

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi memiliki peran penting dalam melakukan aktivitas manusia pada saat ini. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, teknologi informasi memberikan peranan yang besar terhadap perubahan-perubahan struktur, operasi dan manajemen organisasi. Dengan adanya teknologi informasi ini, banyak kemudahan yang didapatkan oleh konsumen yang menggunakannya. Dengan mengelola teknologi informasi ini akan menguntungkan juga bagi perusahaan karena dapat menciptakan proses bisnis yang modern (Amijaya, 2010).

Menurut Assauri (2011), perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dengan tepat akan lebih menguntungkan perusahaan tersebut karena lebih cepat untuk memberikan informasi yang tersedia. Selain menguntungkan bagi perusahaan, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini juga menguntungkan bagi konsumen yang menggunakannya karena perusahaan telah memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumennya yang akan berdampak terhadap perusahaan itu sendiri. Menurut Fernandes & Marlius (2018), pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen untuk memberikan rasa puas yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, kebanyakan perusahaan yang memberikan rasa puas kepada konsumen akan balik lagi menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011: 28), pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi berlaku juga untuk industri jasa, karena dapat mengikuti perkembangan ekonomi. Sektor industri jasa merupakan sektor bisnis yang mampu bertahan dan terus berkembang pesat dalam era globalisasi dan perdagangan yang menjadikan sektor jasa sebagai sektor tertinggi dalam proses perkembangan ekonomi. Menurut Adam (2018), pesatnya perkembangan ekonomi dalam pertumbuhan jasa akan memberikan tekanan yang kuat terhadap pelaku bisnis dengan memanfaatkan teknologi baru secara langsung berdampak terhadap banyaknya kompetisi dalam industri untuk mengatasi permasalahan persaingan bisnis yang semakin tinggi untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Banyaknya persaingan antar perusahaan, pelayanan yang baik akan menjadi tanggung jawab perusahaan. Pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan berguna untuk menarik perhatian konsumen agar membeli atau menggunakan lagi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan, agar perusahaan terus bisa berkembang dan menjadikan konsumen *loyal* kepada satu perusahaan (Wijayanti, 2017). Berdasarkan pada penjelesan diatas pada artikel (*Handling complain* yang dilakukan oleh *public relations* di unit *customer care* UCS PT. Telkom regional IV Semarang) yaitu mengenai PT. Telkom berhasil meningkatkan kualitas pelayanan dengan menyediakan tempat untuk menyampaikan keluhan yaitu plasa Telkom dan *call centre* 147 yang dilayani langsung oleh *front line staf*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik

kepada konsumen, agar terjaganya hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumennya.

Menurut Cakranegara & Rahadi (2019), semakin banyaknya jumlah pengguna teknologi informasi maka semakin majulah negara tersebut, akan tetapi teori tersebut tidak berlaku di Indonesia karena ekonomi yang rendah. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) jumlah penggunaan internet tumbuh 14.300% dalam waktu 18 tahun yakni 1 juta pengguna di tahun 1999 menjadi 143 juta pengguna pada tahun 2017.

Pemanfaatan teknologi informasi telah digunakan di berbagai perusahaan salah satu contoh perusahaan yang telah memanfaatkan teknologi informasi ini yaitu PT. PLN, karena PT. PLN merupakan perusahaan yang bergerak dibidang listrik yang berfungsi sebagai pelaksana dan pelayanan prasarana listrik. Satu satunya perusahaan listrik di Indonesia yang tidak memiliki saingan menjadikan PT. PLN kurang memikirkan pelayanannya kepada konsumen, karena belum adanya kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen. Sedangkan pertumbuhan pengguna listrik di Indonesia setiap tahunnya untuk memenuhi pertumbuhan penduduk, peningkatan kesejahteraan, dan pertumbuhan ekonomi sangatlah pesat. Proyeksi permintaan listrik di Indonesia selama periode 9 tahun (2017 hingga 2026), percepatan perencanaan pembangunan infrastruktur ketenagalistrikan mencapai 35.000 MW dan transmisi sepanjang 48.000 KM untuk penyediaan listrik yang akan dilaksanakan oleh PT Perusahaan Listrik Negara (Pln, 2019)

