

**Analisis SWOT Aplikasi PLN *Mobile* Pada Pelanggan PT PLN UP3
Merauke**

Tugas Akhir Magang



Disusun Oleh :

Nur Annisa Triswati- 22311373

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

**Analisis SWOT Aplikasi PLN *Mobile* Pada Pelanggan PT PLN UP3
Merauke**

Tugas Akhir Magang

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Disusun oleh:

Nama: Nur Annisa Triswati

NIM: 22311373

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM
MSARJANA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam tugas akhir magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.”
Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai ketentuan yang berlaku.”

Yogyakarta, 4 Desember 2025



Nur Annisa Triswati

22311373

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

ANALISIS SWOT APLIKASI PLN MOBILE PADA PELANGGAN PT PLN UP3 MERAUKE

Disusun oleh : Nur Annisa Triswati

Nomor Mahasiswa : 22311373

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
hari ini, tanggal: Senin 05 Januari 2026

Pembimbing TA : Alldila Nadhira Ayu Setyaning, S.E., MBA.
Penguji : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Analisis SWOT Aplikasi *PLN Mobile* Pada Pelanggan
PT PLN UP3 Merauke

Diajukan oleh:

Nama : Nur Annisa Triswati

Nomor Mahasiswa : 22311373

Program Studi : Manajemen S1

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 4 Desember 2025

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing



Alldila Nadhira Ayu Setyaning, S.E., M.B.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) aplikasi PLN *Mobile* “untuk meningkatkan interaksi pelanggan serta memaksimalkan penggunaan transaksi digital di PT PLN UP3 Merauke.” Permasalahan utama yang dihadapi adalah kendala jaringan dan infrastruktur internet serta kurangnya sosialisasi dan edukasi digital yang terbatas di wilayah Merauke yang menghambat akses dan penggunaan aplikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terkait penggunaan aplikasi serta strategi pemasaran. Hasil penelitian “menunjukkan bahwa aplikasi PLN *Mobile* memiliki keunggulan seperti kemudahan penggunaan, biaya admin yang rendah, dan respon cepat, namun menghadapi tantangan pada fitur yang kurang relevan dan ketergantungan pada jaringan yang stabil. Peluang peningkatan penggunaan aplikasi didukung oleh kolaborasi dengan UMKM, edukasi digital yang lebih luas, dan penguatan layanan pelanggan.” Strategi penguatan aplikasi melalui inovasi fitur dan edukasi digital mampu meningkatkan interaksi dan kesadaran pelanggan terhadap layanan digital. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan sosialisasi dan perbaikan fitur aplikasi yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna demi memperkuat posisi PLN *Mobile* sebagai platform layanan kelistrikan digital yang terpercaya dan inklusif.

Kata Kunci: Analisis SWOT , *Pengalaman Pelanggan* , PLN *Mobile* , Niat Beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of the PLN Mobile application to improve customer interaction and maximize the use of digital transactions at PT PLN UP3 Merauke. The main problems faced are the lack of digital socialization and education and limited internet network and infrastructure constraints in the Merauke area that hinder access and use of the application. The research method used is qualitative with data collection through observation and interviews related to application usage and marketing strategies. The results show that the PLN Mobile application has advantages such as ease of use, low admin costs, and fast response, but faces challenges in irrelevant features and dependence on a stable network. Opportunities for increasing application usage are supported by collaboration with MSMEs, broader digital education, and strengthening customer service. The strategy of strengthening the application through feature innovation and digital education can increase customer interaction and awareness of digital services. This study recommends increasing socialization and improving application features tailored to user characteristics to strengthen PLN Mobile's position as a trusted and inclusive digital electricity service platform.

Keywords: SWOT Analysis , Customer Experience, PLN Mobile , Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “**Analisis SWOT Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan PT PLN UP3 Merauke.**” Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penvusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan semua pihak yang membantu dan mendukung dalam penvelesaiannya Oleh karena itu, penullis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala “yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkah penulis.”
2. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., “selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, yang senantiasa memberikan arahan dan dukungan kepada seluruh mahasiswa.”
3. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., M.Sc., “selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, atas bimbingan dan dukungannya”
4. Bapak Abdur Rafik, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan motivasi dan arahan selama masa studi.
5. Ibu Alldila Nadhira Ayu Setyaning, S.E., M.B.A. “selaku dosen pembimbing yang selalu hadir dan dengan sabar telah membimbing, menuntun, serta mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir magang ini dengan baik.”
6. Teruntuk cinta pertama, panutan, dan sosok teristimewa Alm.Bapak Sutrisno, ayah tercinta,yang tidak sempat menemani “penulis dalam perjalanan menyusun tugas akhir. namun terima kasih banyak selama hidup telah menjadi sosok panutan, sumber semangat, dan inspirasi yang tak terganti.” Doa-doa , didikan, dan nilai-nilai kehidupan yang ditanamkan akan selalu hidup dalam diri penulis.Alhamdulillah, penulis kini telah sampai pada tahap ini, dalam menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan lancar.
7. Teruntuk ibu tersayang Sri Sularsih, perempuan hebat yang tak pernah absen dalam doa, semangat, dan pengorbanannya. “Terima kasih atas kasih sayang, air mata dan doa yang mengiringi setiap langkah penulis hingga berada di titik ini.” Semoga Allah SWT selalu

melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan buat ibu..

8. Kepada saudara kandung penulis, Nurlyana Puspitasari dan Novia Nur Ramdhani. Meskipun kebersamaan tidak selalu berjalan tenang dan kadang dipenuhi canda, perdebatan kecil, serta momen yang menguji kesabaran tetapi semua menjadi warna yang mempererat hubungan saudara. Penulis menyampaikan terima kasih atas dukungan dan doa yang diberikan, yang menjadi bagian penting hingga penulis dapat mencapai tahap ini.
9. Pihak PT PLN UP3 Merauke yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk melakukan penelitian di Perusahaan ini, serta jajaran manajer PT PLN UP3 Merauke khususnya Bapak Imam Alhakim selaku supervisor penulis yang sudah membuka perspektif baru di dunia kerja dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat berharga.
10. Kepada Delina, Kristin, dan Bunga, Ratih, Khansa, Qila, Sani dan Angga, terimakasih telah menjadi rumah dan tempat pulang ternyaman penulis di perantauan. Dibalik kata kata frontal yang sering dilontarkan satu sama lain ada hati malaikat yang selalu siap menyediakan bahu untuk bersandar, dan hadir tanpa syarat di kala suka maupun duka. Terima kasih karena telah menjadi sahabat yang tidak hanya ada tawa mengisi hari, tetapi juga saat air mata dan Atas telinga yang selalu siap mendengar, atas motivasi yang sering kali datang tepat di saat penulis membutuhkannya. Kehadiran kalian memberi warna, dan semangat tersendiri dalam perjalanan panjang ini.
11. *Last but not least*, Terimakasih untuk diri sendiri. Apresiasi setinggi-tingginya atas keteguhan dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Perjalanan hingga titik ini bukanlah hal yang mudah, namun terima kasih telah bertahan, terus melangkah, dan tetap memilih untuk hidup serta merayakan setiap prosesnya. *hope to be a human being who is willing to try and trying non-stop to achieve all dreams.*

Meskipun “laporan tugas akhir magang ini masih memiliki beberapa kekurangan, penulis telah berusaha memberikan hasil yang optimal. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.” Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
11.1 Profil Perusahaan	1
11.2 Latar Belakang.....	5
11.3 Rumusan Masalah	12
11.4 Tujuan Penelitian	12
11.5 Manfaat Penelitian	13
11.6 Implikasi Kontribusi	14
BAB II KAJIAN LITERATUR	16
2.1 Analisis SWOT.....	16
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	18
2.3 Definisi Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	19
2.4 <i>Customer Experience</i>	23
2.5 <i>Purchase Intention</i>	24
BAB III METODOLOGI	28
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Narasumber Penelitian.....	28
3.3 Unit Analisis	30
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.7 Uji Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33

4.1 Hasil Pelaksanaan Peneliti.....	33
4.2 Hasil Wawancara.....	36
4.3 Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Struktur Perusahaan.....	2
Gambar 1. 2 Logo Perusahaan.....	3
Gambar 2. 1 <i>The Technology Acceptance Model (TAM)</i>	5

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.2 Data Responden	40
Tabel 4.2.1 Hasil Wawancara Kekuatan PLN <i>Mobile</i> dengan Pengguna	41
Tabel 4.2.2 Hasil Wawancara Kelemahan PLN <i>Mobile</i> dengan Pengguna	43
Tabel 4.2.3 Hasil Wawancara Peluang PLN <i>Mobile</i> dengan Pengguna	43
Tabel 4.2.4 Hasil Wawancara Ancaman PLN <i>Mobile</i> dengan Pengguna	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT PLN (Persero) merupakan “Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang ketenagalistrikan yang didirikan pada 27 Oktober 1945 dengan nama awal Jawatan Listrik dan Gas.” Seiring perkembangan zaman dan tuntutan pelayanan publik, PLN terus melakukan restrukturisasi organisasi untuk meningkatkan jangkauan dan efisiensi pelayanannya di seluruh Indonesia, termasuk dengan membentuk unit-unit pelayanan wilayah.

Sebagai misi utama, PT PLN berkomitmen membuktikan potensi sumber daya lokal dalam energi terbarukan, mengintegrasikan teknologi mutakhir seperti surya dan digitalisasi untuk mendukung sektor industri, pertanian, dan masyarakat. Perusahaan ini tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada ekosistem energi hijau Indonesia. Dengan visi menjadi perusahaan energi terbaik di Asia Tenggara, PT PLN menggabungkan inovasi lokal-global untuk manfaat masyarakat, mendukung talenta lokal, dan membangun citra positif industri energi internasional.

Salah satu unit tersebut ialah Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Merauke, yang berada di bawah Unit Induk Wilayah Papua dan Papua Barat (UIW PPB). UP3 Merauke memiliki tugas utama dalam melayani pelanggan, menjaga pasokan listrik, dan memastikan distribusi energi ke berbagai daerah di Kabupaten Merauke dan sekitarnya, termasuk wilayah perbatasan Indonesia Papua Nugini. PLN UP3 Merauke berperan penting dalam mendukung elektrifikasi daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar).

PLN UP3 Merauke, bagian dari struktur operasional PT PLN, didirikan pada 2010 untuk melayani Kabupaten Merauke, Papua. Fokusnya pada penyediaan listrik handal di daerah terpencil, menggunakan energi surya dan sistem cerdas untuk mendukung ekonomi lokal seperti pertanian dan pariwisata, sekaligus berkontribusi pada pengembangan masyarakat Papua dan energi hijau nasional.

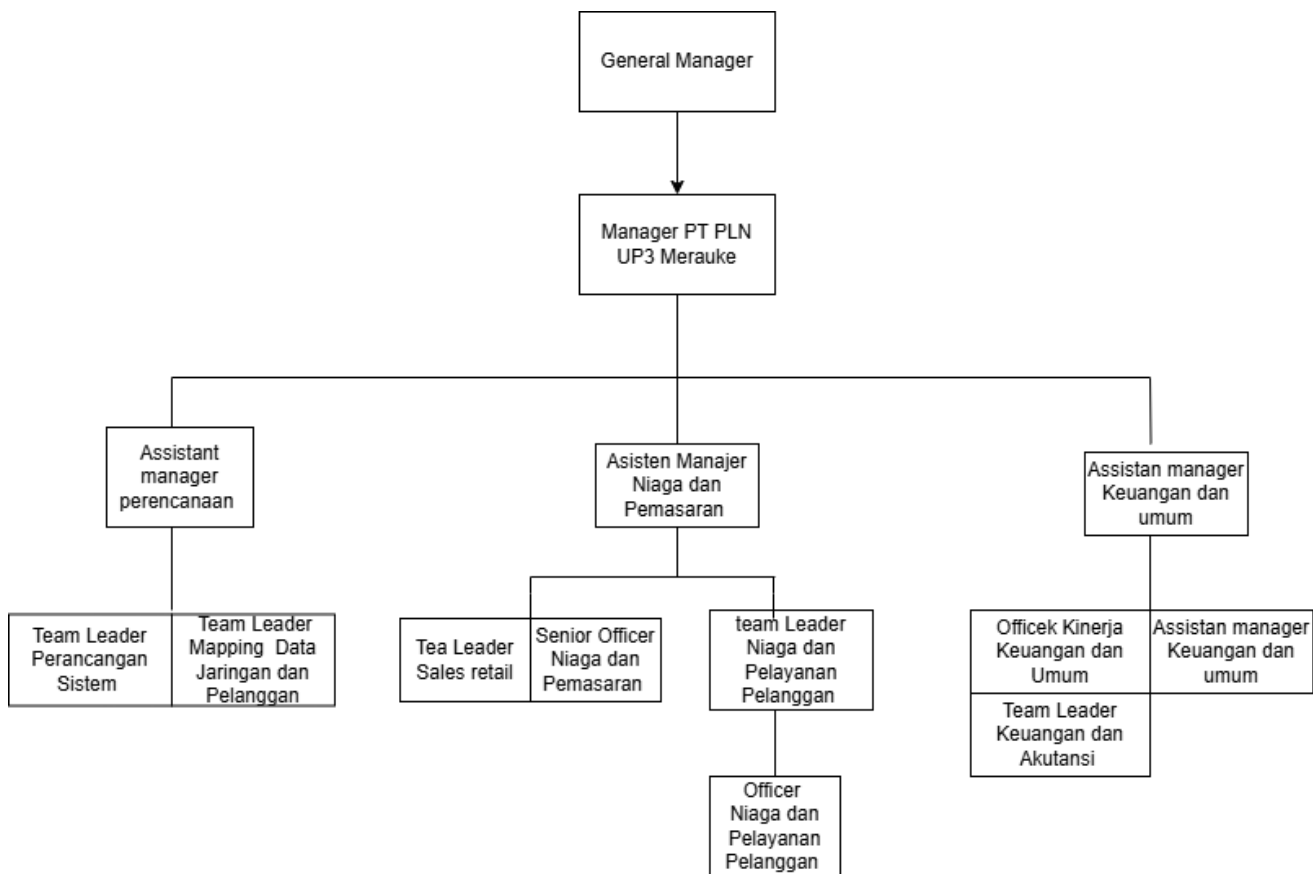
1.1.2 Visi dan Misi

- **Visi Perusahaan :** “Menjadi Perusahaan Listrik Terkemuka se-Asia Tenggara dan Pilihan No. 1 Pelanggan untuk Solusi Energi”
- **Misi Perusahaan :**
 - Mengoperasikan usaha di bidang kelistrikan serta sektor terkait lainnya, dengan fokus utama pada kepuasan pelanggan, karyawan perusahaan, dan pemegang saham.
 - Menjadikan tenaga listrik sebagai alat untuk memperbaiki standar kualitas hidup masyarakat.
 - Berupaya agar listrik berperan sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi.
 - Melaksanakan aktivitas perusahaan dengan pendekatan yang ramah lingkungan.

1.1.3 Produk atau Layanan

Produk utama PT PLN UP3 Merak adalah penyediaan listrik untuk, bisnis, rumah tangga industri, serta pemerintahan melalui dua sistem utama, yaitu listrik pascabayar (Pembayar akhir bulan) dan listrik Prabayar atau token (bayar di awal). Selain itu, PLN juga menyediakan aplikasi PLN *Mobile* yang membantu pelanggan mengakses layanan secara digital, seperti pembelian token, pencatatan meter mandiri, cek tagihan, pelaporan gangguan, serta informasi pemadaman. Layanan yang memudahkan pelanggan dikarenakan masyarakat tidak perlu datang langsung ke kantor PLN, hanya menggunakan smartphone untuk melakukan hampir seluruh urusan kelistrikan. serta menyediakan layanan tanggap darurat melalui *Call Center* 123. Dengan digitalisasi dan perluasan jaringan kelistrikan hingga ke daerah 3T, PLN memudahkan masyarakat dalam menggunakan, mengakses, dan memantau layanan listrik secara praktis, cepat, dan transparan

1.1.4 Struktur Organisasi dan wewenang



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi

Gambar diatas menunjukkan stuktur organisasi PT PLN UP3 Merauke , penulis ditempatkan dibawah divisi Niaga dan Pemasaran bersama Bapak Sultan Salahudin sebagai Supervisor penulis saat pelaksanaan magang.Struktur organisasi ini memiliki tanggung jawab dan wewenang sendiri dari masing-masing divisinya. Penjabarannya sebagai berikut:

- 1) **Bidang Perencanaan dan Evaluasi Sistem Distribusi** : Bertanggung jawab dalam merancang dan mengevaluasi pengembangan jaringan distribusi listrik agar layanan kelistrikan berjalan andal, efisien, dan sesuai kebutuhan masyarakat.
- 2) **Bidang Niaga dan Pemasaran**: Perencanaan, pembelian, penjualan tenaga listrik, riset pasar, penciptaan produk dan layanan baru, periklanan, komunikasi, dan pengendalian mutu layanan semuanya berada di bawah tinjauan pengelolaan pemasaran dan operasi layanan pelanggan.

- 3) **Bidang Jaringan dan Kontruksi** : Menangani operasional sehari-hari perusahaan, termasuk manajemen risiko dan kepatuhan.
- 4) **Bidang Keuangan dan umum** : Sekelompok fungsi yang tanggung jawab utamanya adalah untuk melakukan analisis strategis dalam mempersiapkan perusahaan dengan data yang penting, informasi dan pengetahuan yang berdasarkan penelitian dan analisis yang solid, untuk membantu proses pembuatan keputusan di dalam perusahaan dan meningkatkan kapabilitas perusahaan.
- 5) **Bidang Transaksi Energi Listrik** : Bertanggung jawab untuk menangani transaksi energi antara pelanggan dan Area/Rayon/Unit terkait, termasuk pengendalian kerugian dan pemeliharaan meteran transaksi agar sesuai dengan persyaratan operasi yang disyaratkan.

