

Efektivitas Digitalisasi Pemasaran Melalui Aplikasi PLN Mobile Dalam Menekan Biaya Operasional Pelayanan Pelanggan

[Effectiveness of Marketing Digitalization Through the PLN Mobile Application in Reduce Customer Service Operational Costs]

Fatimah Azzahra^{1)*}, Nanda Dwipratiwi Ladila²⁾, Nila Rahayu³⁾

S1 Manajemen, Universitas Mataram

fatimmazzahraa@gmail.com (corresponding)

ABSTRAK

PT PLN (Persero) melakukan transformasi digital melalui aplikasi PLN Mobile untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi operasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas digitalisasi pemasaran melalui PLN Mobile dalam menekan biaya operasional pelayanan pelanggan. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling*, meliputi supervisor serta karyawan bagian pemasaran, keuangan, dan pelayanan pelanggan. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PLN Mobile sebagai media pemasaran digital dan layanan pelanggan yang terintegrasi. Aplikasi ini memudahkan pelanggan mengakses berbagai layanan kelistrikan sekaligus meningkatkan efisiensi operasional, terutama melalui pengurangan biaya tenaga kerja akibat meningkatnya penggunaan layanan digital.

Kata kunci: Digitalisasi pemasaran; PLN Mobile; biaya operasional; pelayanan pelanggan; transformasi digital.

ABSTRACT

PT PLN (Persero) is conducting a digital transformation through the PLN Mobile application to improve service quality and operational efficiency. This study aims to analyze the effectiveness of digital marketing through PLN Mobile in reducing customer service operational costs. The study used a descriptive qualitative method with observation, interviews, and documentation techniques. Informants were selected using a purposive sampling technique, including supervisors and employees in the marketing, finance, and customer service departments. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The results show that PLN Mobile is an integrated digital marketing and customer service medium. This application makes it easier for customers to access various electricity services while increasing operational efficiency, especially through reduced labor costs due to the increased use of digital services.

Keywords: Marketing digitalization; PLN Mobile; operational costs; customer service; digital transformation.

PENDAHULUAN

Penerapan transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Transformasi digital merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan layanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Perkembangan teknologi telah mendorong perusahaan untuk melakukan digitalisasi layanan guna meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pelayanan kepada

pelanggan. Transformasi tersebut ditandai dengan pergeseran layanan konvensional menuju layanan berbasis aplikasi digital yang memungkinkan pelanggan memperoleh layanan secara cepat, mudah, dan fleksibel (Ahzahro, 2023).

Perusahaan dituntut untuk menerapkan prinsip *operational excellence* dalam menghadapi era digital, yaitu kemampuan organisasi dalam menjalankan prinsip bisnis secara efektif, efisien, dan berorientasi pada peningkatan nilai bagi pelanggan. Salah satu bentuk penerapan prinsip tersebut adalah melalui digitalisasi layanan pelanggan. Digitalisasi memungkinkan Perusahaan mengurangi proses manual, mempercepat aliran informasi, serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya, sehingga biaya operasional dapat ditekan. Digitalisasi melalui aplikasi mobile mampu meningkatkan efisiensi distribusi informasi, pengelolaan data pelanggan, dan kualitas pelayanan sehingga Perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih responsive kepada pelanggan (Rohamatan & Widodo, 2024).

PT PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia tenaga Listrik nasional turut melakukan transformasi digital melalui pengembangan aplikasi PLN Mobile. Aplikasi ini merupakan platform layanan terintegrasi yang memungkinkan pelanggan melakukan berbagai aktivitas kelistrikan seperti pembayaran tagihan, pembelian token Listrik, pengajuan pasang baru, perubahan daya, hingga pelaporan gangguan secara daring. Kehadiran PLN Mobile menjadi bagian dari upaya PLN dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap layanan tatap muka yang selama ini membutuhkan biaya operasional relative besar. Implementasi PLN Mobile bertujuan meningkatkan jangkauan konsumen dan menyediakan berbagai layanan kelistrikan secara digital sehingga pelanggan tidak lagi bergantung pada kantor pelayanan fisik (Ahzahro, 2023).

