

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era digital telah menyaksikan kemajuan besar dalam teknologi informasi dan komunikasi, yang telah berdampak pada banyak aspek kehidupan, termasuk sistem layanan pelanggan bisnis. Organisasi didorong oleh transformasi digital untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasi dan layanan bisnis mereka guna meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas interaksi dengan pelanggan. Digitalisasi layanan memungkinkan bisnis untuk menyampaikan informasi dan layanan secara real-time, fleksibel, dan cepat (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2022)

Penggunaan media digital telah menjadi kebutuhan strategis bagi bisnis di tengah meningkatnya ekspektasi publik dan persaingan global. Di era digital, perubahan perilaku konsumen juga berdampak pada harapan terhadap kualitas layanan. Saat ini, pelanggan mengharapkan layanan yang mudah digunakan, cepat, terbuka, dan tidak memakan waktu lama untuk memenuhi kebutuhan mereka (Tjiptono & Chandra, 2021). Selain itu, kemudahan dengan mana pelanggan dapat menghubungi bisnis melalui perangkat digital seperti smartphone dan komputer telah menciptakan dinamika baru dalam interaksi antara keduanya. Oleh karena itu, untuk dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dengan baik, perusahaan harus menggunakan media digital untuk memodifikasi strategi layanan mereka.

Media digital seperti situs web resmi, aplikasi layanan pelanggan, media sosial, dan sistem layanan online memainkan peran penting dalam memfasilitasi layanan pelanggan. Media digital memungkinkan penyebaran informasi secara luas, menerima keluhan pelanggan dengan cepat, dan melakukan transaksi layanan secara online (Lupiyoadi, 2022). Pelanggan dapat melakukan berbagai kegiatan melalui platform digital, termasuk pembayaran tagihan, permintaan layanan, pemantauan status layanan, dan pengajuan keluhan, tanpa harus datang langsung ke kantor layanan. Hal ini membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional selain membuat pelanggan merasa lebih nyaman.

Transformasi digital juga memiliki dampak positif dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan memungkinkan bisnis untuk menangani data pelanggan

secara lebih terorganisir, penerapan teknologi digital memfasilitasi pengambilan keputusan berbasis data dan peningkatan kualitas layanan (Kotler & Keller, 2021). Integrasi digital layanan publik telah terbukti mempercepat penyampaian layanan sekaligus meningkatkan transparansi dan akuntabilitas (Värzaru, 2024). Akibatnya, penggunaan media digital membantu membangun layanan yang lebih modern dan berfokus pada kebutuhan pelanggan.

Sebagai perusahaan milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang penyediaan listrik, PT PLN (Persero) memiliki kewajiban yang signifikan untuk memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Listrik merupakan kebutuhan pokok yang menopang operasional rumah tangga, industri, pendidikan, dan sektor publik lainnya. Oleh karena itu, perusahaan menempatkan prioritas tinggi pada penyediaan layanan pelanggan yang unggul. Menurut Laporan Tahunan PT PLN (Persero) 2023, perusahaan ini masih menjalani revolusi digital untuk meningkatkan kualitas layanannya dan membuatnya lebih mudah diakses oleh pelanggan (PLN, 2023).

PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatra Barat sangat penting untuk memastikan distribusi listrik yang efisien dan memberikan layanan pelanggan terbaik kepada masyarakat di berbagai daerah. Keberagaman geografis dan penyebaran pelanggan yang luas menjadi tantangan tersendiri dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan adil. Oleh karena itu, penggunaan media digital merupakan salah satu pendekatan untuk meningkatkan efektivitas layanan pelanggan di wilayah tersebut.

Seperti yang dinyatakan dalam laporan keberlanjutan perusahaan tahun 2024, yang menegaskan komitmennya terhadap inovasi dan digitalisasi layanan (PLN, 2024), PT PLN (Persero) terus meningkatkan layanan digitalnya agar transaksi dan interaksi dengan pelanggan menjadi lebih mudah. Pelanggan dapat dengan mudah dan efektif mengakses informasi layanan, melakukan pembayaran, dan menyampaikan keluhan melalui media digital.