1.1.5 Logo Perusahaan

Logo merupakan sebuah simbol grafis yang dirancang khusus untuk merepresentasikan identitas, nilai, dan visi dari suatu organisasi, perusahaan, produk, atau lembaga. Logo berfungsi sebagai tanda pengenal yang mudah dikenali oleh publik dan memiliki makna tertentu yang mencerminkan karakteristik dan tujuan dari entitas yang diwakilinya. “PT PLN UP3 Merauke” memiliki logo yang merepresentasikan identitas perusahaan, dengan warna utama yang menjadi simbol khasnya yang berwujud :



Gambar 1.2 logo perusahaan

1.2 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi telah muncul sebagai pilar penting bagi transformasi sosial dan ekonomi masyarakat modern. Di era Revolusi Industri 4.0, kemajuan teknologi digital telah memicu sejumlah inovasi yang mengubah cara masyarakat terhubung, bekerja, dan menggunakan layanan publik dan komersial (Purnomo,2023) . Di Indonesia, percepatan digitalisasi terlihat dari peningkatan signifikan penggunaan perangkat digital, khususnya *smartphone*, yang telah menjadi media utama masyarakat dalam mengakses berbagai layanan daring (Wijaya, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak

hanya terjadi di sektor komersial, tetapi juga dalam pelayanan publik .

Smartphone kini berfungsi bukan hanya sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai sarana produktivitas, transaksi finansial, dan akses layanan sosial maupun pemerintahan. Salah satu contohnya adalah pemanfaatan fitur-fitur elektronik pada *smartphone* oleh berbagai perusahaan untuk memberikan layanan berkualitas secara online. Pada tahun 2024, akan ada 212 juta pengguna ponsel pintar di Indonesia, atau sekitar 76,5% dari seluruh populasi negara ini, menurut studi *We Are Social*. Peningkatan ini sejalan dengan peningkatan penetrasi internet, yang pada awal 2024 mencapai 79,5% (APJII, 2024). Kondisi tersebut menandakan bahwa akses digital di Indonesia semakin merata dan berpotensi mendukung digitalisasi layanan publik. Tersedianya perangkat yang memudahkan pengguna untuk mengakses internet menjadi faktor penting yang mendorong meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap penggunaan internet. Badan Usaha Milik Negara (BUMN), seperti PT PLN (Persero), termasuk di antara bisnis yang menggunakan inovasi layanan berbasis daring.

Salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat akan listrik adalah PT PLN (Persero). Kehadiran BUMN di Indonesia, sebagai bagian dari instrumen pembangunan nasional, secara strategis mendukung kemajuan negara, sebuah fungsi yang dianggap penting oleh pemerintah maupun masyarakat. PLN telah mengembangkan sebuah layanan berbasis aplikasi yang dapat diakses via *smartphone*, dengan nama PLN Mobile. Tujuan dari aplikasi ini adalah untuk memudahkan pengguna dalam mengakses informasi dan berkomunikasi dengan PLN melalui platform ini.

PLN *Mobile* adalah komponen utama dari transformasi digital, yang menawarkan platform yang mudah diakses bagi pelanggan untuk mengelola layanan listrik. Dalam layanan kelistrikan, menurut (Nadhif dan Niswah,2018), PLN Mobile merupakan hasil integrasi dan penyempurnaan berbagai layanan serta aplikasi PLN sebelumnya, seperti Contact Center 123, Facebook, Twitter, dan portal web resmi PLN.. Aplikasi ini menjadi alat komunikasi bagi PLN untuk berinteraksi dengan para pelanggannya. Menurut (Kusuma & Rahim, 2021). Studi ini menekankan betapa pentingnya layanan digital dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan efektivitas operasional. Selain itu, langkah strategis PLN untuk mendukung inisiatif transformasi digital nasional, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan di seluruh Indonesia tercermin dalam inovasi aplikasi ini. Namun, meskipun aplikasi ini memiliki beragam fitur unggulan, dan telah memfasilitasi transaksi digital di banyak

wilayah ,tingkat pemanfaatan oleh pelanggan tidak merata di seluruh daerah. khususnya di Kota Merauke (PLN UP3 Merauke), Berdasarkan laporan internal PT PLN UP3 Merauke (2024), tingkat penggunaan aplikasi PLN *Mobile* di wilayah Merauke masih tergolong rendah dibandingkan wilayah perkotaan lain di Indonesia, hal ini menunjukkan masih adanya tantangan dalam adopsi teknologi digital, terutama di daerah dengan infrastruktur jaringan terbatas dan literasi digital yang rendah (Mokan, 2022).

Fakta lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kemudahan yang ditawarkan PLN *Mobile* dengan kebiasaan atau preferensi pelanggan di Merauke. Banyak masyarakat masih memilih saluran non-digital untuk transaksi listrik, seperti Kantor Pos, M-Banking, atau loket pembayaran lainnya. Penelitian sebelumnya (Mokan, 2022) mengindikasikan bahwa masalah aksesibilitas jaringan internet di wilayah terpencil seperti Merauke dapat secara signifikan menghambat penggunaan aplikasi yang membutuhkan layanan *real-time*. Tingkat penerimaan publik terhadap penggunaan aplikasi PLN *Mobile* belum pernah dinilai atau dianalisis sejak diluncurkan. Hal ini penting untuk memastikan tingkat penerimaan publik, khususnya di Kota Merauke, terhadap aplikasi PLN *Mobile* sebagai media layanan informasi daring. Sebagai platform layanan informasi daring, penting juga untuk menentukan faktor-faktor pendorong penerimaan pengguna terhadap aplikasi ini dan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penerimaan tersebut. Untuk memastikan tingkat penerimaan aplikasi PLN *Mobile*, khususnya di Kota Merauke, diperlukan penelitian. Penelitian ini menggambarkan tingkat adopsi dan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* oleh warga Kota Merauke dalam kehidupan sehari-hari melalui analisis SWOT. Lebih lanjut, Srinadi (2015) menyatakan bahwa Model Adopsi Teknologi (TAM) merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dampak dan tingkat adopsi suatu teknologi.

Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah pendekatan teoretis untuk memahami bagaimana pelanggan memandang dan berfokus pada suatu teknologi. Davis (1989) mengembangkan paradigma ini, yang menekankan persepsi utilitas dan kegunaan. Sikap dan niat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi telah terbukti dipengaruhi oleh komponen kedua ini (Venkatesh & Bala, 2008). TAM digunakan untuk menganalisis sejauh mana persepsi pelanggan terhadap kemudahan dan manfaat PLN *Mobile* dapat memengaruhi purchase intention serta membentuk *customer experience* yang positif. Dalam konteks penelitian ini, penerapan TAM menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan temuan analisis SWOT yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan PLN *Mobile* dipengaruhi oleh dinamika pengalaman pelanggan di lapangan. Kekuatan aplikasi seperti kemudahan pengaduan, akses layanan yang lebih cepat, serta biaya transaksi yang lebih murah menjadi faktor penting dalam memperkuat *perceived usefulness*, sedangkan proses transaksi yang sederhana turut meningkatkan *perceived ease of use*. Namun, adanya kelemahan seperti ketergantungan pada jaringan internet, bug aplikasi saat pembaruan, dan fitur tertentu yang kurang relevan juga dapat menghambat persepsi tersebut. Oleh karena itu, pengukuran berkelanjutan terhadap persepsi pengguna melalui observasi, survei, ataupun data penggunaan aplikasi menjadi krusial untuk memastikan bahwa pengembangan sistem bergerak sejalan dengan kebutuhan pelanggan di Merauke. Dengan demikian, konsep TAM dalam penelitian memungkinkan pengembangan desain sistem yang lebih adaptif, responsif, dan berorientasi pada solusi, sehingga PLN *Mobile* dapat terus memberikan pengalaman interaksi yang bernilai tinggi bagi pelanggan.

Studi ini mencakup analisis SWOT terhadap pengalaman pengguna aplikasi PLN *Mobile*. Selain itu, studi ini akan menawarkan taktik yang tepat untuk meningkatkan penggunaan transaksi PLN *Mobile*.

Sagala (2013) mendefinisikan analisis SWOT merupakan suatu analisis kebijakan yang mempertimbangkan empat aspek utama. Kekuatan (*strength*) Digunakan untuk menentukan elemen-elemen yang bermanfaat dan berpotensi menjadi modal yang signifikan. Kelemahan, khususnya berfokus pada area yang dianggap lemah dan perlu diperbaiki. Peluang adalah keadaan eksternal yang mungkin menguntungkan bagi bisnis. Serta Ancaman (*threats*) faktor-faktor dari luar perusahaan yang dapat menimbulkan risiko atau hambatan bagi aktivitas operasional perusahaan. Dengan menerapkan analisis SWOT, perusahaan dapat merancang , menerapkan strategi yang efisien guna meraih keunggulan kompetitif dan keberhasilan dalam jangka waktu panjang. Menurut Hill & Westbrook (1997), pemahaman mendalam terhadap lingkungan bisnis merupakan inti dari penyusunan strategi dan proses perencanaan. Proses

tersebut dapat didukung melalui penggunaan analisis SWOT, yang berperan sebagai instrumen untuk mendapatkan wawasan komprehensif tentang lingkungan bisnis. Penelitian tentang analisis SWOT aplikasi PLN *Mobile* pada pelanggan PT PLN UP3 Merauke sangat relevan dengan tantangan digitalisasi layanan publik di daerah terpencil, di mana aksesibilitas teknologi dan pengalaman pelanggan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Dengan banyaknya inovasi aplikasi *Mobile* dari pesaing di sektor energi, serta ancaman perubahan regulasi dan perilaku konsumen yang semakin digital, analisis ini diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan internal seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kelemahan seperti keterbatasan jaringan di Merauke, peluang dari peningkatan adopsi teknologi, dan ancaman dari kompetisi pasar yang ketat.

Menurut Butarbutar et al. (2020) Respons dan interaksi pelanggan dengan barang atau jasa, termasuk hubungan yang mereka jalin dengan bisnis atau penawarannya, disebut sebagai pengalaman pelanggan. Setelah pelanggan melakukan pembelian atau menggunakan layanan yang disediakan, pengalaman ini tercipta. Secara umum, pengalaman pelanggan mencerminkan seberapa nyaman atau puasnya pelanggan ketika suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan mereka. Menurut riset PLN *Mobile*, variabel eksternal seperti dukungan teknis dan kualitas jaringan PLN juga memengaruhi pengalaman pengguna di Kota Merauke, selain konten aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital bergantung pada kemampuan perusahaan memahami perilaku dan kebutuhan pengguna di lapangan, sehingga melalui persepsi terhadap kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan transaksi, serta kualitas respon layanan perlu untuk diperhatikan. Pada PT PLN UP3 Merauke ditahun 2025, sebagian besar pelanggan mengakui kemudahan penggunaan aplikasi dan biaya administrasi yang lebih rendah dibanding platform lain, namun mengeluhkan gangguan jaringan dan fitur yang belum relevan, seperti marketplace dan layanan kendaraan listrik (SPKLU) yang belum dibutuhkan masyarakat lokal. Hal ini menandakan bahwa meskipun secara fungsional aplikasi PLN *Mobile* telah memenuhi standar, secara pengalaman pengguna masih aspek yang perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dan loyalitas pelanggan. Bagi sebuah perusahaan, memahami serta menganalisis pengalaman pelanggan dan perjalanan pelanggan menjadi sangat krusial. Karena hal ini muncul sebagai respons yang terjadi akibat interaksi dan hubungan pelanggan dengan produk, serta keterikatan yang terbentuk antara pelanggan dengan perusahaan maupun dengan produk tersebut. Agar dapat memberikan pengalaman pengguna yang positif, sebuah aplikasi seluler harus mudah ditemukan dan digunakan pertama kali, memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, mampu memenuhi permintaan pengguna, dan memuaskan pengguna. Keempat

komponen ini penting untuk memberikan pengalaman pengguna yang positif (Guo, 2012)

Purchase intention merupakan suatu keinginan konsumen untuk membeli produk atau layanan di masa depan, yang dipengaruhi oleh informasi serta keunggulan perusahaan dalam pemasaran melalui media sosial. Minat ini muncul setelah konsumen melihat produk dan dipengaruhi oleh faktor seperti perilaku, persepsi, dan gaya hidup. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), niat merupakan faktor penentu perilaku aktual. Dalam aplikasi PLN *Mobile*, *purchase intention* mencerminkan kemauan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dalam transaksi rutin. Dalam hal ini menunjukkan bahwa niat pengguna untuk memanfaatkan aplikasi dipengaruhi oleh faktor kemudahan, manfaat yang dirasakan, dan persepsi keamanan transaksi digital. Rendahnya niat ini berkorelasi dengan kurangnya sosialisasi dan belum optimalnya strategi pemasaran digital PLN di daerah terpencil seperti Merauke (Rohman, 2023).

1.2.1 Permasalahan Umum

Permasalahan umum yang ditemukan di PT PLN UP3 Merauke adalah kurangnya jumlah Pengguna transaksi Aplikasi PLN *Mobile* pada Pelanggan PT PLN dalam mencapai target yang telah ditentukan. Di balik berbagai kemudahan dan kelebihan yang disediakan oleh aplikasi PLN *Mobile*, faktanya penduduk Kota Merauke lebih nyaman atau terbiasa dengan cara membeli token dan melunasi tagihan listrik menggunakan metode lain, termasuk pembayaran langsung di Kantor Pos, melalui *M-Banking* atau ATM, aplikasi *Shopee*, dan berbagai *e-wallet* lainnya. Penelitian oleh Moka (2022) menekankan bahwa implementasi aplikasi digital di wilayah terpencil seperti Merauke menghadapi tantangan dalam hal aksesibilitas jaringan internet. Moka mengungkapkan bahwa keterbatasan jaringan internet dapat menghambat penggunaan aplikasi digital oleh masyarakat lokal, terutama dalam mengakses layanan real-time yang disediakan oleh aplikasi PLN *Mobile* (Moka, 2022). Embrace mengklaim bahwa analisis SWOT dapat secara metodis mengidentifikasi beberapa elemen untuk mengembangkan strategi bisnis. Analisis ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menilai peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan. Namun PT PLN UP3 Merauke saat ini belum melakukan analisis SWOT pada pelanggan dengan optimal, sehingga kampanye penggunaan aplikasi sering kali tidak tepat sasaran.

1.2.2 Relevansi dengan manajemen

Subjek manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan strategi manajemen, dapat memperoleh manfaat besar dari penelitian ini. Dalam konteks manajemen pemasaran, penting untuk Memahami posisi pasar dan merencanakan kampanye pemasaran yang lebih efektif. Dan dalam manajemen strategis konsep analisis SWOT penting untuk Membantu merumuskan strategi jangka panjang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait implementasi aplikasi PLN *Mobile* di lingkungan PLN UP3 Merauke, terutama dalam konteks wilayah dengan infrastruktur terbatas

1.3 Rumusan Masalah

Penulis memaparkan permasalahan penelitian berikut ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas:

1. Bagaimana analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) pada aplikasi PLN *Mobile* di PT PLN UP3 Merauke?
2. Apa strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan transaksi penggunaan aplikasi PLN *Mobile*?

1.4 Tujuan Penelitian

Studi ini diharapkan dapat membantu PT PLN UP3 Merauke meningkatkan efektivitas rencana pemasaran mereka secara terukur. Berdasarkan masukan pelanggan dan analisis data, perusahaan ingin memanfaatkan hasilnya untuk membuat keputusan yang lebih baik. Secara khusus, tujuan studi ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) pada aplikasi PLN *Mobile* di PT PLN UP3 Merauke
2. Untuk memberikan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan transaksi pengguna aplikasi PLN *Mobile*

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. **Pengalaman Praktis**, Mahasiswa magang di PT PLN UP3 Merauke dalam penelitian ini mendapatkan pengalaman langsung dalam menganalisis kinerja aplikasi digital secara sistematis menggunakan kerangka SWOT. Selain itu juga belajar cara mengevaluasi *customer experience* dan kebutuhan pengguna dalam konteks layanan publik seperti PLN *Mobile*.
2. **Pengetahuan Industri**
Pemahaman Mendalam tentang Pemasaran Berbasis Teknologi, penelitian ini memungkinkan mahasiswa memahami bagaimana strategi pemasaran digital dapat digunakan untuk meningkatkan minat pengguna terhadap layanan digital, khususnya di wilayah dengan infrastruktur terbatas seperti Merauke.
3. **Pengembangan Keterampilan**
Pengembangan Keterampilan Analitik dan Kritis, mahasiswa akan melatih kemampuan analisis data, interpretasi hasil SWOT, serta perumusan strategi berbasis data. Keterampilan ini sangat berguna untuk tugas akhir, karier di bidang manajemen, atau pengembangan produk digital di masa depa

1.5.2 Bagi Perusahaan PT PLN UP3 Merauke

1. Dapat engetahui dentifikasi Keunggulan dan Tantangan Internal, melalui analisis SWOT, PT PLN UP3 Merauke dapat mengenali kekuatan yang dimiliki (seperti kehadiran di wilayah terpencil), serta kelemahan yang perlu diperbaiki (seperti adopsi pengguna yang lambat), sehingga dapat merancang perbaikan yang lebih fokus dan efektif.
2. Peningkatan Minat Transaksi Pengguna, hasil penelitian akan memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang tepat berdasarkan realitas pengguna di Merauke, sehingga dapat meningkatkan niat transaksi dan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* secara signifikan.
3. Optimalisasi Investasi Digital, dengan memahami opportunity dan threat di lingkungan lokal. perusahaan dapat merencanakan pengembangan aplikasi dan kampanye pemasaran yang lebih strategis, menghindari pemborosan sumber daya

1.6 Implikasi Kontribusi

1.6.1 Kontribusi Praktis.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis yang signifikan bagi PT PLN UP3 Merauke dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* sebagai alat transformasi digital untuk meningkatkan transaksi pelanggan. Melalui analisis SWOT yang mendalam, penelitian mengidentifikasi kekuatan aplikasi seperti kemudahan akses dan efisiensi layanan, kelemahan seperti keterbatasan infrastruktur jaringan di daerah terpencil seperti Merauke, peluang seperti peningkatan literasi digital masyarakat, serta ancaman dari persaingan dengan platform pembayaran alternatif seperti *M-Banking* atau dompet digital. Berdasarkan temuan ini, penelitian merumuskan strategi pemasaran yang tepat, seperti kampanye edukasi digital yang disesuaikan dengan konteks lokal, integrasi fitur aplikasi dengan kebutuhan pelanggan (misalnya, kompatibilitas dengan pengalaman pengguna yang mudah). Implementasi rekomendasi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah transaksi aplikasi PLN *Mobile*, mencapai target operasional, serta memperbaiki customer experience melalui interaksi yang lebih personal dan efisien, sehingga mengurangi ketergantungan pada metode pembayaran konvensional dan mendorong elektrifikasi digital di wilayah Merauke.