Sebelum adanya digitalisasi, Sebagian besar pelayanan pelanggan PLN dilakukab melalui kantor pelayanan atau loket fisik. Sistem pelayanan konvensional tersebut memerlukan biaya administrasi, biaya distribusi informasi, serta biaya tenaga kerja yang cukup besar. Selain itu, pelanggan harus meluangkan waktu untuk datang langsung ke kantor PLN sehingga proses pelayanan menjadi kurang efisien. Digitalisasi melalui PLN Mobile mampu meningkatkan efisiensi proses bisnis dengan mengurangi kesalahan administrasi, mempercepat alur pelayanan, dan meningkatkan transparansi informasi kepada pelanggan (Pandra & Putra, 2025).

Di sisi lain, digitalisasi juga berperan sebagai strategi pemasaran modern yang memungkinkan perusahaan menjangkau pelanggan secara lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional. Pemanfaatan platform digital dalam konsep marketing 4.0 memungkinkan perusahaan mengintegrasikan komunikasi, pemasaran, pelayanan dan interaksi pelanggan dalam suatu sistem yang lebih efektif dan efisien (Putri & Hudrasyah, 2022). Dengan memanfaatkan platform digital, berbagai informasi layanan, promosi, maupun program perusahaan dapat disampaikan secara langsung kepada pelanggan, tanpa memerlukan media cetak atau kegiatan pemersatu tatap muka yang memerlukan biaya lebih besar.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa implementasi PLN Mobile memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hamzah dan Irawan (2023) meneliti kepuasan pengguna PLN Mobile berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan menemukan bahwa kemudahan penggunaan serta manfaat aplikasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, Rohmatan dan Widodo (2024) mengkaji implementasi digital marketing melalui PLN Mobile dan menemukan bahwa aplikasi tersebut mampu meningkatkan efektivitas pelayanan pelanggan. Penelitian lain oleh Pandra dan Putra (2025) berfokus pada peningkatan efisiensi proses bisnis melalui penerapan PLN Mobile. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih lebih banyak menyoroti aspek kualitas layanan, kepuasan pelanggan, penerimaan teknologi, dan efisiensi proses bisnis. Kajian yang secara khusus menganalisis bagaimana digitalisasi pemasaran melalui PLN Mobile berkontribusi terhadap penurunan biaya operasional pelayanan pelanggan, terutama dari aspek pengurangan biaya administrasi, biaya transaksi, dan optimalisasi sumber daya manusia, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis efektivitas digitalisasi pemasaran melalui aplikasi PLN Mobile dalam menekan biaya operasional pelayanan pelanggan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai manfaat ekonomi yang dihasilkan dari transformasi digital PT PLN (Persero).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana melalui proses atau peristiwa penjelas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan suatu kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut (Yuliani, 2018). Pendekatan ini bertujuan untuk memahami efektivitas digitalisasi pemasaran melalui aplikasi PLN Mobile dalam menekan biaya operasional pelayanan pelanggan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati proses pelayanan dan pemanfaatan aplikasi PLN Mobile dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan, sedangkan wawancara mendalam dilakukan kepada informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait implementasi aplikasi tersebut. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui berbagai dokumen, laporan, arsip, dan sumber informasi lain yang relevan. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sumber data berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2015). Dalam hal ini yang menjadi fokus utamanya, yaitu karyawan bagian pelayanan pelanggan, pemasaran, keuangan, dan supervisor. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi untuk memastikan keabsahan dan ketepatan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum PLN Mobile

PLN Mobile merupakan salah satu inovasi digital yang dikembangkan oleh PT PLN (Persero) sebagai bagian dari program transformasi digital perusahaan yang berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. Aplikasi ini dirancang sebagai layanan *mobile customer self-service* yang memungkinkan pelanggan mengakses berbagai layanan kelistrikan secara mandiri melalui perangkat seluler. PLN Mobile merupakan aplikasi yang terintegrasi dari Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) serta Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T), sehingga mampu menghubungkan berbagai layanan pelanggan dalam satu platform digital yang terintegrasi. Selain itu, aplikasi ini menjadi bentuk sinergi layanan PLN yang sebelumnya tersebar pada berbagai kanal seperti PLN 123, website, Facebook, dan Twitter (Hamzah & Irawan, 2023).