Penggunaan media digital dalam layanan pelanggan, bagaimanapun memiliki beberapa tantangan, termasuk tingkat literasi digital yang beragam, kesiapan infrastruktur teknologi, dan tuntutan terhadap sistem yang andal dan responsif (Yunaningsih & et al., 2021). Efektivitas penyampaian layanan dan kepuasan klien dapat terpengaruh oleh hambatan-hambatan ini jika tidak ditangani dengan tepat. Oleh karena itu, bisnis harus

memastikan bahwa media digital yang digunakannya benar-benar mampu memenuhi kebutuhan kliennya.

Penggunaan media digital untuk mendukung layanan pelanggan di Kantor Pusat Distribusi PT PLN (Persero) Sumatera Barat merupakan topik yang layak untuk diteliti. Diharapkan pembahasan ini dapat memberi pemahaman tentang bagaimana media digital digunakan dalam pelayanan pelanggan, keuntungan yang ditawarkan, serta hambatan yang ada, sehingga dapat menjadi dasar untuk menilai dan memberikan saran dalam meningkatkan kualitas layanan di masa depan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan dalam penulisan ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *website* dalam mendukung pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat?
2. Bagaimana penerapan media sosial dalam mendukung pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat?
3. Bagaimana penerapan aplikasi PLN Mobile dalam mendukung pelayanan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat?

## 1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan magang ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan media digital dalam mendukung pelayanan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat.

## 1.4 Manfaat Magang

Adapun manfaat yang didapatkan dari kegiatan magang yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Magang memberikan kontribusi signifikan dalam mengatasi berbagai tantangan operasional yang dihadapi perusahaan. Perusahaan dapat mengevaluasi kemajuan internalnya, termasuk menilai operasional, kebijakan, dan rencana

strategis, dengan perspektif baru yang memperdalam wawasan.

## 2. Bagi Akademis

Melalui kegiatan magang ini, penulis dapat memperdalam pemahaman mengenai penerapan media digital dalam mendukung pelayanan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat. Pengamatan langsung di lapangan memberikan pengalaman nyata tentang bagaimana media digital digunakan dalam mendukung pelayanan pelanggan dan pengelolaan informasi pelanggan. Selain itu, pengalaman magang ini dapat menjadi sarana penerapan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja, serta menambah wawasan mengenai sistem pelayanan publik berbasis digital di sektor ketenagalistrikan.

### **1.5 Waktu dan Tempat Magang**

Aktivitas magang ini akan dilaksanakan di PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat, yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin No.8, Sawahan, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat. Durasi magang mengikuti ketentuan Universitas Andalas, yaitu selama 40 hari kerja.

### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

#### 1. Observasi

Pengambilan data dilakukan oleh peneliti dengan mengamati secara langsung jalannya proses kerja, mencakup pengamatan dan pencatatan kejadian selama kegiatan magang berlangsung.

#### 2. Wawancara

Pengumpulan informasi akan dilakukan melalui wawancara langsung dengan perusahaan untuk memperoleh pemahaman tentang kegiatan yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Tugas akhir ini disusun dalam beberapa bab utama dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, waktu dan tempat magang, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas konsep-konsep yang berkaitan dengan media digital, pelayanan pelanggan, serta penerapan media digital dalam pelayanan pelanggan.

### **BAB III GAMBARAN UMUM INSTITUSI**

Bab ini menjelaskan sejarah perusahaan, visi dan misi, logo, serta struktur organisasi perusahaan.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini dibahas hasil dari kegiatan magang yang dilakukan, yaitu mengenai penerapan media digital dalam mendukung pelayanan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang membahas kesimpulan dan saran yang didasarkan pada pelaksanaan kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis di PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat.