2 Implikasi Teoretis.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur tentang analisis SWOT dalam konteks Sistem Informasi digital, khususnya aplikasi *Mobile* di sektor utilitas publik, dengan mengintegrasikan elemen regional seperti tantangan infrastruktur dan perilaku pelanggan di daerah terpencil. Dengan menggabungkan analisis SWOT dengan konsep *customer experience* tentang kompatibilitas fitur dan kemudahan penggunaan serta teori adopsi teknologi terkait hambatan jaringan internet), penelitian ini menunjukkan bagaimana faktor eksternal seperti literasi teknologi dan aksesibilitas dapat memodifikasi model SWOT. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan teori pemasaran digital di Indonesia, terutama dalam mengatasi kesenjangan antara potensi aplikasi digital dan adopsi nyata, serta memberikan dasar empiris untuk penelitian lanjutan tentang strategi pemasaran yang inovatif di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur, sehingga memperluas pemahaman tentang interaksi antara teknologi informasi dan perilaku konsumen dalam konteks utilitas publik.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Analisis SWOT

2.1.1 Definisi Analisis SWOT

Menurut Isnati dan Fajriansyah (2019), lingkungan perusahaan atau organisasi dapat dicirikan oleh empat faktor: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Peluang dan ancaman eksternal perusahaan, serta kekuatan dan kelemahan internalnya, dapat dipahami lebih baik melalui analisis SWOT. Tujuan utama ini adalah untuk mengetahui kemungkinan dan risiko yang ada di lingkungan eksternal perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal organisasi.

Dalam (Rangkuti, 2006) membahas bagaimana kombinasi elemen internal dan eksternal dapat digunakan untuk menilai kinerja pengembangan suatu organisasi. Oleh karena itu, analisis SWOT mengkaji faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal suatu bisnis. Kedua elemen ini bekerja sama untuk menghasilkan hasil yang dapat dimanfaatkan untuk menyusun rencana yang dapat diimplementasikan sebagai solusi bagi program atau permasalahan organisasi. Menurut (Nur`aini, 2016), dalam analisis SWOT didalamnya mencakup empat komponen, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

1) Kekuatan (*strength*)

Strength kondisi positif yang berasal dari dalam perusahaan disebut kekuatan. Ini adalah keahlian atau keunggulan khusus yang dimiliki perusahaan. Sebuah organisasi membutuhkan kekuatan karena tanpanya, organisasi tidak akan mampu memanfaatkan peluang eksternal dan secara efektif mengatasi bahaya. (Gürel, E., & Tat, 2017)

2) Kelemahan (*weaknesses*)

Weaknesses adalah kondisi kelemahan organisasi. yang berasal dari kualitas sumber daya manusia, persepsi masyarakat yang buruk, maupun , dan faktor lainnya. (Nur`aini, 2016)

3) Peluang (*opportunities*)

Opportunities adalah kondisi eksternal yang dapat memberikan manfaat bagi

organisasi. Contoh peluang tersebut antara lain perkembangan teknologi serta pemanfaatan media sosial. (Nur`aini, 2016)

4) Ancaman (*threats*)

Threats adalah keadaan eksternal yang menghalangi pelaksanaan program organisasi. Alasan di balik pendekatan analitis ini adalah untuk meminimalkan bahaya dan kelemahan sekaligus memaksimalkan peluang dan kekuatan. Oleh karena itu, para perencana strategis harus mengevaluasi elemen-elemen strategis perusahaan (ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan) berdasarkan keadaan yang ada (Jannah, 2019).

Menurut Primadi dalam (Mubarak, 2023) Mengidentifikasi berbagai hal yang mungkin menjadi peluang dan tantangan, serta merumuskan elemen-elemen yang mendukung dan menghambat pertumbuhan dan perkembangan suatu lembaga atau perusahaan, merupakan fungsi analisis SWOT. Analisis SWOT sering digunakan sebagai teknik analisis skenario sebelum mengembangkan rencana, baik untuk perusahaan bisnis maupun nirlaba, karena keunggulannya.

“Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk memastikan kembali berbagai faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi.” Apabila ditemukan kekeliruan, organisasi perlu meninjau ulang data yang memuat keempat unsur SWOT dan mencari solusi atas permasalahan yang muncul. Hal tersebut juga berlaku dalam upaya memaksimalkan setiap keunggulan yang dimiliki. (Salim & Siswanto, 2019)

2.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Para akademisi menggunakan pendekatan yang disebut Model Penerimaan Teknologi untuk menyelidiki bagaimana perasaan individu terhadap teknologi yang mereka gunakan. Terinspirasi oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA), Davis pertama kali menciptakan model ini pada tahun 1985. Manfaat utamanya, yang masih berlaku hingga saat ini, adalah kesederhanaannya. Orang-orang cenderung menggunakan suatu sistem jika mereka yakin sistem tersebut efektif dan mudah digunakan. Kegunaan yang dirasakan adalah ukuran seberapa banyak orang menganggap suatu sistem atau teknologi akan membantu mereka melakukan pekerjaan dengan lebih baik, kata Davis (1989). Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan merefleksikan keyakinan orang bahwa teknologi itu gampang dipakai tanpa ribet, sehingga membantu menyederhanakan tugas-tugas yang sedang dikerjakan.

Theory of Reasoned Action, memberikan dasar teori yang dipakai Davis pada 1989 untuk mengkaji bagaimana orang mengadopsi teknologi. Keyakinan yang mendorong adopsi teknologi itu dibentuk oleh Davis, berdasarkan saran Ajzen & Fishbein (1975). Dua komponen utama sistem keyakinan ini adalah utilitas yang dirasakan (PU) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU). Dalam karyanya tahun 1989, Davis mendefinisikan PEOU sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem informasi tertentu akan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan," dan PU sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem [informasi] tertentu akan membuat pekerjaannya lebih baik" (halaman 320).

2.3 Definisi Aplikasi PLN *Mobile*

Aplikasi Layanan Pelanggan Terpusat (AP2T) dan Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) digabungkan menjadi PLN Mobile, sebuah aplikasi terintegrasi. Selain itu, PLN Mobile seringkali dianggap sebagai sistem digital yang hanya dapat diakses dengan koneksi internet.

Salah satu komponen transisi PLN untuk meningkatkan layanan pelanggan adalah aplikasi PLN Mobile. Pada tanggal 31 Oktober 2016, aplikasi PLN Mobile diluncurkan untuk memudahkan komunikasi pelanggan dengan PLN dan menyediakan informasi seputar layanan kelistrikan. Dengan tingkat validasi dan keamanan data yang perlu dipertimbangkan, aplikasi ini menyajikan data pelanggan yang akurat. Sejak fitur dan tampilan baru diperkenalkan pada akhir tahun 2020, PLN terus menyediakan beragam layanan dan peningkatan fitur kepada pelanggan.

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. Aplikasi Layanan Pelanggan Terpusat (AP2T) dan Aplikasi Pengaduan dan Layanan Terpadu (APKT) terhubung dengan PLN Mobile. PLN Mobile, yang merupakan komponen Layanan Inovasi dan Pusat Kontak (PLN 123), bertujuan untuk memudahkan pelanggan dan calon pelanggan mengakses informasi mengenai tagihan, permasalahan kelistrikan, pengaduan, pemadaman listrik, dan layanan PLN.

2.3.1 Fitur Aplikasi PLN *Mobile*

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

1. Pembelian Token dan Pembayaran Tagihan

Dengan satu aplikasi, aplikasi PLN *Mobile* memudahkan pembelian token listrik dan pembayaran tagihan. Rekening virtual, debit langsung online, pembayaran kredit melalui Doku, dompet elektronik, LinkAja, OVO, dan GOPAY hanyalah beberapa dari sekian banyak pilihan pembayaran yang tersedia. Selain itu, pelanggan juga dapat mengecek tagihan listrik dan riwayat pembelian token listrik. pelanggan dapat memperoleh token listrik untuk pelanggan prabayar dengan memasukkan ID pelanggan, serta membayar tagihan bagi pelanggan pascabayar.

2. Pembayaran non-tagihan listrik

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:

- Permohonan pemasangan sambungan listrik baru
- Perubahan daya
- Migrasi ke prabayar dan pascabayar
- Pengaktifan atau pemasangan ulang sambungan listrik
- Layanan penyediaan listrik untuk kebutuhan sementara
- Pelunasan Angsuran
- Laporan atau keluhan terkait gangguan teknis
- Permintaan Angsuran
- Pembayaran di muka
- Penyesuaian jenis atau besaran tarif listrik
- Pengajuan untuk penggantian identitas atau nama pemilik layanan listrik
- Berhenti sebagai konsumen
- Penyelesaian proses regulasi penggunaan energi listrik. (P2TL)

- Peresmian Penerangan Jalan Umum (PJU)
 - Penyewaan peralatan listrik seperti trafo, kapasitor, serta fasilitas operasi paralel
 - Berhenti sementara
3. 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 *ICONNET*, dan informasi SPKLU demi kelancaran berkendara menggunakan kendaraan bertenaga listrik.
 4. Pengaduan Gangguan dan Keluhan

Aplikasi PLN *Mobile* memudahkan pelanggan dalam memenuhi berbagai kebutuhan kelistrikan, termasuk ketika terjadi gangguan. Melalui fitur pengaduan yang tersedia, pelanggan tidak lagi harus menghubungi layanan kontak PLN secara langsung. Cukup dengan mengisi formulir pengaduan dan mencantumkan lokasi pada aplikasi, pelanggan dapat melaporkan berbagai masalah kelistrikan kapan saja. Setelah itu, “petugas PLN akan datang ke lokasi untuk melakukan pengecekan dan penanganan hingga permasalahan terselesaikan.”
 5. Pencatatan Meter mandiri dengan swacam

Layanan pembacaan meter mandiri yang disebut SwaCAM (Swadaya Catat Angka Meter), dapat membantu pelanggan dapat memantau penggunaan listrik setiap bulannya. Pelanggan PLN dapat mencatat mandiri meteran setiap tanggal 24 hingga 27 setiap bulannya. Perkiraan tagihan listrik akan diperoleh setelah melakukan pembacaan meter mandiri dilakukan. Tagihan listrik akan diterbitkan pada awal bulan berikutnya.
 6. Penyambungan Baru LSP *Plus*

LSP *Plus* ialah 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 untuk 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 P LN

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 pembayaran tagihan listrik secara digital dengan memakai 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

2.4 Customer Experience

Berdasarkan definisi (Nordli, 2014). pengalaman adalah proses melakukan, melihat, dan mengalami sesuatu, oleh karena itu merupakan peristiwa atau kejadian yang meninggalkan kesan pada individu yang menghadapi atau merasakan sensasi atau emosi tertentu. Sehingga pengalaman pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap suatu merek yang terbentuk dari setiap interaksi yang mereka lakukan dengan suatu organisasi (Smith & Wheeler, 2002). Mengingat hal ini, orang akan mengatakan bahwa pengalaman adalah hasil dari pertemuan layanan dan merupakan emosi yang muncul ketika pengalaman menggunakan layanan tersebut diingat (Nordli, 2014). Sehingga berarti bahwa setiap kali seseorang menemukan layanan, yang terjadi setiap hari, orang tersebut mengalami sesuatu dan ini biasanya, nilai yang dirasakan dari layanan yang ditawarkan atau diterima (Nordli, 2014). Pengalaman beragam seperti persepsi individu yang dipengaruhi oleh interpretasi seseorang, tentang pertemuan tersebut pada budaya seseorang, sebelum pengalaman serta suasana hati,

ekonomi, pasar, teknologi dan kebutuhan manusia. Penulis mendefinisikan layanan yang sukses sebagai sesuatu yang dianggap unik, berkesan, dan berkelanjutan dari waktu ke waktu oleh pelanggan dan oleh karena itu konsistensi mengarah pada pengalaman yang hebat. Selain itu, pengalaman biasanya merupakan kesan keseluruhan dan bukan momen tunggal, namun, perlu dicatat bahwa yang cenderung bertahan lebih lama adalah momen atau kesan terakhir (Nordli, 2014).

Pengalaman pelanggan harus diintegrasikan dalam dan di seluruh organisasi untuk mencapai hasil yang positif. Untuk memfasilitasi ini, enam atribut pengalaman pelanggan telah diidentifikasi. Ini termasuk kinerja merek, kinerja layanan, interaksi multichannel, lingkungan sosial, lingkungan fisik dan harga atau promosi. Atribut Kinerja layanan memiliki dampak besar pada pengalaman yang menghasilkan persepsi yang sepenuhnya membentuk sikap terhadap suatu merek (Arkadan et al., 2024) Ketika suatu layanan gagal, pelanggan mengalami emosi negatif dan persepsi mereka menentukan reaksi mereka. Dengan demikian, hasil perilaku yang terkait dengan pemulihan layanan bergantung secara langsung pada emosi negatif tetapi pada persepsi mereka secara tidak langsung (Valentini et al., 2020). Pengalaman layanan yang positif meningkatkan kualitas keseluruhan dan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan mencoba untuk memasukkan elemen-elemen tersebut dalam desain layanan. Swanson & Davis (2003) menganalisis lingkungan fisik dan menunjukkan bahwa karyawan pusat kontak bertanggung jawab atas apa yang diberikan dan manajemen bertanggung jawab atas bagaimana layanan diberikan.

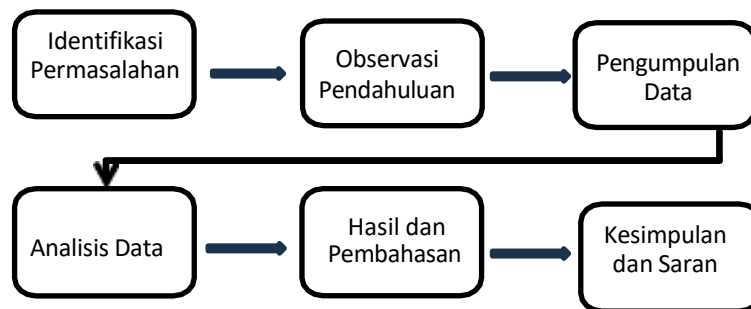
Lingkungan sosial memfasilitasi berbagi konten dan mencakup interaksi pelanggan dalam berbagai pengaturan seperti toko ritel, platform daring, dan jaringan media sosial (Miller et al., 2009). Pelanggan biasanya bergantung pada interaksi antar-pelanggan untuk memperoleh informasi perusahaan karena hal ini dianggap sebagai sumber yang paling tepercaya. Moore & Capella (2005) melakukan penelitian tentang interaksi antar-pelanggan dan menyimpulkan bahwa Mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Harga memiliki hubungan langsung dengan pelanggan

2.5 Purchase Intention

Zeithaml et al. (1996) mengidentifikasi niat pembelian sebagai komponen dari dimensi niat perilaku. Niat pembelian di kalangan konsumen dikategorikan sebagai proses rumit yang seringkali berkaitan dengan sikap, perilaku, dan persepsi mereka (Mirabi et al., 2015). Perbandingan harga, nilai yang dirasakan, dan kualitas semuanya berdampak pada niat pembelian (Mirabi et al., 2015). Selain itu, pembeli dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti pengalaman pembelian sebelumnya dan informasi daring (Athapaththu & Kulathunga, 2018).

Menganalisis niat membeli membantu dan meramalkan perilaku Konsumen sesungguhnya (Ajzen & Fishbein, 1980). Kondisi serupa berlaku di lingkungan e-commerce, karena niat membeli dapat merefleksikan perilaku pembelian konsumen yang nyata dalam belanja online. Akibatnya, niat membeli merupakan prediktor yang paling akurat.

Kerangka Kerja



1) Identifikasi Permasalahan

Proses identifikasi dilakukan dengan menelaah kondisi aktual di lapangan, dari sisi internal perusahaan maupun pengalaman pelanggan dalam menggunakan aplikasi. Identifikasi dimulai dengan menganalisis bagaimana kinerja aplikasi PLN *Mobile*, dan kendala yang sering dialami pelanggan. Dari sisi perusahaan, peneliti meninjau upaya sosialisasi, strategi pemasaran yang sedang diterapkan. Selanjutnya, identifikasi masalah juga dilakukan dengan melihat kesenjangan antara target perusahaan untuk meningkatkan transaksi digital dan realitas penggunaan aplikasi oleh pelanggan. Kesenjangan ini muncul karena kurangnya pemahaman pelanggan terhadap fungsi aplikasi, rendahnya intensitas promosi, atau adanya ancaman dari aplikasi atau layanan digital lain yang menawarkan kemudahan serupa. Untuk mengkategorikan berbagai aspek internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan eksternal (Peluang dan Ancaman), peneliti menggunakan hasil dari prosedur identifikasi masalah ini sebagai dasar

untuk membuat analisis SWOT. Dengan demikian, identifikasi masalah ini akan memandu penelitian untuk menentukan rencana pemasaran terbaik guna meningkatkan transaksi klien dan penggunaan aplikasi.