Pada tahap awal pengembangannya, PLN Mobile hanya menyediakan layanan dasar seperti pembelian token listrik, pembayaran tagihan listrik, penyampaian pengaduan gangguan, serta penyediaan informasi pelanggan. Namun, seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan dan perkembangan teknologi digital, aplikasi ini terus mengalami penyempurnaan fitur serta menambahkan berbagai layanan baru sejak aplikasi diluncurkan sebagai bagian dari program transformasi perusahaan yang berfokus pada pelanggan (*customer focus*). PLN Mobile berkembang menjadi platform layanan terpadu (*one-stop service platform*) yang tidak hanya melayani kebutuhan transaksi kelistrikan, tetapi juga berbagai layanan tambahan seperti permohonan pasang baru, perubahan daya, penyambungan sementara, pelacakan pengaduan secara *real-time*, layanan kendaraan listrik, informasi Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU), hingga layanan internet melalui Iconnet. Perkembangan fitur ini menunjukkan adanya perubahan paradigma pelayanan dari sistem yang sebelumnya mengandalkan interaksi tatap muka menuju pelayanan berbasis digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja (Saing & Suryanto, 2024).

Keberhasilan transformasi PLN Mobile dapat dilihat dari tingkat adopsi pengguna yang terus meningkat. Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu karyawan dari divisi niaga dan pemasaran, mengatakan bahwa hingga Mei 2026 aplikasi PLN Mobile telah diunduh oleh lebih dari 1 juta pengguna untuk Wilayah NTB. Kemudian, di tahun 2025 mencapai lebih dari 50 juta pengguna untuk seluruh Indonesia, dengan tingkat penilaian pengguna mencapai 4,8 dari skala 5 pada platform distribusi aplikasi digital (Nisrina, 2026). Tingginya angka unduhan dan rating tersebut menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile telah diterima dengan baik oleh masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap layanan kelistrikan yang cepat, mudah, dan praktis.

Analisis Efektivitas Pemasaran

Sebagai media pemasaran digital, efektivitas PLN Mobile tidak hanya dapat dilihat dari tingkat penggunaan aplikasi atau kepuasan pelanggan, tetapi juga dari kemampuannya mengarahkan pelanggan untuk melakukan transaksi layanan secara mandiri melalui kanal digital. Melalui integrasi berbagai layanan dalam satu aplikasi, PLN Mobile mampu menyederhanakan proses pencarian informasi, pengajuan layanan, hingga pemantauan status permohonan secara real time. Kondisi ini menjadikan aplikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan promosi, tetapi juga sebagai media konversi layanan yang mendorong pelanggan untuk langsung melakukan transaksi. Dalam konteks tersebut, layanan pasang baru dan perubahan daya menjadi contoh yang relevan untuk menggambarkan bagaimana digitalisasi melalui PLN Mobile mendukung efektivitas pemasaran sekaligus meningkatkan kemudahan akses layanan bagi pelanggan (Rosmalina & Nabilah, 2025).