Bertambahnya permintaan listrik berarti akan banyak juga masalah yang akan dihadapi oleh PT. PLN unit wilayah Sumatera Barat terutama tentang keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Belum adanya kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh PLN untuk konsumen melakukan pengaduan, pembayaran dan mendapatkan informasi yang akurat mengenai PLN pada awalnya untuk menerima keluhan konsumen PT. PLN mengembangkan jasa *call center* untuk melayani pelanggannya, lalu upaya yang dilakukan PLN selanjutnya untuk meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh dalam melaksanakan penjualan yang disediakan perusahaan untuk memudahkan konsumen melakukan transaksi. Dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi PLN telah meluncurkan sebuah aplikasi secara serentak di beberapa wilayah Indonesia bertepatan dengan Hari Listrik Nasional ke-71, inovasi yang diciptakan PLN dalam memberikan pelayanan yang berkualitas yaitu dengan adanya PLN *Mobile* (Majalah Peluang, 2016).

General Manajer PT PLN Unit Wilayah Sumatera Barat, Bambang Yusuf menjelaskan bahwa PLN *Mobile* adalah aplikasi *mobile customer selfservice* yang menyediakan beberapa fitur dengan Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T). Aplikasi ini juga memberikan informasi dan komunikasi antara pelanggan dengan PLN. Aplikasi PLN *Mobile* dapat diakses melalui *AppStore* maupun *PlayStore*, untuk konsumen yang telah menggunakan PLN *Mobile* bisa mendaftarkan maksimal 4 ID

Pelanggan dalam satu akun. Penggunaan PLN *Mobile* ini sudah mencapai seratus ribu pengunduh hingga akhir tahun 2018. Aplikasi ini memudahkan konsumen untuk melakukan berbagai transaksi seperti fitur informasi yang mana konsumen bisa mendapatkan informasi seperti informasi tagihan listrik untuk konsumen pascabayar, riwayat pembelian token untuk konsumen prabayar, informasi pemeliharaan listrik, informasi tentang simulasi perhitungan biaya penyambungan (Perubahan daya) jika konsumen memerlukan tambahan daya lebih dari keperluannya saat ini, informasi mengenai PLN, selanjutnya fitur permohonan dapat dilakukan oleh konsumen untuk melakukan transaksi seperti perubahan daya, permohonan penerangan sementara tanpa harus pergi langsung ke kantor PLN, dan yang terakhir adalah fitur pengaduan dalam penggunaan aplikasi PLN *Mobile* konsumen juga dapat mengajukan pengaduan masalah gangguan listrik, seperti tagihan terlalu banyak dari sebelumnya, putaran KWH terlalu cepat. Selain gangguan listrik yang digunakan konsumen, fitur pengaduan ini juga dapat digunakan untuk pengaduan gardu yang bermasalah yang menyebabkan gangguan distribusi listrik kepada konsumen. Di dalam aplikasi PLN *Mobile* terdapat 2 pilihan untuk melakukan pengaduan kepada PLN dengan cara *call* melalui via internet dan juga dapat menghubungi *call center* PLN 123.

Dengan adanya aplikasi ini merupakan salah satu cara perusahaan yang telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan pelayanan konsumen (pln.co.id). Menurut Sudaryono (2016), produk atau jasa pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang dapat memenuhi tingkat

kenikmatan dan keinginan konsumen merupakan kepuasan bagi konsumen yang menggunakannya. Berdasarkan wawancara kepada 30 orang di kota Padang, didapatkan bahwa semua masyarakat yang di wawancara rata-rata telah menggunakan PLN Mobile yang diluncurkan oleh PT PLN (Ulandari, 2017)

Selanjutnya menurut Sudaryono (2016), hal yang paling penting terhadap perusahaan adalah perspektif manajerial, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya aplikasi PLN *Mobile* ini merupakan salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan pelayanan konsumen yang memberikan rasa puas terhadap konsumen itu sendiri, karena PLN memberikan kemudahan kepada konsumen yang telah mengaktifkan aplikasi PLN *Mobile* untuk melakukan berbagai transaksi seperti fitur informasi, permohonan, dan pengaduan. Peluncuran aplikasi PLN *Mobile* merupakan contoh perusahaan yang telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan pelayanan konsumen.