2) Observasi Pendahuluan

Mengidentifikasi fenomena yang terjadi secara langsung di PT PLN UP3 Merauke terkait aplikasi PLN Mobile. Peneliti melakukan observasi, pemantauan penggunaan aplikasi oleh pelanggan bersama karyawan di lapangan, serta mengamati permasalahan yang muncul dalam pemanfaatan aplikasi. Observasi ini penting untuk memahami konteks nyata terkait performa aplikasi dari sisi pengguna dan mengidentifikasi aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin belum tertangkap dalam data sekunder. bagaimana pelanggan menggunakan fitur pembayaran listrik dan respons mereka terhadap kemudahan atau hambatan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

3) Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data primer yang relevan untuk mendukung analisis SWOT dan pengembangan strategi pemasaran. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan pengguna aplikasi serta manajemen PT PLN UP3 Merauke untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka terkait aplikasi PLN *Mobile*. Selain itu, dokumentasi dan studi literatur tentang performa aplikasi, laporan penggunaan, dan kebijakan terkait pengembangan aplikasi juga menjadi sumber data penting. Observasi lapangan yang telah dilakukan sebelumnya memperkuat temuan dari data lainnya, sehingga membangun fondasi yang kuat dalam menganalisis dimensi *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threat* aplikasi

4) Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan mengelompokkan data ke dalam kategori SWOT. Proses analisis meliputi perbandingan temuan lapangan dengan teori SWOT dan strategi pemasaran untuk menemukan pola-pola signifikan yang merefleksikan kondisi internal dan eksternal aplikasi PLN *Mobile*. Berdasarkan prospek dan kekuatan saat ini serta upaya untuk mengurangi risiko dan kelemahan, penelitian ini berfokus pada pembuatan taktik pemasaran yang efisien untuk meningkatkan minat transaksi pengguna.

5) Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan Hasil analisis SWOT yang ditemukan dan pembahasan strategi Pemasaran yang diusulkan . Dari kombinasi faktor dimenensi *strength*, *weakness* , *opportunity* dan *threat*, strategi pemasaran yang diusulkan dapat berupa peningkatan fitur keamanan, promosi yang menargetkan segmen tertentu, dan perbaikan layanan pelanggan agar meningkatkan kepercayaan dan minat pengguna melakukan transaksi.

6) Kesimpulan dan saran

Terakhir, kami memberikan ringkasan temuan utama dari analisis SWOT kepada PT PLN UP3 Merauke serta taktik pemasaran yang dapat meningkatkan aplikasi PLN Mobile. Untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, disarankan untuk mengoptimalkan aplikasi guna mengatasi kekurangan yang teridentifikasi, menerapkan teknik pemasaran digital yang lebih efektif, dan melakukan riset lebih lanjut untuk mempelajari berbagai elemen keterlibatan pengguna.

BAB III

METODOLOGI

3.1 Pendekatan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian.

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dan bersifat kualitatif. Sebagaimana dinyatakan oleh Taylor dan Bogdan dalam (Moleong, 2020), Kata-kata yang diucapkan atau tertulis dan perilaku yang diamati dari orang atau fenomena yang diteliti adalah contoh data deskriptif kualitatif yang dihasilkan oleh proses penelitian. Strategi ini menggunakan metode pengumpulan data berdasarkan observasi dan wawancara dengan pengguna aplikasi PLN Mobile di klien PT PLN UP3 Merauke. Peneliti kemudian mengklasifikasikan data dan menarik kesimpulan. Dengan mengklasifikasikan data berdasarkan kategori SWOT, metode ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam aspek internal dan eksternal yang memengaruhi penggunaan aplikasi PLN Mobile sekaligus menyusun rencana pemasaran yang efisien untuk meningkatkan minat pengguna dalam bertransaksi.

Untuk mengetahui secara menyeluruh studi SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) aplikasi PLN Mobile dan bagaimana strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi tersebut di kalangan pengguna PT PLN UP3 Merauke, maka digunakan teknik kualitatif.

3.2 Narasumber Penelitian

Metode pengambilan *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini untuk memilih informan. Partisipan yang paling mungkin memberikan data paling relevan untuk penelitian ini dipilih secara khusus oleh peneliti. Pengambilan sampel ini didasarkan pada penilaian peneliti dan sering digunakan ketika populasinya kecil atau ketika keahlian khusus diperlukan. (Creswell, 2014, hlm. 156). Dalam konteks ini, kriteria tersebut mengacu pada narasumber yang memiliki pemahaman mendalam terkait masalah penelitian atau dapat memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian..

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan aplikasi PLN *Mobile* oleh pelanggan PT PLN UP3 Merauke, khususnya dalam pengalaman pengguna, serta dampaknya

terhadap hasil penggunaan transaksi PLN *Mobile*. Dalam penelitian ini, pemilihan narasumber didasarkan pada keragaman latar belakang pengguna aplikasi PLN *Mobile* dalam kehidupan sehari-hari. Narasumber terdiri dari empat pengguna aktif aplikasi PLN *Mobile* yang mewakili kelompok berbeda: Ibu rumah tangga, karyawan eksternal, satpam, dan pengguna muda dari kalangan umum. Keempat narasumber ini dipilih karena intensitas penggunaan aplikasi dalam transaksi pembayaran listrik, pengajuan layanan, serta keluhan atau masukan terkait fitur aplikasi. Narasumber tersebut adalah:

1) Nama: Astyntiara Sunardi

Peran: Karyawan internal PLN

Pengguna muda dalam ini aktif menggunakan PLN *Mobile* tidak hanya untuk pembayaran, tetapi juga untuk fitur notifikasi, pengecekan token, serta pengajuan sambungan baru. Keterbiasaan terhadap teknologi digital membuatnya menjadi indikator penting dalam menilai inovasi dan relevansi fitur aplikasi bagi generasi muda.

2) Nama: Nema Radiva

Peran: Ibu Rumah Tangga

Ibu rumah tangga ini menggunakan aplikasi PLN *Mobile* untuk Membeli Token Listrik, membayar tagihan listrik bulanan dan mengecek pemakaian daya secara berkala. Sebagai pengguna non-teknis, persepsinya terhadap kemudahan antarmuka sangat relevan untuk menilai keefektifan desain aplikasi bagi kelompok umum.

3) Nama: Andhika Cahyo Baskoro

Peran: Pekerja ASN

Karyawan ini kerap menggunakan PLN *Mobile* untuk pembayaran listrik saat ditugaskan di lokasi terpencil. Mobilitas tinggi membuat akses digital menjadi solusi utama, sehingga pengalaman penggunaan aplikasi dalam kondisi jaringan terbatas menjadi fokus utama dari wawancaranya.

4) Nama : Fransiscus Alaas Ballas

Peran: Satpam Perumahan

Sebagai pekerja harian dengan waktu akses teknologi terbatas, narasumber ini menggunakan PLN *Mobile* secara mandiri untuk pembayaran tagihan guna menghindari antrean. Pola penggunaan aplikasi yang sederhana namun konsisten memberikan wawasan tentang keterjangkauan layanan digital bagi kelompok pekerja menengah bawah.

3.3 Unit Analisis

Penelitian magang ini dilakukan di divisi Niaga dan Pemasaran PT PLN UP3 Merauke . Unit analisis dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi PLN Mobile pelanggan PT PLN UP3 Merauke, dikarenakan para pengguna yang langsung mengalami layanan secara nyata. Alasan utama pemilihan lokasi penelitian magang ini adalah karena perusahaan dijangka beberapa bulan dalam realisasi nya, algoritma penggunaan transaksi PLN *Mobile* daerah merauke tidak mencapai target sehinggann penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penggunaan transaksi aplikasi PLN *Mobile* melalui analisis SWOT yang dilakukan kepada pelanggan sehingga dari analisis tersebut juga dihasilkan strategi yang tepat berdasarkan Analisa pengalaman pengguna, sehingga perusahaan dapat mengimplementasikan strategi tersebut untuk meningkatkan jumlah pengguna transakis PLN *Mobile* yang dapat membuat Perusahaan dapat dengan stabil memaksimalkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan data

3.4.1 Sumber Data Primer.

Untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, peneliti dan responden berbicara langsung selama wawancara dan mengajukan pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya. Wawancara dapat berupa wawancara terorganisir, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur, tergantung pada tujuan penelitian dan tingkat pemahaman. Kvale (1996) mendefinisikan wawancara sebagai “percakapan terstruktur dan terarah” dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang lingkungan sehari-hari responden dari sudut pandang mereka sendiri. Wawancara dengan pengguna aplikasi PLN Mobile di PT PLN UP3 Merauke digunakan untuk mencapai hal ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

- **Wawancara:** Sampel pengguna aplikasi akan diwawancarai untuk memberikan wawasan kualitatif yang komprehensif. Panduan wawancara yang terstruktur namun adaptif akan digunakan untuk wawancara tatap muka, serta wawancara yang dilakukan melalui Zoom atau panggilan video.
- **Observasi :** Dilakukan dengan mengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan setiap peristiwa pada objek penelitian. Memperoleh informasi yang relevan terhadap tujuan peneliti dan masalah yang telah dirumuskan merupakan tujuan dari obsevasi.

3.6 Teknik Analisis Data

Prosedur dalam menganalisis data , mengevaluasi data, serta metode untuk memahami temuan, proses pengumpulan data, yang semuanya membentuk analisis data, untuk menjadikannya lebih mudah, lebih tepat, dan akurat. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif sebagai pendekatan analisis datanya. Hal ini dilakukan agar dapat memahami data yang telah dikumpulkan.

3.6.1 Reduksi Data

Tahapan ini, berisi proses perangkuman, pemilihan, dan pencatatan data penting yang didapatkan dari lapangan dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan

3.6.2 Penyajian Data

Penyajian data akan dilakukan setelah proses reduksi. Data akan dipaparkan dalam bentuk kumpulan informasi yang terstruktur di mana sehingga penulis dapat mengambil dan membuat keputusan (Ghozali, 2021).

3.6.3 *Verification/Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

Menarik kesimpulan adalah langkah terakhir dalam analisis data. Pertanyaan penelitian terjawab dalam temuan. Temuan awal seringkali dianggap tentatif dan terbuka untuk direvisi.

3.7 Uji Keabsahan Data

Teknik uji validitas triangulasi digunakan dalam pengujian data. Metode pengujian ini memverifikasi atau membandingkan data dengan data yang sudah ada dengan menggunakan apa pun selain data itu sendiri untuk menilai kebenarannya (Moleong, 2017). Penggunaan triangulasi dapat memberikan pemahaman data yang lebih kuat kepada penulis mengenai peristiwa yang diamati serta mengatasi potensi bias atau keabsahan pada penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Pelaksanaan Peneliti

1.1.1 Observasi

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan di PT PLN UP3 Merauke , terhitung dari tanggal 31 januari 2024 sampai dengan 1 Mei 2025 yang ditempatkan pada Dicus Niaga dan Pemasaran dibawah naungan team leader saes retail PT PT PLN UP3 Merauke.

Pada Pada penelitian ini, penulis memusatkan perhatian pada analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) terhadap aplikasi PLN *Mobile* di kalangan pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelayanan Pelanggan Utama (UP3) Merauke, dengan memanfaatkan data dan umpan balik dari aplikasi *Virtual Command Center (VCC)* PLN sebagai sumber utama informasi. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan aplikasi seperti kemudahan akses layanan digital, kelemahan seperti kendala teknis atau kurangnya kesadaran pengguna, peluang peningkatan adopsi melalui edukasi pelanggan, serta ancaman eksternal seperti persaingan dengan platform pembayaran lain atau isu konektivitas di wilayah terpencil seperti Merauke. Penelitian ini sepenuhnya sejalan dengan posisi penulis di divisi layanan pelanggan dan analisis data PT PLN UP3 Merauke, di mana penulis bertanggung jawab atas pemantauan performa layanan digital dan peningkatan kepuasan pelanggan. Dalam divisi tersebut, penulis melakukan penelitian mendalam dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari VCC PLN, dan pola penggunaan aplikasi PLN *Mobile*, untuk mengidentifikasi perihal performa keseluruhan aplikasi berdasarkan metrik seperti tingkat retensi pengguna, frekuensi transaksi, dan. Selain itu, penulis juga berpartisipasi aktif dalam kegiatan monitoring harian dan bulanan terkait transaksi keuangan PLN *Mobile*, yang meliputi bantuan dalam penyusunan laporan harian transaksi untuk memverifikasi dan mengecek jumlah pengguna aktif serta volume transaksi keuangan yang dilakukan oleh pelanggan di wilayah Merauke melalui aplikasi PLN *Mobile*. Khususnya, penulis fokus pada lima Unit Layanan Pelanggan (ULP) di Merauke, yaitu ULP Merauke Kota, ULP Merauke Selatan, ULP Merauke Utara, ULP Tanah Miring, dan ULP Boven Digoel, di mana data dikumpulkan melalui sistem VOC PLN yang terintegrasi dengan dashboard analitik. Proses ini melibatkan pemantauan real-time terhadap indikator kunci seperti jumlah transaksi pembayaran tagihan listrik, pembelian token Prabayar, dan layanan pengaduan, serta identifikasi tren penurunan atau peningkatan yang signifikan. Untuk

mendukung peningkatan, penulis secara rutin mengirimkan pengingat dan rekomendasi kepada unit-unit terkait, seperti melalui whatsapp ,email internal atau rapat koordinasi, guna mendorong inisiatif promosi lokal, pelatihan pengguna, atau kampanye edukasi yang dapat meningkatkan jumlah transaksi dan partisipasi pelanggan, sehingga secara keseluruhan berkontribusi pada optimalisasi layanan digital PT PLN di wilayah merauke. Deskripsi pekerjaan dan kegiatan membantu tim niaga dan pemasaran yang telah dikerjakan oleh penulis selama melakukan program magang di PT PLN UP3 MERAUKE :

1. Laporan kali Transaksi keuangan PLN *Mobile*, dengan membantu pelaporan dan pengecekan setiap bulannya, terkait jumlah berapa banyak jumlah pengguna, dan transaksi keuangan oleh pengguna pelanggan Merauke di aplikasi PLN *Mobile*, di 5 ULP Merauke melalui system VCC PLN dengan memonitor jumlah dan mengingatkan kepada Unit-unit untuk mendorong jumlah transaksi tersebut . jobdesk ini dikendalikan penuh oleh o niaga dan pemasaran . Namun, pengerjaanya dilakukan oleh 5 Tim unit transaksi energi layananan Pelanggan (ULP) bidang pelayanan pelanggan yang kemudian ditindak lanjuti bersama sama dengan tim niaga dan pemasaran
2. Melaksanakan Sosialisasi Program promo PB/PD/PS, pelaksanaan kegiatan Pemasaran secara langsung terkait promosi diskon yang ditetapkan dengan mendatangi secara langsung secara *door to door* maupun secara digital untuk meningkatkan pemakaian aplikasi PLN *Mobile*
3. Melakukan Legalisasi dengan Mengesahkan dokumen melalui Sistem AP2T terkait Tagihan Listrik Pelanggan. Yang kemudian dilanjutkan pengajuan tanda tangan kepada manajer. Berkas yang telah ditandatangani akan diserahkan langsung kepada satuan kerja yang ada di Merauke, hingga di keaokan hriny berkas tagihan tersebut diambil kembali dari satuan kerja. Kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan dan mengirimkan berkas tagihan kepada PLN Pusat sebagai arsip dokumen sehingga sebelum dikirimkan berkas di salin untuk arsip kota

1.1.2 Wawancara

Dalam tahap pengumpulan data melalui wawancara, penulis melakukan wawancara tatap muka secara langsung dengan 4 narasumber pelanggan PT PLN UP 3 Merauke pengguna Aplikasi PLN *Mobile* dengan peran latar belakang yang berbeda . Wawancara dilakukan dengan persetujuan dari masing-masing narasumber dan juga petinggi *team leader* dan *senior officer* dari PT PLN UP 3 Merauke .

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipaparkan sebelumnya, diperoleh jawaban yang akan digunakan untuk melanjutkan penelitian mengenai analisis SWOT aplikasi

PLN *Mobile* penggunaan aplikasi PLN Mobile pada pelanggan PT PLN UP3 Merauke, yang akan dijelaskan lebih mendalam pada bagian pembahasan berikutnya

Selama tahap wawancara ini, penulis memilih sejumlah pelamar yang sangat relevan dan berpotensi membantu, yang dapat memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Tabel di bawah ini menampilkan informasi mengenai profil responden.

1	Astyntiara Sunardi	N1	Pekerja BUMN
2	Nema Radiva	N2	Ibu Rumah Tangga
3	Andika Cahyo Baskoro	N3	Pekerja ASN
4	Fransiskus Alaas Ballas	N4	Satpam Perumahan

Tabel 4.1.2 Data Responden

1.2 Hasil Wawancara

1. Kekuatan Dalam Aplikasi PLN *Mobile*

Apa keunggulan utama dari aplikasi PLN <i>Mobile</i>			
N1	N2	N3	N4
keunggulannya yang pertama lebih memudahkan kita dalam mengatasi pengaduan di rumah. baik dari meteran macet, tidak dapat mengisi pulsa, atau gangguan lainnya bisa di laporkan langsung ke PLN Mobile tanpa harus ke kantor terdekat	Menurut saya keunggulan PLN Mobile itu Untuk pembelian token sangat gampang , untuk harga juga lebih murah karena biaya adminnya lebih murah juga	Dalam aplikasi PLN Mobile ini sudah bagus, ya. Karena Sebelumnya kalau kita mau mencari,dan membeli token atau untuk melakukan pengaduan, itu kita harus ke	Kalau untuk aplikasi PLN Mobile ini, keunggulannya sangat baik. Contohnya, untuk membantu pelanggan mengatasi gangguan. Jadi pelanggan tidak perlu datang ke

		kantornya. Nah, dengan aplikasi ini sudah dipermudah hanya melalui handphone saja.	kantor untuk membuat pengaduan — cukup dari rumah saja melalui aplikasi. Selain itu, pelanggan bisa membeli pulsa atau token listrik lewat aplikasi PLN Mobile dengan harga yang lebih murah dibandingkan kalau beli di tempat lain.
--	--	--	--

Bagaimana pengalaman terkait kecepatan dan kemudahan saat melakukan transaksi di aplikasi PLN Mobile?

