

**PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI
SUMATERA SELATAN, JAMBI
DAN BENGKULU**



Tesis Oleh:

OZZY RAMADHANA

01012682327019

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Magister Manajemen

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI
SUMATERA SELATAN, JAMBI DAN BENGKULU

Disusun oleh:

Nama : Ozzy Ramadhana
NIM : 01012682327019
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

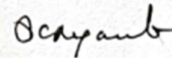
Pembimbing I



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

Tanggal : 19 Juni 2025

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

Tanggal : 19 Juni 2025

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS
PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI
SUMATERA SELATAN, JAMBI DAN BENGKULU

Disusun oleh:

Nama : Ozzy Ramadhana
NIM : 01012682327019
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 Juli 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

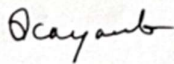
Palembang, Juli 2025
Panitia Ujian Komprehensif

Pembimbing I



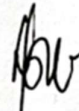
Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

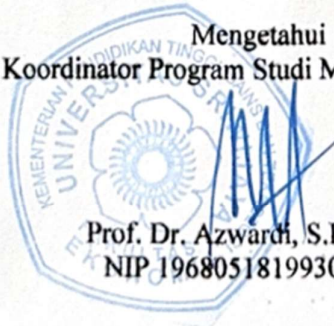
Penguji



Dr. Muizzuddin, S.E., M.M.
NIP 198711212014041001

Mengetahui

Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ozzy Ramadhana
NIM : 01012682327019
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul:

Pengaruh Transformasi Layanan Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi Dan Bengkulu

Pembimbing:

Pembimbing I : Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
Tanggal Ujian : 14 Juli 2025

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, Juli 2025

Pembuat Pernyataan



Ozzy Ramadhana

NIM 01012682327019

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **“Pengaruh Transformasi Layanan Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi Dan Bengkulu.”** Tesis ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas akademik dalam menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu. Subjek penelitian mencakup pelanggan yang telah memanfaatkan digitalisasi layanan, dengan metode pemilihan responden menggunakan teknik purposive sampling. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa baik transformasi layanan digital maupun kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan ini, sehingga saran dan masukan yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan guna penyempurnaan di kemudian hari.

Palembang, Juli 2025

Penulis



Ozzy Rafnadhana

NIM 01012682327019

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi selama proses penyusunan tesis ini hingga akhirnya dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tanpa doa, dorongan, dan kontribusi dari berbagai pihak, karya ilmiah ini tidak akan dapat terselesaikan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I juga selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan sekaligus Plt Koordinator Program Studi Magister Manajemen.
2. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan sangat baik dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Ibu Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
4. Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya atas ilmu, wawasan dan diskusinya selama perkuliahan.
5. Bapak Adhi Herlambang S.T., M.T., M.S.M., I.P.M., selaku General Manajer PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu yang telah memberikan penulis kesempatan untuk menimba ilmu yang lebih tinggi.

6. Ibu Ramadina Fitri S.E. Istriku tercinta dan juga anak-anak ku tersayang, Harraz Zahran Ramadhana dan Hayfa Mizia Ramadhana yang telah memberikan penulis ruang untuk mengikuti perkuliahan.
7. Keluarga besar Darman CZ (Alm) dan malaikat tak bersayap, Ibu Suhermi Syukur, Ibunda tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.
8. Keluarga besar H. Nasruhsjah, S.E., M.M. dan Hj. Herny Mochtar, S.E. yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama ini.
9. PT PLN (Persero) yang telah memberikan kesempatan penulis untuk tumbuh dan berkembang dengan menempuh pendidikan di Magister Manajemen di Universitas Sriwijaya.
10. Seluruh keluarga besar PLN UID S2JB Bidang Niaga dan Manajemen Pelanggan serta Unit Layanan Pelanggan Mariana yang ikut membantu dalam menjalankan perkuliahan selama ini.

Palembang, Juli 2025
Penulis



Ozzy Ramadhana
NIM 01012682327019

ABSTRAK

PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI SUMATERA SELATAN, JAMBI DAN BENGKULU

Oleh:

Ozzy Ramadhana

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kausal karena bertujuan untuk meneliti hubungan antara variabel independen transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan melibatkan 100 responden pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi PLN Mobile. Pengumpulan datanya menggunakan kuisioner skala likert dan dianalisis menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciencesskala*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu. Implikasi penelitian ini sebagai masukan untuk PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu adalah variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel transformasi digital. