkatkan keterampilan dalam berkolaborasi dengan tujuan agar tercapai tujuan bersama.

5. **Peningkatan Kolaborasi Tim**

   Penulis menyadari betapa pentingnya menghormati peran dan tanggung jawab setiap anggota tim. Penulis belajar tentang kolaborasi tim dalam mengatasi masalah dan bagaimana proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara efektif.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Adhitya, W. R., & Ab, S. (2024). Manajemen Pemasaran di Era Digital. *ORIENTASI BARU*, 53.

Adin, Z., & Izzati, I. H. Y. (2023). Dasar-dasar komunikasi bisnis. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 33-42.

Arifin, Muhammad. 2014. "Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Praktek Kerja Lapangan Pada Instansi/Perusahaan." Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer 5(1):49. doi: 10.24176/simet.v5i1.130

Darmawati. 2022. "Kualitas Pelayanan Pt Pln (Persero) Rayon Malili Dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan Di Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur." 5:14–19.

Ende, E., Sulaimawan, D., Sastaviana, D., Lestariningsih, M., Rozanna, M., Mario, A., ... & Pranyoto, E. (2023). Manajemen sumber daya manusia.

Hapsara, O., Febrian, W. D., Nuzleha, N., Sani, I., Lustono, L., Yuni, N., ... & Andri, S. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa: Membangun Loyalitas Pelanggan.

Imran, M., Bintoro, A., Ezwarsyah. 2019. Analisa Keandalan Sistem Distribusi Tenaga Listrik Untuk Wilayah Kota Lhokseumawe Di PT. PLN (Persero) Rayon Kota Lhokseumawe. Jurnal Energi Listrik. Volume 08 Nomor 01 Tahun 2019.

Meisella, A., Irawati, D., Balqis, K. A., Ama, S., & Riofita, H. (2023). Peranan manajemen sumberdaya manusia dalam organisasi. Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 2(11), 144-154.

Wibowo, U. D. A., Hamzah, I. F., Ishak, I., Arif, M., Rahmat, H. K., Siregar, A. A., ... & Rukmana, A. (2024). Dasar Manajemen.

Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Pro Mark*, *11*(1), 11-11.

repository.stieykpn.ac.id