N1 1	N2	N3	N4
Lumayan cepat, Untuk kemudahannya mudah karena bisa langsung transaksi dan tidak ribet	Untuk Kecepatannya itu tergantung, biasanya cepat. “Tapi jika sedang pembaruan sistem atau aplikasinya lagi proses <i>Upgrade</i> itu lumayan lemot kadang juga tiba” aplikasi bgebug	“Untuk Dalam hal kecepatan, transaksi di PLN Mobile ini sudah lebih baik dari sebelumnya.” Kita hanya perlu memasukkan nomor meter, lalu melakukan pembayaran, dan nilai	Kalau bicara soal kecepatan, itu tergantung jaringan internet yang kita pakai. Aplikasi ini sangat bergantung pada koneksi data. Kalau jaringan agak lelet, prosesnya jadi agak lama. Tapi selain itu, tidak ada masalah

	<p>tpi sejauh ini cepat dan mudah digunakan dalam sehari-hari</p>	<p>penggunaan token listrik kita akan langsung muncul.</p>	<p>termasuk dalam pemakaiannya juga tidak mempersulit pemakaiannya</p>
--	---	--	--

Tabel 4.2.1 Hasil Wawancara Kekuatan (S) Aplikasi PLN Mobile dengan Pengguna

2. Kelemahan Dalam Aplikasi PLN Mobile

<p>Apakah Anda mengalami kesulitan atau pun mengalami gangguan atau masalah saat melakukan transaksi transaksi melalui aplikasi PLN Mobile? Jika ya, bisa ceritakan lebih lanjut ?</p>			
N1	N2	N3	N4
<p>Kesulitannya ketika jaringan sedang tiddak stabil selebihnya aman, dan terkaitgangguannya saat ada promo diskon tam`bah daya besar-besaran pasti lelet sejauh itu , yang lainnnya tidak ada gangguan .</p>	<p>Untuk Kesulitan kadang lebih ke gangguan haringan jadi kan ada beberapa Kondisi rumah yang sulit sinyal sehingga transaksi gagal selain itu terkait beberapa handhphone yang kurang kompetibel dengan versi pln mobile yang semakin diperbaharui akan musah mudah menjadi ngelah</p>	<p>Untuk kesulitannya ada pada jaringan internetnya terlebih lagi di wilayah Timur sini masih kurang merata. Jadi mungkin kendalanya di jaringan dan jika mungkin juga kalau mungkin traffic-nya lagi tinggi, bisa terjadi agak lambat.</p>	<p>Kesulitan itu terdapat pada saat kita awal mendownload , karena kita belum tau apa saja yang harus kita ketahui di aplikasi ini selebihnya nya jika sudah tau , aman , dan ntuk ganggguan biasa terjadi pada saat saya akai aplikasi tersebut tiba tiba</p>

	dan terjadi gangguan,		jaringanlemot, hanya itu , lainnya tidak ada
Apakah ada fitur layanan dalam aplikasi yang menurut Anda tidak berguna atau membingungkan? Sebutkan contohnya.			
N1	N2	N3	N4
Jelas ada, fitur <i>Marketplace</i> karena tidak bisa dibuka ,mungkin karena kita dimerauke papua yang membuat kita susah mengakses fitur tersebut beda sama dipulau jawa, yang semua fitur bisa dipakai , disini sulit dijangkau.	Fitur <i>Marketplace</i> , karena Karena jujur aja, fitur itu agak lemot. Agak lemot dan untuk marketplace orang lebih nyaman ke pilihan yang lain ya, karena emang udah banyak banget marketplace sekarang,. Dan sepertinya untuk di PLN Mobile sendiri tidak perlu ada marketplace dan lebih baik fokus ke pelayanannya saja	Fitur spklu ,karena dimerauke hanya sedikit orang yang memakai kendaraan listrik baik, termasuk saya yang belum menggunakannya, sehingga fitur tersebut belum banyak dibutuhkan oleh kita masyarakat merauke sehingga kurang efektif	Semua berguna Cuma belum sempat kita pakai contoh fitur catat meter mandiri, kita yang mempunyai metaer prabayar Tidak Mungkin kita pakai fitur tersebuthanya itu, kalau yang lain.aman kita bisa pakai cuman karena itu ada fitur tertentu yang tidak dipakai karena kita tidak punyaabsesuatu

			(barang tersebut) dirumah yang kita pakai
--	--	--	---

Tabel 4.2.2 Hasil Wawancara Kelemahan (W) Aplikasi PLN Mobile dengan Pengguna

3. Peluang (*Opportunities*) dalam Aplikasi PLN Mobile

Apa fitur baru yang Anda harapkan bisa ditambahkan ke aplikasi PLN Mobile ?			
N1	N2	N3	N4
Saya berharap Fitur barunya , diharapkan bisa memasukkan saldo langsung jadi tidak perlu memakai kode VA lagi buat bayar pindah bank lagi jadi bisa langsung masukin saldo disitu bisa langsung transaksinya bisa lebih cepat lagi	Kalau fitur, Mungkin fitur Perubahan nama meteran listrik, seperti balik nama meteran. Soalnya kemarin sempat saya juga ingin balik nama meteran listrik di rumah harus ke kantor pelayanan dahulu. Dan tidak semua orang ada waktu untuk datang ke loket pelayanan. Jadi mungkin bisa ditambahkan fitur tersebut, jadi kita penggunanya saat ingin balik nama meteran lebih mudah hanya lewat aplikasi. Seperti	Fitur terkait notifikasi dalam aplikasi sebagai pengingat kita, jika dalam telah masuk waktun isi token, jadi kita bisa langsung membeli tanpa mendadak lagi.	Kalau fitur mungkin tambah saldo agar lebih mudah untuk transaksi.

	<p>dalam persyaratannya, jika balik nama biasanya ada akta jual beli, dan sebagainya, dan hal tersebut dapat lebih mudah untuk di-upload jika lewat aplikasi. tanpa repot ke loket pelayanan.</p>		
--	---	--	--

Menurut Bapak/ibu apa yang bisa dilakukan untuk mendorong minat penggunaan transaksi lebih lanjut?			
N1	N2	N3	N4
<p>Perbanyak promo didalam aplikasi, Tahapan saat pembelian token bisa lebih dipersingkat lagi daripada e commerce lainnya jadi kiya lebih nyaman untuk pembelian token lewat PLN Mobile</p>	<p>“Untuk mendorong minat penggunaanya mungkin lebih banyak sosialisasi lagi kemasyarakat, karena masih banyak masyarakat yg beli token dikonter” tidak melalui aplikasi PLN Mobile karena mungkin mereka tidak tau kalau ad aplikasi tsb atau pun dari mereka dari fitur fitur pembayaran yang</p>	<p>Untuk mendorong mungkin di sosialisasi kan lagi, seperti memberikan insentif bagi pengguna baru misalkan meberi potingan diskon supaya agar kami, masyarakat itu akan lebih semangat dalam menggunakan aplikasi ini</p>	<p>Dari pihak pln mungkin bisa sarankan terus ke pelanggan ketika mereka datang keloket baik dalam ketika masyarakat mau melapor, melakukan pembeli dan lainnya ada baiknya dari mereka bisa untuk menawarkan</p>

	<p>tidak cocokdngn mereka jadi mungkin dapat lebih diperbanyak lagi untuk sistem pembayarannya daam lebih mudah lagi dalam penggunaan aplikasi terutama harus sosialisai, lebih gencar lagi mensosialisassikaan oln mobile kepada masuarakat</p>		<p>pemakaian PLN Mobile tersebut</p>
--	--	--	--------------------------------------

Tabel 4.2.3 Hasil Wawancara Peluang (O) Aplikasi PLN Mobile dengan Pengguna

4. Tantangan (Threats) Dalam Aplikasi PLN Mobile

<p>Apakah Anda pernah menggunakan layanan di aplikasi lain untuk lyanan pembayaran listrik? Apa yang membuat Anda memilih aplikasi PLN Mobile dibandingkan dengan aplikasi lain ketika melakukan transaksi pembayaran listrik?</p>			
N1 1	N2	N3	N4
<p>Pernah, karena menggunakan aplikasi M-Banking lain.dan yang mebuat saya lebih memilih aplikasi ini tentunya adminnya lebih murah .</p>	<p>Pernah, biasanya untuk meng-<i>compare</i> harganya,membandingkan jika beli di aplikasi PLN mobile berapa dan jika beli di aplikasi lain bedanya berapa,</p>	<p>Saya pernah menggunakan aplikasi lain,Karena aplikasi yang memang itama terkait kelistrikan dan kalo terjadi sesuatu</p>	<p>Saya Tidak pernah. Saya biasanya bayar listrik di kantor pos atau ATM, dan untuk aplikasi online hanya pakai PLN Mobile ,saya memilih satu aplikasi ini karena lebih cepat, tanggapan</p>

		gampang untuk diselesaikan terkait permasalahan kelistrikan	petugas PLN responnya kepada pelanggan lebih cepa
Apakah Ada kekhawatiran mengenai privasi dan keamanan data saat menggunakan aplikasi ini? Apa yang membuat Anda merasa demikian?			
N1 1	N2	N3	N4
Sejauh ini aman, karena segalanya dari aplikasi harus crosscheck lagi ke kitanya	Sebenarnya khawatir, tapi enggak yang gimana banget, karena sejauh ini saya merasa aman-aman aja sih PLN Mobile	Iya karena meminta identitas lengkap termasuk alamat , yang dimana itu cukup privasi bagi saya	Tidak juga. Semua aplikasi punya sistem keamanan masing-masing, seperti kode OTP. Keamanannya tergantung pengguna juga. Kalau kita kasih kode OTP ke orang lain, ya otomatis tidak aman.

Tabel 4.2.4 Hasil Wawancara Ancaman (T) Aplikasi PLN Mobile dengan Pengguna

1.3 Pembahasan

1.3.1 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) pada aplikasi PLN Mobile di PT PLN UP3 Merauke

Berdasarkan hasil wawancara bersama empat narasumber pengguna aplikasi PLN Mobile, dapat diidentifikasi empat aspek utama dalam analisis SWOT yang menggambarkan kondisi aktual penerimaan dan pengalaman pelanggan terhadap aplikasi tersebut di wilayah PT PLN UP3 Merauke:

1. Kekuatan (*strength*)

Menurut penelitian yang dipublikasikan Nuriyanto (2023), Kekuatan adalah atribut internal positif yang dimiliki oleh organisasi atau produk yang memberikan keunggulan kompetitif. Teknologi, kualitas layanan, lokasi, dan elemen pendukung lainnya hanyalah beberapa karakteristik organisasi yang dievaluasi dalam studi kekuatan aplikasi PLN Mobile. Berikut ini adalah keunggulan PT PLN UP3 Merauke dalam meningkatkan layanan berbasis seluler :

Kekuatan utama aplikasi PLN Mobile, menurut narasumber Ibu Astyntiara, salah seorang pengguna, adalah kemudahan dalam mengakses layanan, kecepatan dalam menyampaikan pengaduan, dan kecepatan dalam membeli token listrik. Pernyataan ini juga dipaparkan serupa oleh seluruh narasumber yang menegaskan bahwa aplikasi ini telah mengubah proses layanan pelanggan yang sebelumnya harus dilakukan secara langsung ke kantor PLN menjadi bisa diakses hanya melalui ponsel.

Ibu Astyntiara dan Bapak Fransiskus juga memaparkan bahwasannya , “pelanggan tidak perlu ke kantor untuk membuat pengaduan, cukup dari rumah saja melalui aplikasi.” Hal ini menunjukkan peningkatan yang nyata dalam Efektivitas yang Dirasakan (PU), sebuah ide mendasar dalam Model Penerimaan Teknologi (TAM) milik Davis (1989), yang menjelaskan bahwa orang akan menerima dan terus menggunakan teknologi jika mereka yakin teknologi tersebut meningkatkan kemanjuran dan efisiensi tugas mereka.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahimi et al. (2018), yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*usefulness*) menjadi faktor paling dominan dalam menentukan niat penggunaan aplikasi digital, khususnya pada sektor pelayanan publik. Dalam konteks PLN Mobile, persepsi kemudahan untuk mengakses pengaduan dan pembelian token menjadi nilai tambah yang memperkuat pengalaman pelanggan (*customer experience*) secara positif.

Selain itu, kekuatan (*strength*) terdapat pada aspek harga yang kompetitif yaitu terkait (biaya admin lebih murah) yang diungkapkan oleh Ibu Nema juga menjadi kekuatan strategis dari sisi customer value proposition. Proposisi Nilai Pelanggan (*Customer Value Proposition/CVP*) adalah kumpulan manfaat dan nilai unik yang dijanjikan perusahaan untuk diberikan kepada pelanggan targetnya, yang membedakannya dari pesaing (Hokkanen & Rintamäki, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa PLN Mobile mampu memberikan manfaat ekonomi bagi pengguna, memperkuat keunggulan kompetitifnya dibandingkan aplikasi pihak ketiga seperti e-commerce atau *mobile banking*.

2. Weaknesses

Kelemahan utama dalam aplikasi PLN Mobile adalah ketergantungan pada jaringan internet dan masalah teknis sistem seperti bug atau aplikasi yang lemot saat pembaruan. Beberapa narasumber oleh ibu astiyntiara, ibu nema dan Bapak Andika menyatakan bahwa kesulitan transaksi umumnya terjadi ketika jaringan tidak stabil atau saat aplikasi sedang melakukan pembaruan.

Temuan ini memperkuat aspek *Perceived Ease of Use* (PEOU) dari teori TAM yang dikemukakan oleh Davis (1989). Menurut Davis, semakin sulit sebuah aplikasi digunakan, semakin rendah niat seseorang untuk menggunakannya kembali. Dalam konteks ini, faktor eksternal seperti konektivitas internet menjadi variabel penghambat penerimaan teknologi di wilayah Merauke, yang dikenal memiliki infrastruktur digital yang belum merata.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Putra & Yasa (2023), Ditegaskan bahwa, dalam aplikasi digital, niat pembelian secara langsung dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, sedangkan gangguan teknis dan performa sistem yang tidak stabil dapat menurunkan kepuasan dan minat pengguna.

Selain itu, fitur-fitur yang kurang relevan secara lokal seperti SPKLU (Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum) dan *Marketplace* dinilai tidak terlalu bermanfaat oleh responden di Merauke, di mana adopsi kendaraan listrik masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa customization layanan digital belum sepenuhnya adaptif terhadap kondisi sosial dan geografis pengguna. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara system design dan local user needs. Menurut Holden & Karsh (2010), penerapan teknologi publik harus memperhatikan konteks sosial-geografis agar adopsi pengguna lebih maksimal. Dalam hal ini, fitur yang kurang kontekstual justru berpotensi menurunkan nilai guna aplikasi

Selain itu, kelemahan lain yang diungkapkan adalah fitur yang tidak relevan secara lokal. Narasumber 2 dan 3 menilai bahwa fitur Marketplace dan SPKLU belum memberikan manfaat nyata bagi pengguna di Merauke, di mana pemakaian kendaraan listrik masih minim.

3. *Opportunities*

Menurut Fatimah (2016), peluang adalah kondisi lingkungan eksternal suatu organisasi yang dapat membawa manfaat dan juga dapat digunakan sebagai senjata untuk memajukan bisnis atau organisasi. Peluang ini mengacu pada kondisi atau situasi eksternal di luar organisasi yang mampu menyediakan prospek pertumbuhan untuk perkembangan organisasi di masa mendatang. Karena perusahaan biasanya didirikan berdasarkan kemungkinan, atau potensi untuk menghasilkan keuntungan, komponen ini penting untuk memulai perusahaan. Sebuah perusahaan dapat berkembang dan diterima dengan baik oleh publik dalam jangka pendek maupun panjang dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Peluang atau *opportunity* yang dihadapi dan perlu diketahui oleh PT PLN UP3 Merauke dalam meningkatkan layanan jasa mobile banking meliputi :

Peluang terkait Harapan dari adanya penambahan fitur yang dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi, seperti fitur saldo langsung/top-up tanpa menggunakan kode VA, fitur balik nama meteran listrik secara online, serta fitur notifikasi pengingat isi token bulanan. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa pengembangan fitur yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pelanggan akan meningkatkan customer value dan mendorong niat penggunaan berulang. Dengan adanya fitur tersebut, pengguna tidak perlu berpindah aplikasi untuk melakukan transaksi, sehingga proses menjadi lebih cepat dan efisien.

Selain itu, peluang juga terlihat pada sisi pemasaran dan edukasi masyarakat. Terkait sosialisasi dan edukasi digital. Menurut berbagai sumber, sebagian besar penduduk Merauke masih belum mengetahui kemampuan PLN Mobile, sehingga diperlukan sosialisasi yang lebih menyeluruh dan berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan studi yang ada Stark et al. (2022), yang menemukan bahwa promosi digital dan edukasi publik berperan penting dalam membentuk trust dan intention to use terhadap aplikasi digital di Indonesia.

Para narasumber menekankan pentingnya program promosi, diskon, dan sosialisasi yang lebih intensif kepada masyarakat agar semakin banyak pengguna yang

mengenal dan beralih menggunakan PLN Mobile. Menurut penelitian Fitriana et al. (2021), *promotional activities* yang dikombinasikan dengan kemudahan penggunaan aplikasi terbukti meningkatkan purchase intention pada layanan digital. Temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian Haryanto (2020) yang menyebutkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dapat diperkuat melalui promosi dan komunikasi yang efektif. Dengan demikian, promosi berupa potongan harga, cashback, dan penyederhanaan proses pembelian token akan menjadi peluang strategis bagi PLN Mobile untuk memperluas basis pengguna dan meningkatkan intensitas transaksi.

Jika dibandingkan dengan penelitian lain, hasil ini mirip dengan temuan Muthalib & Hasan (2023) pada pengguna BSI Mobile, di mana pengembangan fitur dan pemberian promo menjadi strategi efektif dalam menarik minat nasabah. Sama halnya dengan BSI Mobile yang memanfaatkan besarnya potensi pasar Muslim melalui peningkatan kreativitas fitur dan pemberian diskon, PLN Mobile juga memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai aplikasi layanan publik utama di Indonesia, khususnya dengan memaksimalkan inovasi fitur dan insentif menarik bagi pelanggan.