Digitalisasi layanan pasang baru dan perubahan daya melalui PLN Mobile merupakan salah satu bentuk transformasi pemasaran jasa yang dilakukan oleh PT PLN (Persero). Sebelum hadirnya PLN Mobile, pelanggan harus mengunjungi kantor pelayanan untuk mengajukan pemasangan baru maupun perubahan daya, sedangkan saat ini proses tersebut dapat dilakukan secara mandiri melalui aplikasi (Saing & Suryanto, 2024). Efektivitas digitalisasi layanan pasang baru dan perubahan daya dapat dilihat dari kemampuan aplikasi dalam menyediakan informasi dan simulasi biaya secara cepat dan akurat. Penelitian Rosmalina & Nabilah menemukan bahwa sistem simulasi biaya pada PLN Mobile efektif dalam menyampaikan informasi yang relevan kepada pelanggan, khususnya pada layanan pasang baru dan perubahan daya (Rosmalina & Nabilah, 2025). Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kedua layanan tersebut termasuk fitur yang paling banyak dimanfaatkan pengguna karena membantu pelanggan memperoleh estimasi biaya dan informasi layanan secara mandiri sebelum melakukan pengajuan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Executive Information System (EIS) tahun 2025, tercatat lebih dari 40.000 pelanggan di wilayah kerja PT PLN (Persero) UP3 Mataram melakukan pengajuan layanan pasang baru dan perubahan daya melalui aplikasi PLN Mobile. Data tersebut menunjukkan bahwa PLN Mobile tidak hanya berfungsi sebagai sarana pelayanan pelanggan, tetapi juga sebagai media pemasaran digital yang efektif dalam mendorong penggunaan layanan kelistrikan. Tingginya jumlah transaksi yang dilakukan melalui aplikasi mencerminkan keberhasilan strategi digitalisasi yang diterapkan PLN dalam memperluas jangkauan layanan, meningkatkan aksesibilitas pelanggan, serta mengurangi ketergantungan terhadap proses pelayanan secara konvensional. Dengan demikian, PLN Mobile berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi pelayanan sekaligus mendukung upaya penekanan biaya operasional perusahaan.

Analisis Penekanan Biaya Operasional

Implementasi PLN Mobile memberikan dampak terhadap penurunan biaya operasional perusahaan, khususnya pada komponen biaya tenaga kerja. Sebelum layanan digital diterapkan secara optimal, PLN membutuhkan tenaga alih daya (outsourcing) yang ditempatkan pada berbagai unit pelayanan untuk membantu melayani kebutuhan pelanggan secara langsung. Namun, dengan semakin banyaknya pelanggan yang memanfaatkan PLN Mobile untuk melakukan transaksi dan memperoleh layanan secara mandiri, kebutuhan akan tenaga alih daya pada unit pelayanan menjadi berkurang. Pengurangan jumlah tenaga alih daya tersebut berdampak pada penurunan biaya personalia yang meliputi biaya upah, insentif, dan biaya operasional lainnya yang terkait dengan tenaga kerja. Efisiensi biaya tersebut kemudian memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya ke kebutuhan operasional lain yang lebih strategis. Dengan demikian, digitalisasi layanan melalui PLN Mobile tidak hanya meningkatkan kemudahan akses bagi pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap efisiensi biaya operasional melalui optimalisasi penggunaan sumber daya manusia.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi digitalisasi pemasaran melalui aplikasi PLN Mobile terbukti efektif dalam mendukung peningkatan kualitas pelayanan

pelanggan sekaligus menekan biaya operasional pada PT PLN (Persero). PLN Mobile telah berkembang menjadi platform layanan digital terintegrasi yang memungkinkan pelanggan mengakses berbagai layanan kelistrikan secara mandiri, seperti pembayaran tagihan, pembelian token listrik, pengajuan pasang baru, perubahan daya, dan pelaporan gangguan tanpa harus datang ke kantor pelayanan. Tingginya tingkat adopsi pengguna menunjukkan bahwa aplikasi ini telah diterima dengan baik oleh masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan akan layanan yang cepat, mudah, dan praktis.

