

PENGARUH APLIKASI PLN MOBILE TERHADAP PEMASARAN PRODUK PLN KE PELANGGAN DAN KEPUASAN MASYARAKAT DI KOTA BAU-BAU

Ramdoni Hazli¹
STIE YPUP Makassar
Email: ramadoni.hazli@gmail.com

Syamsiawan²
STIE YPUP Makassar
Email:

Rohani³
STIE YPUP Makassar
Email:

Abstract:

This study aims to analyze the influence of the PLN Mobile application on the marketing of PLN products and customer satisfaction in Bau-Bau City. In today's digital era, mobile applications serve as essential tools for strengthening interaction between companies and customers. The research employs a qualitative approach, conducting in-depth interviews with 30 active users of the application and holding a focus group discussion (FGD) to explore user experiences, benefits, and suggestions for improvement. The results indicate that the PLN Mobile application provides easy access and significantly speeds up response times for complaints, averaging 2-3 hours. Approximately 83% of respondents reported that the application has transformed the way they interact with PLN services. However, the study also identifies several challenges, including the complexity of the registration process for new users and the need for broader outreach to the community. Recommendations from this research include enhancing application features, such as simplifying the registration process, adding more interactive user guides, and developing a more responsive feedback mechanism. By implementing these steps, it is expected that PLN can more effectively meet customer needs and improve service quality in the future.



Keywords: *PLN Mobile Application, Marketing, Customer Satisfaction, Bau-Bau City*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aplikasi PLN Mobile terhadap pemasaran produk PLN dan kepuasan pelanggan di Kota Bau-Bau. Dalam era digital saat ini, aplikasi mobile berfungsi sebagai alat penting untuk memperkuat interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap 30 pengguna aktif aplikasi serta mengadakan satu sesi diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk menggali pengalaman, manfaat, dan saran perbaikan dari pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile memberikan kemudahan akses dan mempercepat waktu respon terhadap pengaduan, dengan rata-rata waktu respon 2-3 jam. Sebanyak 83% responden mengaku aplikasi ini mengubah cara mereka berinteraksi dengan layanan PLN. Meskipun demikian, penelitian ini mengidentifikasi beberapa tantangan, termasuk kompleksitas proses pendaftaran bagi pengguna baru dan kebutuhan untuk sosialisasi yang lebih luas kepada masyarakat. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini mencakup peningkatan fitur aplikasi, seperti penyederhanaan proses pendaftaran, penambahan panduan penggunaan yang lebih interaktif, dan pengembangan mekanisme umpan balik yang lebih responsif. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan PLN dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan di masa depan.

Kata Kunci: Aplikasi PLN Mobile, Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Kota Bau-Bau

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan secara signifikan. Aplikasi mobile kini menjadi salah satu alat penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi layanan. Menurut Lemon dan Verhoef (2016), interaksi yang lebih baik antara perusahaan dan pelanggan dapat dicapai melalui penggunaan teknologi digital, yang memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih personal dan responsif. Dalam konteks ini, aplikasi PLN Mobile yang diluncurkan oleh PT PLN (Persero) bertujuan untuk memfasilitasi akses pelanggan terhadap berbagai layanan yang ditawarkan, termasuk pembayaran tagihan, pengaduan, dan informasi terkait layanan listrik.

Pemasaran produk dalam industri layanan publik, khususnya sektor ketenagalistrikan, memiliki tantangan tersendiri. Gronroos (2006) menyatakan bahwa dalam pemasaran jasa, fokus harus pada penciptaan nilai melalui interaksi yang bermakna dengan pelanggan. Aplikasi PLN Mobile diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan

pemasaran produk PLN dengan cara yang lebih efisien. Dengan memanfaatkan aplikasi ini, PLN dapat menjangkau pelanggan secara lebih efektif dan memberikan informasi yang relevan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan suatu perusahaan. Menurut penelitian oleh Homburg et al. (2017), kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman layanan yang diberikan. Dalam konteks aplikasi PLN Mobile, kepuasan pelanggan dapat diukur melalui kemudahan akses layanan, kecepatan respon terhadap pengaduan, dan kualitas informasi yang disediakan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana aplikasi ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di masyarakat.