Penambahan fitur baru dan penguatan strategi sosialisasi. Dimana Fitur yang paling diharapkan mencakup:

1. Sistem saldo internal agar transaksi lebih cepat tanpa harus melalui rekening bank sebagaimana yang dikatakan Narasumber ibu astyn dan Bapak fransiskus
2. fitur balik nama meteran listrik secara online serta notifikasi otomatis pembelian token (Narasumber 3). Fitur-fitur tersebut merepresentasikan tuntutan pengguna akan peningkatan *Perceived Usefulness* dan *Ease of Use*, dua konstruk inti dalam TAM. Ketika sistem mampu menyesuaikan kebutuhan aktual pelanggan, maka customer engagement dan behavioral intention akan meningkat (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000).

Selain fitur, peluang lain terletak pada sosialisasi dan edukasi digital. Berdasarkan berbagai laporan, sebagian besar penduduk Merauke masih belum mengetahui kemampuan PLN Mobile, sehingga diperlukan sosialisasi yang lebih menyeluruh dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan studi yang telah dilakukan Ilal et al. (2022), yang menemukan bahwa promosi digital dan edukasi publik berperan penting dalam membentuk trust dan intention to use terhadap aplikasi digital di Indonesia.

Dengan demikian, peluang terbesar bagi PLN UP3 Merauke adalah memanfaatkan strategi komunikasi dan edukasi digital untuk mengubah persepsi

masyarakat yang masih terbiasa melakukan transaksi konvensional menjadi pengguna aktif aplikasi PLN Mobile.

4. *Threat* (Tantangan)

Ancaman atau “*threats*” merupakan suatu kondisi eksternal yang muncul dari luar organisasi dan memiliki potensi untuk membahayakan kelangsungan jangka panjang perusahaan. Hal ini berlawanan dengan peluang atau *opportunities*, karena ancaman melibatkan elemen luar yang bisa mengganggu operasi harian perusahaan, seperti aplikasi mobile yang digunakan pelanggan di Merauke. Faktor-faktor ini, jika tidak diatasi dengan cepat, dapat menjadi rintangan serius yang menghalangi pencapaian tujuan dan misi PT PLN UP3 Merauke dalam menyediakan layanan listrik yang andal.

Ancaman yang dihadapi oleh PT PLN UP3 Merauke dalam upaya meningkatkan layanan jasa mobile banking adalah sebagai berikut:

- **Persaingan dengan aplikasi lain (*e-commerce, M-banking dan e-Wallet*)**

Yang juga menyediakan fitur pembelian token listrik, hal ini juga nampak pada pernyataan narasumber yang mengaku sering membandingkan harga antar aplikasi dan memilih PLN Mobile karena biaya administrasinya lebih murah, sedangkan sebagian lain tetap menggunakan aplikasi lain karena sudah terbiasa.

- **Kekhawatiran terhadap privasi data**

Beberapa narasumber mengaku membandingkan harga antar aplikasi dan memilih PLN Mobile karena biaya administrasinya lebih murah, sedangkan sebagian lain tetap menggunakan aplikasi lain karena sudah terbiasa.

Menurut Kim et al. (2016), kompetisi dalam ekosistem digital menuntut penyedia layanan publik untuk tidak hanya menawarkan harga murah tetapi juga membangun trust dan service quality yang lebih baik. Faktor keamanan data juga menjadi perhatian sebagaimana narasumber Bapak Andika mengaku khawatir karena aplikasi meminta identitas lengkap, menunjukkan adanya *perceived risk* yang berpotensi menurunkan kepercayaan pengguna.

Menurut Kotler & Armstrong (2015), ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal memerlukan strategi adaptif dan inovasi layanan agar organisasi tetap kompetitif. Hal ini sejalan dengan penelitian Nuryanto et al. (2020), yang menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap keamanan dan privasi merupakan faktor kunci dalam membentuk purchase intention di platform digital. Penelitian Sari & Hidayati (2023) dalam Jurnal Manajemen Pendidikan menunjukkan bahwa faktor kepercayaan dan keamanan data menjadi variabel

penting dalam membentuk niat penggunaan aplikasi digital. Yang juga sejalan dengan pengalaman Narasumber Bapak Andika dan Bapak Fransiscus yang menekankan pentingnya keamanan OTP dan privasi pengguna dalam meningkatkan rasa aman saat bertransaksi.

Oleh karena itu, peningkatan keamanan dan transparansi pengelolaan data pribadi harus menjadi prioritas dalam strategi pengembangan PLN Mobile ke depan. Dikarenakan tantangan terbesar PLN Mobile bukan hanya bersaing secara teknologi, tetapi juga dalam membangun kepercayaan dan memastikan keamanan digital pelanggan, terutama di daerah dengan keterbatasan jaringan

1.3.2 Matriks analisis SWOT

<p style="text-align: center;">Internal (IFAS)</p> <p style="text-align: center;">Eksterna L(EFAS)</p>	<p>Strength (S)</p> <p>Aplikasi mudah untuk digunakan & cepat</p> <p>Biaya admin lebih murah</p> <p>Dapat digunakan untuk pengaduan langsung</p> <p>Respon petugas cepat</p> <p>Transaksi dapat dilakukan kapan saja</p>	<p>Weaknessess (W)</p> <p>Ketergantungan pada jaringan internet</p> <p>Bug & error saat pembaruan sistem</p> <p>Fitur tertentu belum relevan di daerah (SPKLU, marketplace)</p> <p>Rendahnya pengguna literasi digital di daerah Timur</p>
<p>Opportunity (O)</p> <p>Pengembangan fitur baru (saldo langsung, balik nama online, notifikasi token)</p> <p>Promosi & diskon pembelian token</p> <p>Sosialisasi intensif kepada masyarakat</p> <p>Peningkatan sistem pembayaran & digitalisasi layanan</p>	<p>Strategy S-O ((Defensive Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan fitur baru berbasis kekuatan layanan (mis. top-up saldo langsung & balik nama online). 2. Memanfaatkan efisiensi & kecepatan aplikasi untuk menarik pengguna baru melalui promosi digital. 3. Menawarkan insentif/diskon bagi pengguna aktif untuk mendorong 	<p>Strategi W-O (Improvement Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi kelemahan jaringan dengan pengembangan <i>lite mode</i> untuk daerah sinyal lemah. 2. Melakukan pelatihan digital & sosialisasi tatap muka di loket PLN. 3. Menyederhanakan tampilan & tahapan transaksi agar

	pembelian token melalui PLN Mobile.	mudah bagi sem
<p><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan <i>marketplace & mobile banking</i> 2. Ketergantungan pada jaringan internet 3. Keragaman literasi digital pengguna Potensi kebosanan pelanggan terhadap aplikasi sejenis 	<p>Strategy S-T (Defensive Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan keunggulan layanan langsung PLN (respon cepat & keamanan data) dibanding aplikasi pesaing. 2. Memperkuat sistem agar tetap efisien meski jaringan lemah. 3. Melakukan branding bahwa PLN <i>Mobile</i> adalah aplikasi resmi & terpercaya dari PLN. 	<p>Strategy W-T (Weaknesses opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonaktifkan sementara fitur yang tidak relevan di wilayah tertentu (SPKLU, marketplace). 2. Menonaktifkan sementara fitur yang tidak relevan di wilayah tertentu (SPKLU, marketplace). 3. Menstabilkan performa aplikasi untuk mencegah gangguan saat traffic tinggi. 4. Meningkatkan keamanan data & memberikan edukasi pengguna tentang OTP anar

		kepercayaan tet ap tinggi.
--	--	-------------------------------

1.3.3 Strategi Pemasran yang Tepat Untuk Meingkatkan Transaksi Penggunaan Aplikasi PLN Mobile

1. Strategi S–O (*Strength–Opportunity*): Strategi Prtumbuhan

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal PLN Mobile untuk meraih peluang eksternal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa aplikasi sudah dikenal mudah digunakan, memiliki biaya admin murah, dan memberi respon cepat terhadap pengaduan pelanggan. Kekuatan ini perlu diintegrasikan dengan peluang berupa pengembangan fitur baru seperti fitur top-up saldo langsung, fitur balik nama meteran online, serta notifikasi pengingat isi token bulanan.

Dengan memanfaatkan kecepatan dan kemudahan transaksi yang sudah menjadi kekuatan utama, PLN dapat mengembangkan fitur-fitur inovatif yang menambah nilai pelanggan (*customer value*). Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pertumbuhan yang efektif adalah yang menggabungkan keunggulan internal dengan inovasi layanan baru untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya:

- Penguatan Aplikasi dan Platform Terus perkuat sisi aplikasi untuk mengatasi *bug* dan tantangan pihak ketiga. Fokus pada pengalaman pengguna yang aman dan dapat dipercaya, dengan survei kepuasan sebagai alat evaluasi berkelanjutan.
- Event Kolaborasi Tahunan, Seperti pengadaan event marathon untuk memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran serta penggunaan PLN Mobile dengan layanan digital yang lengkap.
- Kolaborasi bersama UMKM dan PPOB: Kolaborasi dengan mitra lokal, sekolah, masyarakat, serta UMKM untuk menggenjot penggunaan aplikasi melalui kampanye dan event yang menarik (*door-to-door*, undian, kerja sama rumah makan, marketplace).
- Promosi digital dan diskon token dapat digunakan untuk menarik pengguna baru, sementara fitur saldo langsung akan memperkuat *perceived usefulness* pengguna sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989).

2. Strategi W–O (*Weakness–Opportunity*): Strategi Perbaikan

Dengan memanfaatkan potensi eksternal, metode ini bertujuan untuk mengatasi kekurangan internal. Menurut wawancara, kelemahan utama aplikasi ini adalah ketergantungannya pada internet dan fitur-fiturnya yang saat ini belum tersedia di wilayah Timur. PLN dapat memanfaatkan peluang pengembangan sistem untuk menciptakan versi

“PLN *Mobile Lite*” yang lebih ringan dan hemat data bagi wilayah dengan jaringan tidak stabil. Selain itu, rendahnya literasi digital masyarakat Merauke perlu dijawab dengan program sosialisasi dan pelatihan penggunaan aplikasi di kantor PLN maupun melalui kerja sama dengan pemerintah daerah.

Dalam edukasi dan Sosialisasi, dapat menargetkan sosialisasi di generasi muda di perkotaan yang mengerti teknologi digital dan seluruh lapisan masyarakat di pedesaan. Dosen dan kampus sebagai media edukasi digital supaya literasi digital meningkat.

Selain itu dapat dilakukan Pendekatan Segmen dan Prioritas Unit, dengan menyesuaikan strategi sosialisasi dengan kondisi unit PLN (misalnya di ULP agraris kampung), dapat dilakukan via pertemuan masyarakat, di kota target anak muda pengguna elektronik) agar edukasi dan adopsi aplikasi lebih efektif.

Hal ini sejalan dengan penelitian Fitriana (2021) yang menyebutkan bahwa promotional activities dan digital education berpengaruh positif terhadap niat penggunaan (purchase intention) layanan digital. Dengan demikian, strategi W–O diarahkan pada peningkatan edukasi pengguna dan penyederhanaan sistem agar aplikasi lebih inklusif untuk semua kalangan.

3. Strategi S–T (*Strength–Threat*): Strategi Pertahanan

Strategi ini digunakan untuk menghadapi ancaman eksternal dengan mengandalkan kekuatan internal PLN Mobile. Meski banyak pesaing seperti marketplace dan mobile banking, PLN Mobile memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh aplikasi lain, yaitu layanan pengaduan langsung yang terhubung ke sistem PLN dan respon cepat dari petugas lapangan. Strategi S–T menekankan pada branding dan positioning, yaitu memperkuat citra bahwa PLN Mobile adalah aplikasi resmi dan terpercaya dari PLN, yang lebih aman dan efisien dibanding aplikasi pihak ketiga. Memperkuat citra PLN Mobile sebagai aplikasi resmi, aman, cepat dan terpercaya, berbeda dari aplikasi pihak ketiga yang kurang terjamin. Hal ini dapat dilakukan dengan Kolaborasi PPOB dan UMKM, sebagai bagian dari menjaga loyalitas pelanggan dengan pelayanan yang optimal dan mudah diakses

Selain itu, mengingat ketergantungan pada jaringan menjadi salah satu ancaman, PLN dapat melakukan Penguatan Aplikasi dan Platform (menunjang kekuatan untuk mengatasi ancaman jaringan dan pesaing): Misalnya optimasi caching, auto reconnect untuk tetap bisa transaksi walau jaringan lemah.

mengoptimalkan sistem caching atau auto reconnect agar transaksi tetap berjalan meskipun koneksi lemah. Hal ini mendukung teori *Customer Experience* oleh Schmitt (2003), yang menegaskan bahwa pengalaman positif pelanggan (cepat, aman, tanpa error) menjadi faktor pembeda utama di tengah kompetisi digital.

4. Strategi W–T (*Weakness–Threat*): Strategi Pencegahan

Taktik perlindungan ini bertujuan untuk mengurangi dampak kelemahan internal sekaligus mencegah bahaya eksternal. Berdasarkan wawancara, sejumlah fitur termasuk Marketplace dan SPKLU (Penyedia Layanan) saat ini belum tersedia di wilayah Merauke dan berpotensi mengganggu kinerja aplikasi karena menimbulkan penundaan. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah menonaktifkan atau menyembunyikan fitur yang tidak relevan di wilayah tertentu, sehingga fokus aplikasi tetap pada fungsi utama: pembelian token, pengaduan, dan pembayaran tagihan.

Selain itu, PLN perlu memperkuat keamanan data pengguna melalui pembaruan sistem enkripsi dan edukasi tentang pentingnya menjaga kode OTP. Pengguna juga perlu diyakinkan bahwa keamanan aplikasi sangat bergantung pada perilaku mereka sendiri, sebagaimana disampaikan oleh narasumber 4. Strategi ini sesuai dengan prinsip *preventive maintenance* dalam manajemen risiko digital, serta mendukung teori *Purchase Intention* (Fishbein & Ajzen, 1975) yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap keamanan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan Penelitian mengenai analisis SWOT aplikasi PLN Mobile pada pelanggan PT PLN UP3 Merauke menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile memiliki kekuatan utama berupa kemudahan akses layanan, efisiensi waktu, biaya administrasi yang lebih rendah, dan penyelesaian keluhan pelanggan yang cepat merupakan beberapa keunggulan utama aplikasi PLN Mobile, menurut penelitian analisis SWOT aplikasi untuk pelanggan PT PLN UP3 Merauke. Berdasarkan temuan penelitian, keunggulan-keunggulan ini memberikan manfaat nyata bagi pengguna dan membantu meningkatkan layanan pelanggan di wilayah PT PLN UP3 Merauke. Di sisi lain, masih ditemukan beberapa kelemahan, seperti ketergantungan pada jaringan internet, bug saat pembaruan sistem, serta fitur yang belum relevan secara lokal. Rendahnya literasi digital dan minimnya pemahaman masyarakat mengenai fungsi aplikasi menjadi penghambat meningkatnya tingkat penggunaan aplikasi.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa PLN memiliki peluang strategis, seperti pembuatan fitur-fitur baru seperti layanan perubahan nama daring, saldo langsung, dan pemberitahuan pembelian token, bersama dengan fokus yang lebih tinggi pada promosi dan sosialisasi digital. Meski demikian, PLN *Mobile* juga menghadapi ancaman dari persaingan aplikasi *e-commerce* dan *mobile banking*, rendahnya literasi digital, serta kekhawatiran pengguna terhadap keamanan data, sehingga perlindungan privasi dan keandalan sistem harus menjadi perhatian serius.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran yang komperhensif mengenai keadaan internal dan eksternal aplikasi PLN Mobile, termasuk bagaimana kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahayanya memengaruhi tingkat penerimaan pengguna di Merauke. Temuan-temuan ini tidak hanya memperkaya pemahaman akademis mengenai analisis SWOT dalam konteks layanan digital publik, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi PLN dalam merancang strategi peningkatan penggunaan aplikasi.

Oleh karena itu, strategi pemasaran yang paling tepat bagi PLN UP3 Merauke adalah penerapan strategi kombinasi S-O, W-O, S-T, dan W-T. Strategi yang berfokus pada pengembangan fitur inovatif, peningkatan literasi digital melalui sosialisasi yang berkelanjutan, penguatan citra aplikasi sebagai layanan resmi dan aman, serta mitigasi risiko

teknis dan keamanan data. Implementasi strategi secara konsisten dan terarah diharapkan dapat meningkatkan niat dan intensitas transaksi pelanggan, sekaligus memperkuat posisi PLN *Mobile* sebagai aplikasi layanan publik yang andal dan mudah diakses oleh masyarakat

5.2 Saran

Beberapa ide dan rekomendasi taktik untuk meningkatkan jumlah pengguna transaksi aplikasi PLN Mobile didasarkan pada studi Analisis SWOT Aplikasi PLN Mobile untuk Pelanggan PT PLN UP3 Merauke. Berikut ini adalah beberapa ide dan rekomendasi taktik untuk meningkatkan jumlah pengguna transaksi aplikasi PLN Mobile

1. Melaksanakan sosialisasi dan edukasi digital secara intensif kepada masyarakat melalui loket pelayanan, sekolah, universitas, dan komunitas lokal agar pengguna dapat memahami fungsi dan manfaat aplikasi PLN Mobile secara menyeluruh sehingga pelanggan akan lebih paham terkait PLN Mobile
2. Menerapkan strategi pemasaran berbasis kolaboratif dan digital melalui pelaksanaan *event* Kolaborasi Tahunan, penyelenggaraan *event* marathon, serta kampanye terpadu guna memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan PLN Mobile. Selain itu, memperkuat kolaborasi melalui kerja sama dengan UMKM, mitra lokal, sekolah, dan komunitas masyarakat, termasuk optimalisasi layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) serta *marketplace* lokal di Kota Merauke, untuk mendorong peningkatan penggunaan aplikasi dan memperluas jangkauan pengguna.
3. Melakukan Pengembangan dengan Merilis Aplikasi *Lite*, kembangkan versi “PLN *Mobile Lite*” yang lebih ringan dan hemat data untuk menyesuaikan kondisi jaringan di wilayah dengan infrastruktur internet terbatas. Yang dapat digunakan hingga daerah pedalaman Merauke
4. Melakukan Penyesuaian Fitur Regional, dengan mengkaji relevansi fitur regional agar aplikasi lebih kontekstual dengan kebutuhan pelanggan di berbagai daerah, seperti menonaktifkan fitur SPKLU di wilayah yang jarang memiliki infrastruktur kendaraan listrik.
5. Dan untuk penelitian berikutnya diharapkan untuk dapat membandingkan adopsi aplikasi digital secara lebih komprehensif, antara wilayah Timur dan Barat Indonesia, untuk mengetahui faktor sosial, ekonomi, dan teknologi yang memengaruhi adopsi aplikasi digital secara lebih komprehensif.