Dengan adanya aplikasi yang telah diciptakan oleh PT. PLN yang seharusnya berguna untuk memudahkan pelanggan dalam bertransaksi, akan tetapi sebanyak 30 orang pengguna layanan PLN *Mobile* di kota Padang yang telah di wawancarai menyatakan bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada layanan tersebut seperti layanan yang ada pada PLN *Mobile* dinilai tidak cepat tanggap, informasi yang kurang akurat, informasi yang di tampilkan tidak selalu *update*, dan kinerja dari fitur belum sesuai dengan yang dikatakan oleh pihak PLN. Padahal tujuan adanya PLN *Mobile* ini yaitu untuk meningkatkan kepuasan dan pelayanan

pelanggan, namun pelanggan masih tidak puas terhadap layanan PLN *Mobile* (Ulandari, 2017).

Oleh karena itu perlu dilakukan perbaruan layanan yang lebih mudah dan membantu pelanggan dalam penerapan PLN *Mobile* ini. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengetahui apa saja penerapan PLN *Mobile* dalam meningkatkan pelayanan untuk pelanggan yang menggunakan layanan PLN *Mobile* di kota Padang. Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut, penulis tertarik menetapkan judul mengenai **“Penerapan PLN *Mobile* dalam Meningkatkan Pelayanan Konsumen di PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemilihan judul dan informasi yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu perumusan masalahnya yaitu: Bagaimana penerapan PLN *Mobile* dalam meningkatkan pelayanan konsumen di PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka saya mengangkat tujuan penelitian: Untuk mengetahui penerapan PLN *Mobile* untuk meningkatkan pelayanan konsumen di PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Magang

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, dalam penggunaan PLN *Mobile* hasil penelitian ini diharapkan dapat mempermudah konsumen dalam melakukan suatu transaksi yang telah tersedia di PLN *Mobile* dan menambah ilmu pengetahuan pembaca tentang penerapan PLN mobile dalam meningkatkan pelayanan konsumen di PT. PLN (Persero) unit induk wilayah Sumatera Barat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari magang ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan pelayanan konsumen dengan adanya PLN *Mobile*.

1.5 Metode Magang

Penelitian dilakukan dengan metode observasi lapangan selama 40 hari pada PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Induk Sumatera Barat di Kota Padang. Metode observasi ini dilakukan dengan cara pengambilan informasi melalui peninjauan secara langsung pada PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Induk Sumatera Barat di Kota Padang. Dengan kata lain dilakukan langsung di lapangan dengan mencatat, mengamati apa saja penerapan PLN *Mobile* dalam meningkatkan pelayanan konsumen pada PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Induk Sumatera Barat di Kota Padang.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Magang akan dilakukan pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Barat yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin No. 8, Sawahan, Kec. Padang

Timur, Kota Padang, Sumatera Barat dengan waktu pelaksanaan magang selama 40 hari kerja.

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan laporan ini yaitu hanya fokus mengenai apa saja penerapan PLN Mobile dalam meningkatkan pelayanan konsumen di PT. PLN (Persero) unit induk wilayah Sumatera Barat.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode magang, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II tinjauan pustaka ini berisi tentang konsep dan teori pada tugas akhir. Pada bab ini setiap variabel dijelaskan dari sudut pandang konseptual. Bagian tinjauan pustaka mengaju kepada teks/buku ajar/jurnal ilmiah.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab III menjelaskan mengenai tempat magang. Pada bagian awal bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan yang berisi tentang kegiatan utama yang dilakukan perusahaan serta visi misi perusahaan. Pada bagian selanjutnya berisi tentang sejarah perusahaan tersebut.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab IV ini membahas uraian dari penerapan PLN *Mobile* dalam meningkatkan pelayanan konsumen pada PT.PLN (Persero) unit induk wilayah Sumatera Barat melalui metode penelitian yang dilakukan. Penerapan PLN *Mobile* harus sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Pada bab ini akan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab V penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian. Pada bagian ini harus dapat memberikan saran yang baik bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.