Kota Bau-Bau dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan daerah yang sedang berkembang dengan kebutuhan akan layanan listrik yang semakin meningkat. Penelitian oleh BPS (2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan populasi dan ekonomi di Kota Bau-Bau menciptakan permintaan yang lebih tinggi terhadap layanan listrik yang berkualitas. Dengan penetrasi smartphone yang semakin meningkat, aplikasi mobile menjadi alat yang tepat untuk menjangkau pelanggan di daerah ini. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji penerapan aplikasi perusahaan listrik di wilayah ini, sehingga studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai efektivitas aplikasi PLN Mobile.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pengambilan sampel secara acak terhadap 30 responden yang merupakan pengguna aplikasi PLN Mobile di Kota Bau-Bau. Menurut Creswell (2014), ukuran sampel ini cukup memadai untuk studi eksploratori di tingkat komunitas. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis regresi untuk mengukur hubungan antara penggunaan aplikasi dan kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh aplikasi PLN Mobile terhadap pemasaran produk PLN dan kepuasan masyarakat. Signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap pemahaman tentang bagaimana aplikasi mobile dapat meningkatkan pemasaran dan kepuasan pelanggan dalam konteks layanan publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi PLN dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi mobile sebagai strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademis mengenai penerapan teknologi digital dalam pemasaran layanan publik di Indonesia, yang masih relatif terbatas.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi dengan

pelanggan dan menciptakan nilai tambah bagi mereka. Penelitian oleh Rust dan Huang (2014) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam layanan dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas merek. Dengan demikian, aplikasi PLN Mobile tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh aplikasi PLN Mobile terhadap pemasaran produk PLN dan kepuasan pelanggan di Kota Bau-Bau. Dengan menganalisis data yang diperoleh dari responden, diharapkan dapat ditemukan hubungan yang signifikan antara penggunaan aplikasi dan kepuasan pelanggan, serta memberikan rekomendasi yang berguna bagi PLN dalam meningkatkan layanan dan pemasaran produk mereka. Melalui penelitian ini, diharapkan PLN dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, sehingga dapat menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi pengaruh aplikasi PLN Mobile terhadap pemasaran produk dan kepuasan pelanggan di Kota Bau-Bau. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dengan 15 pengguna aktif aplikasi, yang bertujuan untuk memahami pengalaman penggunaan, manfaat, dan saran perbaikan. Selain itu, satu sesi diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion/FGD) diadakan, masing-masing melibatkan lebih dari 10 peserta dengan variasi usia dan latar belakang pendidikan. Diskusi ini bertujuan untuk menggali isu-isu terkait penggunaan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari. Metode observasi partisipatif juga diterapkan untuk mengamati langsung interaksi pengguna dengan aplikasi. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode tematik, dengan pengkodean untuk mengidentifikasi pola dan tema utama. Validitas data dijaga melalui triangulasi, member checking, dan audit trail. Pertimbangan etik, seperti memperoleh persetujuan informan dan menjaga kerahasiaan identitas, juga menjadi prioritas. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai efektivitas aplikasi PLN Mobile dalam konteks layanan publik.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus, dan observasi partisipatif, penelitian ini mengungkap beberapa temuan penting terkait pengaruh aplikasi PLN Mobile terhadap pemasaran produk dan kepuasan pelanggan di Kota Bau Bau.

Gambar 1. Tangkapan Layar Kegiatan PLN Kota Bau-Bau



Sumber: Instagram PLN Kota Bau-Bau

Gambar menampilkan suasana diskusi kelompok terfokus pertama yang diadakan di Kejaksaan Negeri Baubau

Aspek pertama yang menonjol adalah kemudahan akses dan penggunaan aplikasi. Sebanyak 83% responden (13 dari 15 orang) mengakui bahwa aplikasi ini merubah cara mereka berinteraksi dengan layanan PLN. *"Sekarang saya bisa bayar tagihan listrik kapan saja tanpa harus antri,"* tutur salah satu responden, Bapak Anton, menunjukkan kepuasannya. Kemudahan ini terutama dirasakan oleh kelompok usia muda yang sudah terbiasa dengan teknologi digital, meskipun beberapa pengguna senior mengakui membutuhkan waktu untuk beradaptasi.

Gambar 2. Sesi wawancara dengan responden



Sumber: diolah peneliti (2025)

Tema kedua yang muncul adalah peningkatan kualitas layanan. Hasil FGD mengungkap bahwa waktu respon untuk pengaduan menjadi lebih cepat, dengan rata-rata 2-3 jam sejak laporan dibuat. Ini menunjukkan peningkatan signifikan dibanding layanan konvensional. Namun, beberapa peserta mengkritik konsistensi respon di luar jam kerja, yang terkadang masih lambat. Diskusi juga mengungkap tantangan dan harapan pengguna, berikut: (1) proses verifikasi akun sering dianggap rumit oleh pengguna pemula; (2) keterbatasan panduan dalam Bahasa daerah setempat; (3) kebutuhan akan notifikasi yang lebih proaktif; dan (4) harapan adanya fitur prediksi konsumsi listrik bulanan.