Dengan saran-saran tersebut, diharapkan PT PLN UP3 Merauke dapat menerapkan strategi tersebut untuk dapat meningkatkan penggunaan transaksi PLN *Mobile* di kota

Merauke . Sehingga PLN Mobile menjadi model aplikasi layanan publik digital yang efektif, efisien, yang menyeluruh bagi seluruh pelanggan PLN di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. &. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Arkadan, F. M. (2024). Customer experience orientation: Conceptual model, propositions, and research directions. *Journal of the Academy of Marketing Science*. . Universitas Ilmu dan Teknologi Norwegia (NTNU).
- Athapaththu, J. C., & Kulathunga, D. (2018). Factors Affecting Online Purchase Intention: Effects of Technology Acceptance Model and Website Quality. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 25–36.
- Burhan Bungin. (2018). *Ringkasan Dan Ulasan Buku Analisis Penelitian Kualitatif*.
- Butarbutar, N., Silalahi, M., Julyanthry, & Sudirman, A. (2020). Kepuasan pengguna market place shopee yang ditinjau dari aspek word of mouth dan pengalaman konsumen. *Al Tijarah*, 6(3), 135–146.
- Chaerunisa, N. D., & Farida, I. (2024). Efektivitas Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Dalam Pelayanan Pembayaran Listrik Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 03(03).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly (Management Information Systems Quarterly)*, 318-340.
- Dryden, W. (2023). *Mobile Technology in the Digital Transformation Strategy of Industrial Enterprises*. *Lecture Notes in Information Systems and Organisation*. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-30351-7_29
- Faizah, L. N. (2022). Digitisasi Arsip di Warung Arsip Yogyakarta: Analisis Peluang dan tantangan menggunakan SWOT. *Khazanah Jurnal Pengembangan Kearsipan*, 98-116.
- Farrokhnia, M., Banihashem, S. K., & Noroozi, O. (2024). A SWOT analysis of ChatGPT : Implications for educational practice and research A SWOT analysis of ChatGPT : Implications for educational practice and research. *Innovations in Education and Teaching International*, 61(3), 460–474. <https://doi.org/10.1080/14703297.2023.2195846>
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Massachusetts, AS: Addison-Wesley.
- Fitriana, N., Yuniwati, E. D., Darmawan, A. A., & Firdaus, R. (2021). The use of a micro-hydro power plant for the educational park area around the reservoir. *AMCA Journal of Science and Technology*, 1(2), 39–45.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.4.9 untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, C., Suriana, I., & Arazy, D. R. (2022). Analisis SWOT Pegadaian Digital Service Studi Kasus pada Nasabah Pegadaian Cabang Manggar. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*, 1–9.
- Guo, F. (2012). More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I. <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW *Uluslararası Haryanto, H. P. (2020). Niat Adopsi E-Commerce Wirausahaan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa UNS). Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 11(1), 32–37.*
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall. *Long Range Planning, 30(1), 46–52.*
- Hokkanen, H., & Rintamäki, T. (2021). Customer value proposition development: A systematic literature review. *Journal of Business Research, 134, 195–207.*
- Holden, R. J., & Karsh, B. T. (2010). The Technology Acceptance Model: Its past and its future in health care. *Journal of Biomedical Informatics, 43(1), 159–172.*
- Ida Nur Hidayah, B. P. (2024). Benefits of Using the Pln Mobile Application in Pln Ulp. *KARYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(2), 250–254.*
- Isniati, & Fajriansyah. (2019). *Manajemen Strategik: Intisari Konsep dan Teori*. Yogyakarta (Giovanny (ed.); p. 54). ANDI. https://books.google.co.id/books?id=RewNEQAAQBAJ&pg=PA1&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
- Ivanda Dinar Yudistira. Eka Farida. Ita Athia. (2024). Vol. 14. No. 01 ISSN : 2302-7061. E – *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma, 14(01), 10–17.*
- Jurnal ResearchGate, 1(70), 1–45.* <https://repository.sttjaffray.ac.id/media/publications/269013-ringkasan-dan-ulasan-buku-analisis-data-31d9d0eb.pdf>
- Kasus, S., Bank, P., Kc, B. S. I., & Amali, M. R. (2023). Analisis SWOT Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking di Masa Pandemi.
- Kim, H. W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2016). Examining information systems infusion from a user commitment perspective. *Information Technology & People, 29(1), 173–199.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing (16th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15, Ed.)*. Pearson.
- Kusuma, M. H., & Rahim, S. E. (2021). The effectiveness of the new PLN mobile application in improving service quality, customer satisfaction, and electrifying lifestyle during the new normal period in Tanjung pandan city. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 913(1), 1–9.* <https://doi.org/10.1088/1755-1315/913/1/012050>
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage, Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Pres.
- Miller, N. G., Lewis, M., Hildreth, M., Moore, R. S., & Capella, M. L. (2009). Social interaction in retail environments: The role of social cues on customer experience. *Journal of Retail & Consumer Studies, 19(6), 421–430.*

- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, 2(1), 267–273.
- Moelong, L. J. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Bandung : PT. Remaja Rosdakaray.
- Mokan, A. (2022). Development of a Superstructure Optimization Model in an Integrated Drinking Water Supply System in Timika City, Mimika Regency, Central Papua Province. Universal Institute of Professional Management.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. <https://justlearn.com/blog/using-ai-to-improve-public-speaking-and-presentation-skills>
- Moore, R. S., & Capella, M. L. (2005). The impact of customer-to-customer interactions in a retail environment. *Journal of Services Marketing*, 19(6), 421–430.
- Mubarak, A. (2023). Analisis Swot Pada Penerapan Aplikasi Smartdukcapil Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kab . Lima Puluh Kota. 7(1), 819–829.
- Mulyono, D., & C. Premananto, G. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pelanggan Pln Ulp Banyuwangi Kota Terhadap Aplikasi New Pln Mobile. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.30811/ekonis.v24i1.3240>
- Mulyono, D., & C. Premananto, G. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pelanggan Pln Ulp Banyuwangi Kota Terhadap Aplikasi New Pln Mobile. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.30811/ekonis.v24i1.3240>
- Muthalib, A., & Hasan, A. (2023). SWOT: Implementasi Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kualitas Layanan Bank Muamalat. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 121–130.
- Nadhif, A. Z., & Niswah, F. (2018). INOVASI LAYANAN PLN MOBILE DI PT . PLN (Persero) AREA SURABAYA SELATAN Arum Zahra Nadhif Abstrak.
- Nordli, U. (2014). *Service design, customer experience and branding: An integrative approach*.
- Nur`aini, F. (2016). *Quadrant, Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta. Quadrant.
- Nuriyanto, S. (2023). Analisis SWOT dalam Pengembangan Strategi Bisnis UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 55–64.
- Nuryanto, U. W., Mz, M. D., Sutawidjaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). The impact of social capital and organizational culture on improving organizational performance. *International Review of Management and Marketing*, 10(3), 93.
- Pln, P., Sidoarjo, U. P., Larasati, D., Putri, E., & Andarini, S. (2024). Optimalisasi Strategi Marketing Dan Pelayanan Pelanggan. 2(2), 84–87.
- Purnomo, S. J. (2023). Mewujudkan Pelayanan Publik dalam Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik: Peran Diskominfo. From Bappenas Working Papers: <https://doi.org/10.47266/bwp.v6i1.189>
- Putra, I. M. A., & Yasa, N. N. K. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Sistem terhadap Niat Pembelian pada Aplikasi Digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(2), 150–162.

- Rahimi, R., Ghasemaghaei, M., & Hassanein, K. (2018). Explaining the adoption of digital technologies in public services: The role of perceived usefulness and ease of use. *Government Information Quarterly*, 35(3), 517–528.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT membedah kasus bisnis. Gramedia.
- Rohman, M. A. (2023). Bidirectional GRU menggunakan Attention Mechanism pada analisis sentimen PLN Mobile. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rusmawati, D. Y. (2017). Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dan Positioning Produk dengan Pendekatan Analisis SWOT untuk Peningkatan Penjualan pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya. *Jurnal Ekbis*, 17, 919–920.
- Saim, M. A. ., & Siswanto, A. B. (2019). Analisis Swot Dengan Metode Kuesioner. Cv. Pilar Nusantara. June.
- Sari, I. P., & Hidayati, D. (2023). A Strategi Sistem Informasi Manajemen dalam Pelayanan Administrasi Kesiswaan. *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(2), 316–325.
- Schmitt, B. (2003). *The Customer Experience: How Revolutionary Marketing Can Transform Your Company*. Wiley.
- Smith, S., & Wheeler, J. (2002). *Managing Customer Experience: Turning Customers into Advocates*. Prentice Hall.
- Sosyal Arařtirmalar Dergis. *The Journal of International Social Research*.
- Srinadi. (2020). Pengaruh Penggunaan teknologi Informasi Sebagai Media Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Konferensi Nasional Sistem & Informatika* .
- Stark, A. L., Geukes, C., & Dockweiler, C. (2022). Digital health promotion and prevention in settings: scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 24(1), e21063.
- Sukma Rukmana, & Wiwik Handayani. (2023). Analysis of Service Science Design through Customer Experience to Increase PosAja Application User Satisfaction. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 513–527. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i2.402>
- Swanson, S. R., & Davis, J. C. (2003). The relationship of differential loci with perceived quality and satisfaction with the service environment. *Journal of Services Marketing*, 17(2), 200–222.
- Thufaillah, S. Y., Hidayati, S., Pembangunan, U., Veteran, N., Pembangunan, U., Veteran, N., Korespondensi, P., Service, P. D., & Service, P. D. (2023). Analisis SWOT Penggunaan Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(4), 36–53.
- Valentini, S. O. (2020). Customers' emotions in service failure and recovery: a meta-analysis. *From Marketing Letters*: <https://doi.org/10.1007/S11002-020-09517-9>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315.
- Widuri, B., Widodo, S., Pembangunan, U., & Budi, P. (2023). Effectiveness of Using PLN Mobile Application for Easy Customer Service. 3, 156–166.
- Wijaya, A. (2022). Aspek hukum bisnis transportasi jalan online. Sinar Grafika.
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 31–46.
- Zuldafrial. (2012). Penelitian Kualitatif. SurakartaKasus, S., Bank, P., Kc, B. S. I., & Amali,

M. R. (2023). Analisis SWOT Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking di Masa Pandemi.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Narasumber 1 ; Astyn Tiara

Narasumber 2: Nema Radiva

Narasumber 3: Andhika Cahyo Baskoro

Narasumber 4: Fransiskus Alaas Ballas

Waktu : 12 Mei 2025

Apa keunggulan utama dari aplikasi PLN Mobile			
N1 1	N2	N3	N4
keunggulannya yang pertama lebih memudahkan kita dalam mengatasi pengaduan di rumah. baik dari meteran macet, tidak dapat mengisi pulsa, atau gangguan lainnya bisa di laporkan langsung ke PLN Mobile tanpa harus ke kantor terdekat	Menurut saya keunggulan PLN Mobile itu Untuk pembelian token sangat gampang , untuk harga juga lebih murah karena biaya adminnya lebih murah juga	Dalam aplikasi PLN Mobile ini sudah bagus, ya. Karena Sebelumnya kalau kita mau mencari,dan membeli token atau untuk melakukan pengaduan, itu kita harus ke kantornya. Nah, dengan aplikasi ini sudah dipermudah hanya melalui handphone saja.	Kalau untuk aplikasi PLN Mobile ini, keunggulannya sangat baik. Contohnya, untuk membantu pelanggan mengatasi gangguan. Jadi pelanggan tidak perlu datang ke kantor untuk membuat pengaduan — cukup dari rumah saja melalui aplikasi. Selain itu, pelanggan bisa membeli pulsa atau token listrik lewat aplikasi PLN

			Mobile dengan harga yang lebih murah dibandingkan kalau beli di tempat lain.
Bagaimana pengalaman terkait kecepatan dan kemudahan saat melakukan transaksi di aplikasi PLN Mobile?			
N1	N2	N3	N4
Lumayan cepat, Untuk kemudahannya mudah karena bisa langsung transaksi dan tidak ribet	Untuk Kecepatannya itu tergantung, biasanya cepat. “Tapi jika sedang pembaruan sistem atau aplikasinya lagi proses <i>Upgrade</i> itu lumayan lemot kadang juga tiba” aplikasi bug tpi sejauh ini cepat dan mudah digunakan dalam sehari-hari	“Untuk Dalam hal kecepatan, transaksi di PLN Mobile ini sudah lebih baik dari sebelumnya.” Kita hanya perlu memasukkan nomor meter, lalu melakukan pembayaran, dan nilai penggunaan token listrik kita akan langsung muncul.	Kalau bicara soal kecepatan, itu tergantung jaringan internet yang kita pakai. Aplikasi ini sangat bergantung pada koneksi data. Kalau jaringan agak lelet, prosesnya jadi agak lama. Tapi selain itu, tidak ada masalah termasuk dalam pemakaiannya juga tidak mempersulit pemakaiannya

Apakah Anda mengalami kesulitan atau pun mengalami gangguan atau masalah saat melakukan transaksi transaksi melalui aplikasi PLN Mobile? Jika ya, bisa ceritakan lebih lanjut ?			
N1	N2	N3	N4

<p>Kesulitannya ketika jaringan sedang tiddak stabil selebihnya aman, dan terkaitgangguannya saat ada promo diskon tam`bah daya besar-besaran pasti lelet sejauh itu , yang lainnnya tidak ada gangguan .</p>	<p>Untuk Kesulitan kadang lebih ke gangguan haringan jadi kan ada beberapa Kondisi rumah yang sulit sinyal sehingga transaksi gagal selain itu terkait beberapa handhphone yang kurang kompetibel dengan versi pln mobile yang semakin diperbaharui akan musah mudah menjadi ngelah dan terjadi gangguan,</p>	<p>Untuk kesulitannya ada pada jaringan internetnya terlebih lagi di wilayah Timur sini masih kurang merata. Jadi mungkin kendalanya di jaringan dan jika mungkin juga kalau mungkin traffic-nya lagi tinggi, bisa terjadi agak lambat.</p>	<p>Kesulitan itu terdapat pada saat kita awal mendownload , karena kita belum tau apa saja yang harus kita ketahui di aplikasi ini selebihnya nya jika sudah tau , aman , dan ntuk gangguan biasa terjadi pada saat saya akai aplikasi tersebut tiba tiba jaringanlemot, hanya itu , lainnya tidak ada</p>
---	---	---	--

Apakah ada fitur layanan dalam aplikasi yang menurut Anda tidak berguna atau membingungkan? Sebutkan contohnya.

N1 1	N2	N3	N4
<p>Jelas ada, fitur <i>Marketplace</i> karena tidak bisa dibuka ,mungkin karena kita dimerauke papua</p>	<p>Fitur <i>Marketplace</i>, karena Karena jujur aja, fitur itu agak lemot. Agak lemot dan untuk</p>	<p>Fitur spklu ,karena dimerauke hanya sedikit orang yang memakai kendaraan listrik baik, termasuk saya yang belum</p>	<p>Semua berguna Cuma belum sempat kita pakai contoh fitur catat meter</p>

yang membuat kita susah mengakses fitur tersebut beda sama dipulau jawa, yang semua fitur bisa dipakai , disini sulit dijangkau.	marketplace orang lebih nyaman ke pilihan yang lain ya, karena emang udah banyak banget marketplace sekarang,. Dan sepertinya untuk di PLN Mobile sendiri tidak perlu ada marketplace dan lebih baik fokus ke pelayanannya saja	menggunakannya, sehingga fitur tersebut belum banyak dibutuhkan oleh kita masyarakat merauke sehinggaa kurang efektif	mandiri, kita yang mempunyai metaer prabayar Tidak Mungkin kita pakai fitur tersebutnya itu, kalau yang lain.aman kita bisa pakai cuman karena itu ada fitur tertentu yang tidak dipakai karena kita tidak punyaabsesuatu (barang tersebut) dirumah yang kita pakai
--	---	---	---

Apa fitur baru yang Anda harapkan bisa ditambahkan ke aplikasi PLN Mobile ?			
N1 1	N2	N3	N4
Saya berharap Fitur barunya , diharapkan bisa memasukkan saldo langsung	Kalau fitur, Mungkin fitur Perubahan nama meteran listrik, seperti balik nama meteran. Soalnya	Fitur terkait notifikasi dalam aplikasi sebagai pengingat kita, jika dalam telah masuk waktun isi token,jadi kita bisa langsung	Kalau fitur mungkin tambah saldo agar lebih mudah unuk transaksi.