Dari aspek efektivitas pemasaran, PLN Mobile berhasil menjalankan fungsi sebagai media komunikasi, promosi, sekaligus transaksi layanan digital. Digitalisasi layanan pasang baru dan perubahan daya memudahkan pelanggan memperoleh informasi, melakukan simulasi biaya, serta mengajukan layanan secara mandiri melalui aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa PLN Mobile tidak hanya meningkatkan aksesibilitas layanan, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran perusahaan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Selain itu, implementasi PLN Mobile memberikan kontribusi terhadap penekanan biaya operasional perusahaan, khususnya pada komponen biaya tenaga kerja. Berkurangnya kebutuhan tenaga alih daya pada unit pelayanan pelanggan akibat meningkatnya penggunaan layanan digital menunjukkan bahwa transformasi digital mampu mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia dan mengurangi biaya personalia. Efisiensi tersebut memungkinkan perusahaan mengalokasikan sumber daya pada kegiatan yang lebih strategis untuk mendukung peningkatan kinerja dan kualitas pelayanan. Dengan demikian, PLN Mobile tidak hanya berperan sebagai sarana digitalisasi layanan dan pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen yang mendukung terciptanya efisiensi operasional dan penerapan prinsip *operational excellence* di lingkungan PT PLN (Persero).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, PT PLN (Persero) disarankan untuk terus mengembangkan aplikasi PLN Mobile melalui peningkatan kualitas sistem, penambahan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta penguatan keamanan dan stabilitas aplikasi agar pengalaman pengguna semakin optimal. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, khususnya bagi pelanggan yang masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital, sehingga pemanfaatan layanan digital dapat semakin luas dan merata. Dari sisi operasional, PLN juga diharapkan terus mengoptimalkan digitalisasi layanan untuk meningkatkan efisiensi biaya, tidak hanya pada aspek biaya tenaga kerja, tetapi juga biaya administrasi, penggunaan dokumen fisik, dan proses koordinasi pelayanan. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) dengan memanfaatkan data keuangan perusahaan, seperti persentase penurunan biaya operasional, biaya administrasi, dan biaya tenaga kerja, serta memperluas lokasi penelitian pada beberapa unit kerja PT PLN (Persero) agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahzahro, R. S. (2023). Strategi Peningkatan Penggunaan Inovasi Digital PLN Mobile oleh Konsumen Unit Layanan Pelanggan Tulung Kabupaten Klaten dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *01(06)*, 116–136.
- Hamzah, A., & Irawan, D. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Pln Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 5(2), 214–227.
- Nisrina, N. (2026). PLN Mobile Raih Penghargaan Service Excellent di Indonesia Rising Stars Awards 2026. *METRO TV Knowledge to Elevate*. <https://www.metrotvnews.com/play/kewCjLB3-pln-mobile-raih-penghargaan-service-excellent-di-indonesia-rising-stars-awards-2026>
- Pandra, Y., & Putra, I. S. (2025). Penerapan Business Process Model and Notation dalam Meningkatkan Efisiensi Proses Bisnis Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 3(4), 212–221.
- Putri, D. M. B., & Hudrasyah, H. (2022). Aplikasi My Len Untuk Menghubungkan Branding, Komunikasi Pemasaran, dan Penjualan dalam Satu Platform Digital Terintegrasi di PT Len

- Pesero. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 2(01), 184–195.
- Rohamatan, I., & Widodo, S. (2024). Application of Digital Marketing Implementation of Perusahaan Listrik Negara (PLN) Mobile to Improve Customer Service at the Bukittinggi Customer Service Unit. *Sinergi International Journal of Economics*, 2(4), 207–215.
- Rosmalina, & Nabilah, T. T. (2025). Analisis Kinerja Sistem Informasi Simulasi Biaya Pasang Baru, Perubahan Daya, Pasang Sementara Pada Aplikasi Pln Mobile Di Pt. Pln (Persero) Rayon Majalaya. *J-SIKA, Jurnal Sistem Informasi*, 07(01), 1–12.
- Saing, D., & Suryanto, S. (2024). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Aksesibilitas Aplikasi Pln Mobile : Sebuah Telaah Literatur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4514–4522.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Sugiyono* (pp. 47–281).
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2(2), 1–10.