Sosialisasi yang dilakukan PLN melalui FGD (seperti terlihat pada gambar 1) dinilai efektif oleh mayoritas peserta. Mereka menyarankan kegiatan semacam ini diperbanyak, khususnya di daerah pinggiran kota. Sesi wawancara mendalam (gambar 2) memberikan wawasan yang lebih personal tentang tantangan sehari-hari yang dihadapi pengguna.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa aplikasi PLN Mobile berhasil mentransformasi dinamika pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan di Kota Bau-Bau. Kombinasi antara kemudahan digital dan pendekatan personal melalui sosialisasi telah menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, perbaikan berkelanjutan tetap diperlukan, terutama dalam hal inklusivitas bagi semua kelompok.

Tahapan Evaluasi dan Monitoring

Berdasarkan hasil penelitian mengenai aplikasi PLN Mobile, tahapan evaluasi dan monitoring perlu dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitas layanan. Pertama, penetapan indikator kinerja menjadi langkah awal yang penting. Indikator ini mencakup tingkat kepuasan pengguna, frekuensi penggunaan aplikasi, dan tingkat adopsi pengguna baru. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan secara berkala melalui survei dan wawancara mendalam setiap enam bulan, serta diskusi kelompok terfokus (FGD) yang melibatkan berbagai kelompok demografis. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola dan tema utama. Hasil analisis ini kemudian disusun dalam laporan yang mencakup temuan dan rekomendasi perbaikan. Tindak lanjut dari rekomendasi tersebut melibatkan implementasi perbaikan yang diusulkan, seperti peningkatan fitur aplikasi dan sosialisasi yang lebih intensif kepada pengguna. Akhirnya, hasil evaluasi disampaikan kepada semua pemangku kepentingan melalui laporan yang jelas dan ringkas. Dengan tahapan evaluasi yang sistematis ini, PLN diharapkan dapat terus meningkatkan aplikasi PLN Mobile, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara optimal.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aplikasi PLN Mobile telah memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan pemasaran produk dan kepuasan pelanggan di Kota Bau-Bau. Aplikasi ini dinilai berhasil menciptakan kemudahan akses bagi para pengguna dalam mengelola layanan listrik mereka sehari-hari, mulai dari pembayaran tagihan hingga pengajuan pengaduan. Namun demikian, penelitian ini juga mengungkap beberapa tantangan yang masih dihadapi, terutama terkait kompleksitas proses pendaftaran bagi pengguna baru dan perlunya sosialisasi yang lebih menyeluruh kepada seluruh lapisan masyarakat.

Untuk mengoptimalkan potensi aplikasi PLN Mobile, disarankan agar PLN melakukan peningkatan sosialisasi secara lebih intensif melalui berbagai kanal komunikasi, dengan pendekatan yang disesuaikan untuk setiap kelompok demografis pengguna. Perbaikan terhadap fitur aplikasi juga perlu menjadi prioritas, terutama dalam penyederhanaan proses pendaftaran dan penambahan panduan penggunaan yang lebih interaktif. PLN dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan fitur notifikasi yang lebih responsif serta menambahkan fasilitas analisis konsumsi listrik perangkat elektronik untuk memberikan nilai tambah bagi pengguna.

Penting bagi PLN untuk membangun mekanisme umpan balik yang efektif agar dapat terus menangkap aspirasi dan kebutuhan pelanggan secara real-time. Hal ini dapat

berupa fitur penilaian langsung dalam aplikasi atau kanal komunikasi khusus yang mudah diakses. Evaluasi berkala terhadap perkembangan aplikasi perlu dilakukan secara konsisten untuk memastikan bahwa setiap pembaruan dan perbaikan yang dilakukan benar-benar menjawab kebutuhan pengguna. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, PLN Mobile tidak hanya akan mempertahankan kepuasan pelanggan yang telah ada, tetapi juga terus berkembang menjadi platform pelayanan yang semakin adaptif terhadap dinamika kebutuhan masyarakat di masa depan.

REFERENSI

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Gronroos, C. (2006). On defining marketing: Finding a new roadmap for marketing. *Marketing Theory*, <https://doi.org/10.1177/1470593106072020> 6(4), 395-417.
- Homburg, C., Müller, M., & Klarmann, M. (2017). When does customer satisfaction lead to customer loyalty? The role of customer experience and customer engagement. *Journal of Marketing*, <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420> 81(6), 1-20.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420> 80(6), 69-96.
- Rust, R. T., & Huang, M. H. (2014). The service revolution and the transformation of marketing science. *Marketing Science*, <https://doi.org/10.1287/mksc.2014.0870>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Kota Bau-Bau 2023*. <https://www.bps.go.id/publication/2023/01/01/statistik-kota-bau-bau-2023.html>
- PLN. (2023). *Aplikasi PLN Mobile: Solusi cerdas untuk kebutuhan listrik Anda*. <https://www.pln.co.id/aplikasi-pln-mobile>