<p>jadi tidak perlu memakai kode VA lagi buat bayar pindah bank lagi jadi bisa langsung masukin saldo disitu bisa langsung transaksinya bisa lebih cepat lagi</p>	<p>kemarin sempat saya juga ingin balik nama meteran listrik di rumah harus ke kantor pelayanan dahulu. Dan tidak semua orang ada waktu untuk datang ke loket pelayanan. Jadi mungkin bisa ditambahkan fitur tersebut, jadi kita penggunaanya saat ingin balik nama meteran lebih mudah hanya lewat aplikasi. Aeperti dalam persyaratannya, jika balik nama biasanya ada akta jual beli, dan sebagainya , dan hal tersebut dapat lebih mudah untuk di-upload jika lewat aplikasi. tanpa repot ke loket pelayanan.</p>	<p>membeli tanpa mendadak lagi.</p>	
<p>Menurut Bapak/Ibu apa yang bisa dilakukan untuk mendorong minat penggunaan transaksi lebih lanjut?</p>			
<p>N1 1</p>	<p>N2</p>	<p>N3</p>	<p>N4</p>
<p>Perbanyak</p>	<p>Untuk mendorong</p>	<p>Untuk mendorong</p>	<p>Dari pihak pln</p>

<p>promo didalam aplikasi , Tahapan saat pembelian token bisa lebih dipersingkat lagi daripada e commerce lainnya jadi kiya lebih nyaman untuk pembelian token lewat PLN Mobile</p>	<p>minat penggunaanya “mungkin lebih banyak sosialisasi lagi kemasyarakat ,karena masih banyak masyarakat yg beli token dikonter” tidak melalui aplikasi PLN Mobile karena mungkin mereka tidak tau kalau ad aplikasi tsb atau pun dari mereka dari fitur fitur pembayaran yang tidak cocokdngn mereka jadi mungkin dapat lebih diperbanyak lagi untuk sistem pembayarannya daam lebih mudah lagi dalam penggunaan aplikasi terutama harus sosialisai, lebih gencar lagi mensosialisassikan oln mobile kepada masuarakat</p>	<p>mungkin di sosialisasi kan lagi, seperti memberikan insentif bagi pengguna baru misalkan meberi potingan diskon supaya agar kami , masyarakat itu akan lebih semangat dalam menggunakan aplikasi ini</p>	<p>mungkin bisa sarankan terus ke pelanggan ketika mereka datang keloket baik dalam ketika masyarakat mau melapor , melakukan pembeli dan lainnya ada baiknya dari mereka bisa untuk menawarkan pemakaian PLN MOBILE tersebut</p>
---	--	---	---

Apakah Anda pernah menggunakan layanan di aplikasi lain untuk layanan pembayaran listrik? Apa yang membuat Anda memilih aplikasi PLN Mobile dibandingkan dengan aplikasi lain ketika melakukan transaksi pembayaran listrik?			
N1 1	N2	N3	N4
Pernah, karena menggunakan aplikasi M-Banking lain. dan yang membuat saya lebih memilih aplikasi ini tentunya adminnya lebih murah .	Pernah, biasanya untuk meng- <i>compare</i> harganya, membandingkan jika beli di aplikasi PLN mobile berapa dan jika beli di aplikasi lain bedanya berapa,	Saya pernah menggunakan aplikasi lain, Karena aplikasi yang memang utama terkait kelistrikan dan kalo terjadi sesuatu gampang untuk diselesaikan terkait permasalahan kelistrikan	Saya Tidak pernah. Saya biasanya bayar listrik di kantor pos atau ATM, dan untuk aplikasi online hanya pakai PLN Mobile ,saya memilih satu aplikasi ini karena lebih cepat, tanggapan petugas PLN responnya kepada pelanggan lebih cepa
Apakah Ada kekhawatiran mengenai privasi dan keamanan data saat menggunakan aplikasi ini? Apa yang membuat Anda merasa demikian?			
N1 1	N2	N3	N4
Sejauh ini aman, karena segalanya dari aplikasi harus crosscheck lagi ke kitanya	Sebenarnya khawatir, tapi enggak yang gimana banget, karena sejauh ini saya merasa aman-aman aja sih PLN Mobile	Iya karena meminta identitas lengkap termasuk alamat , yang dimana itu cukup privasi bagi saya	Tidak juga. Semua aplikasi punya sistem keamanan masing-masing, seperti kode OTP. Keamanannya tergantung pengguna juga. Kalau kita kasih

			kode OTP ke orang lain, ya otomatis tidak aman.
--	--	--	---

Lampiran 2 Dokumen Magang

Surat Izin Magang



**FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA**

Sebangun Prodi. Sar. Perencanaan
Dinamika Masyarakat
Condong Catur, Depok, Yogyakarta 55281
T. 0271-881541, 881574
F. 0271-882788
E. ib@uii.ac.id
W. www.uui.ac.id

Nomor : 2081/Ka.ProdiMnj/60/Prodi.Mnj/IX/2024 Yogyakarta, 24 September 2024
Perihal : Permohonan Izin Magang

Kepada Yth.

Pimpinan

PT PLN (Persero) UP3 Merauke, Papua

Jl. Trikora No.1, Maro, Kec. Merauke, Kabupaten Merauke, Papua

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Diberitahukan dengan hormat, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah institusi Pendidikan yang memiliki tujuan menciptakan lulusan profesional di bidangnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak atau Ibu memberikan izin mahasiswa kami dalam melaksanakan magang di instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut :

Nama : Nur Annisa Triswati
NIM : 22311373
Alamat : Perumahan Bumi Mulia No 2C Jl. Wijaya Kusuma, Dero,
Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta
Tempat/Tgl. Lahir : Jayapura, 15 Maret 2004
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Sarjana
Periode Magang : 01 Februari 2025 - 31 Mei 2025

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ketua Prodi Manajemen
Program Sarjana



Abdur Rafik, S.E., M.Sc.
NIK : 133110105



UIW P2B
UP3 MERAUKE

Nomor : 1053/DLT.00.01/F18040000/2024 03 Desember 2024
Lampiran : -
Sifat : Segera - Biasa
Hal : Permohonan Izin Magang

Kepada

Yth. UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN
EKONOMIKA
DI - YOGYAKARTA

Menunjuk Surat Nomor 2081/KA.PRODIMNJ/PRODI.MNJ/IX/2024 Tanggal 24 September 2024 Perihal Permohonan izin magang, bersama ini kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

- Pada prinsipnya kami bersedia menerima mahasiswa an. **Nur Annisa Triswati** untuk melaksanakan magang di PT PLN (Persero) UP3 Merauke.
- Selama melaksanakan magang, mahasiswa wajib mematuhi peraturan yang berlaku di Perusahaan.
- Mahasiswa harus menyiapkan sendiri perlengkapan saat melaksanakan program magang.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

MANAGER UNIT PELAKSANA
PELAYANAN PELANGGAN MERAUKE,



ADE ARRANG MALLE MANTIRI

DAFTAR HADIR MAGANG
Bulan/Tahun: Februari 2025

Nama Mahasiswa : Nur Annisa Triswati

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	31 Januari 2025	8 Jam	Koordinasi , Terkait hal-Hal yang dipersiapkan Via online
2	03 Februari 2025	8 jam	Perkenalan Lingkungan Kantor, dan karyawan
3	04 Februari 2025	8 jam	Pembelajaran Materi terkait Pelayanan Konsumen , dan tata usaha konsumen
4	05 Februari 2025	-	Libur daerah (Pekabaran Injil di Papua)
5	06 Februari 2025	8 jam	Pembahasan mengenai Jobdesc Sales Retail Lebih Rinci
6	07 Februari 2025	7 jam	Pembelajaran terkait Proses Bisnis dan Memposting review aplikasi PLN Mobile dalam G-drive
7	10 Februari 2025	8 jam	Pembelajaran Penggunaan aplikasi Pelayanan Menggunakan aplikasi Pelayanan pengaduan Terpadu (AP2T)
8	11 Februari 2025	7 jam	Mendatangi beberapa kantor dan Dinas di Merauke untuk Mengingatkan pembayaran Rincian Tagihan Listrik .
9	12 Februari 2025	8 Jam	Mengolah data dan menganalisis laporan perkembangan penjualan di bulan Desember-Januari 2025 berdasarkan data kwh, dan pelanggan
10	13 Februari 2025	8 Jam	Menganalisa terkait laporan penjualan dan merancang terkait strategi promosi sesuai karakter wilayah Merauke.
11	14 Februari 2025	7 Jam	Belajar Membuat design brosur terkait dan pembuatan Teks SMS <i>Blast</i> promo tarif Listrik 50%

12	17 Februari 2025	8 Jam	Melakukan Peng-Updatean Terkait Kegiatan Survey Pemasaran serta Mendistribusikan dan mendemonstrasikan Kompor Induksi kepada karyawan
----	------------------	-------	---

DAFTAR HADIR MAGANG
Bulan/Tahun: Maret 2025

Nama Instansi : PT.PLN UP3 MERAUKE

Nama Mahasiswa : Nur Annisa Triswati

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	03 Maret 2025	8 Jam	Membuat nota kesepakatan , dan survey Lokasi Bokem
2	04 Maret 2025	8 Jam	Mencetak legalisasi , Memparaf , dan mengajukan TTD kepada manajet untuk legalisasi tagihan listrik pelanggan tanggungan negara serta mengupload kegiatan pemasaran di CRM.
3	05 Maret 2025	8 Jam	Mengirim Berkas legalisasi dengan mendatangi secara Satuan yang ada di Merauke
4	06 Maret 2025	8 Jam	Mengolah data dan Crosscheck data OLAP
5	07 Maret 2025	8 Jam	Mereview PLN mobile , dan Memperbaiki titik koordinat lokasi Kapi
6	10 Maret 2025	8 Jam	Mengambil Kembali legalisasi dari satuam (bandara dan polres) serta merekap berkas legalisasi
7	11 Maret 2025	8 Jam	Monitoring kegiatan Niaga dan Pemasaran Kuprik
8	12 Maret 2025	8 Jam	Mendata dan menyambut kehadiran peserta asisten manajer dalam workshop <i>electrifying agricultur</i> serta mempacking berkas legalisasi dan mengirimkan kepada PLN wilayah Papua&Papua Barat

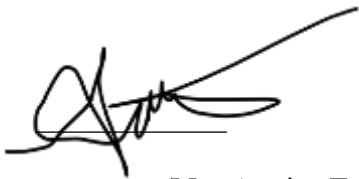
9	13 Maret 2025	8 Jam	Monitoring dan Merekap data Pemakaian KWH SPBKLU ,SPKLU
10	14 Maret 2025	8 Jam	Mengupdate titik koordinat lokasi daerah kurik
11	17 Maret 2025	8 Jam	Merekap data nilai rupiah tagihan 2024 dan 2025.
12	18 Maret 2024	8 Jam	Meng-update laporan kegiatan pemasaran

13	19 Maret 2024	8 Jam	Mengambil perlengkapan kabel di gudang PLTD untuk keperluan SPKLU
14	20 Maret 2024	8 Jam	Memeriksa dan menangani kontrak rincian terkait pengelolaan pelanggan tegangan rendah (pasang baru), perubahan daya dari berbagai vendor dan mengikuti dalam pemasangan SPKLU
15	21 Maret 2024	8 Jam	Mengolah data dengan memperbarui titik koordinat Lokasi Kurik
16	24 Maret 2024	8 Jam	Monitoring daftar tunggu
17	25 Maret 2024	8 Jam	Analisis laporan penjualan berdasarkan daya, kwh, dan pelanggan bulan maret
18	26 Maret 2024	8 Jam	Mengikuti sosialisasi promotion grade dan menangani kontrak yang masuk dari vendor
19	27 Maret 2024	8 Jam	Libur cuti hari raya
20.	28 Maret 2024	8 Jam	Libur cuti hari raya

Catatan dari supervisor:

Kinerja baik dan mampu menangani berbagai tugas dengan baik dan benar, tingkatkan ketelitian dalam mengerjakan tugas-tugas, terus semangat dan jangan ragu dalam meminta bantuan jika kesulitan.

Merauke, 07 Maret 2025



(Nur Annisa Triswati)



(Imam AlHakim)

DAFTAR HADIR MAGANG
Bulan/Tahun: Mei 2025

Nama Instansi : PT PLN UP3 MERAUKE

Nama Mahasiswa : Nur Annisa Triswati

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	01 Mei 2025	-	Libur Nasional Hari Buruh
2	02 Mei 2025	8 jam	Merekap Pemakaian SPKLU, SPBKLU dan mengarsip kontrak Tagihan vendor
3	05 Mei 2025	8 Jam	Mengesahkan Tagihan listrik 16 Satker dan melakukan pengeditan Legalisasi
4	06 Mei 2025	8 jam	Mencetak lampiran legalisasi dan mengajukan tanda tangan
5	07 Mei 2025	8 jam	Mengirim tagihan legalisasi kepada SATKER di Merrauke dan merekap data pelanggan `multiguna
6	08 Mei 2025	8 jam	Memperbarui Titik Koordinat Lokasi kuprik dan Mengikuti zoom program loyalitas gelegar PLN Mobile
7	09 Mei 2025	8 jam	Senam pagi, Mengambil Tagihan legalisasi, memperbaiki kontrak
8	12 Mei 2025	8 Jam	Pengecekan stock kabel di Gudang untuk keperluan kabupaten kepi, dan Mengambil tagihan Listrik (Legalisasi) yang sudah ditandatangani SATKER
9	13 Mei 2025	8 Jam	Mempacking dan Mengirim dokumen legalisasi
10	16 Mei 2025	7 Jam	Membantu pengambilan Gambar dan persiapan acara penyerahan SK, memproses Tagihan vendor
11	19 Mei 2025	8 Jam	Memproses Pengecekan tagihan vendor , dan mempromosikan promo tambah daya door to door

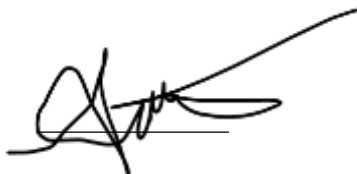
12	20 Mei 2025	8 Jam	Mencari target untuk diwawancara sebagai testimoni Pelanggan promo tambah dayaPLN mobile
13	21 Mei 2025	8 Jam	Monitoring Daftar Tunggu dan mengambil Pesanaan

			meteran di bandara
14	22 Mei 2025	8 Jam	Membantu Membuat Amandemen Kontrak Tagihan
15	23 F Mei 2025	8 Jam	Mengikuti Meeting Interal Bidang dan meeting bersama PT GAP pembahasan MOU Penyambungan Baru
16	26 Mei 2025	8 Jam	Mengelola data dengan merekap data multiguna , dan monitoring PLN mobile
17	27 Mei 2025	8 Jam	Laporan kegiatan Pada system CRM , monitoring PLN mobile
18	28 Mei 2025	8 Jam	Membagikan brosur gebyar PLN , membuat surat penerima bantuan Pasang baru BPBL
19	29 Mei 2025	-	Libur Kenaikan Isa Al masih
20.	30 Mei 2025	-	Cuti Bersama Kenaikan Isa Al masih
21	31 Mei 2025	-	Hari sabtu

Catatan dari supervisor:

Tidak ada catatan , Mahasiswi telah Mengumpulkan keperluan Tugas Akhir , semua tugas dilaksanakan dengan baik semoga sukses.

Merauke, 31 Mei 2025



(Nur Annisa Triswati)



(Sultan Salahudin)

DAFTAR HADIR MAGANG
Bulan/Tahun: Mei 2025

Nama Instansi : PT.PLN UP3 MERAUKE

Nama Mahasiswa : Nur Annisa Triswati

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	01 Mei 2025	-	Libur Nasional Hari Buruh
2	02 Mei 2025	8 jam	Merekap Pemakaian SPKLU, SPBKLK dan mengarsip kontrak Tagihan vendor
3	05 Mei 2025	8 Jam	Mengesahkan Tagihan listrik 16 Satker dan melakukan pengeditan Legalisasi
4	06 Mei 2025	8 jam	Mencetak lampiran legalisasi dan mengajukan tanda tangan
5	07 Mei 2025	8 jam	Mengirim tagihan legalisasi kepada SATKER di Merrauke dan merekap data pelanggan `multiguna
6	08 Mei 2025	8 jam	Memperbarui Titik Koordinat Lokasi kuprik dan Mengikuti zoom program loyalitas gelegar PLN Mobile
7	09 Mei 2025	8 jam	Senam pagi,Mengambil Tagihan legalisasi, memperbaiki kontrak
8	12 Mei 2025	8 Jam	Pengecekan stock kabel di Gudang untuk keperluan kabupaten kepi, dan Mengambil tagihan Listrik (Legalisasi) yang sudah ditandatangani SATKER
9	13 Mei 2025	8 Jam	Mempacking dan Mengirim dokumen legalisasi
10	16 Mei 2025	7 Jam	Membantu pengambilan Gambar dan persiapan acara penyerahan SK, memproses Tagihan vendor
11	19 Mei 2025	8 Jam	Memproses Pengecekan tagihan vendor , dan mempromosikan promo tambah daya door to door
12	20 Mei 2025	8 Jam	Mencari target untuk diwawancara sebagai testimoni Pelanggan promo tambah dayaPLN mobile

13	21 Mei 2025	8 Jam	Monitoring Daftar Tunggu dan mengambil Pesanaan meteran di bandara
14	22 Mei 2025	8 Jam	Membantu Membuat Amandemen Kontrak Tagihan
15	23 F Mei 2025	8 Jam	Mengikuti Meeting Interal Bidang dan meeting bersama PT GAP pembahasan MOU Penyambungan Baru
16	26 Mei 2025	8 Jam	Mengelola data dengan merekap data multiguna , dan monitoring PLN mobile
17	27 Mei 2025	8 Jam	Laporan kegiatan Pada system CRM , monitoring PLN mobile
18	28 Mei 2025	8 Jam	Membagikan brosur gebyar PLN , membuat surat penerima bantuan Pasang baru BPBL
19	29 Mei 2025	-	Libur Kenaikan Isa Al masih
20.	30 Mei 2025	-	Cuti Bersama Kenaikan Isa Al masih
21	31 Mei 2025	-	Hari sabtu

Catatan dari supervisor:

Tidak ada catatan , Mahasiswi telah Mengumpulkan keperluan Tugas Akhir , semua tugas dilaksanakan dengan baik semoga sukses. -

Merauke, 31 Mei 2025



(Nur Annisa Triswati)



(Sultan Salahudin)

Lampiran 3 Dokumentasi Foto Magang



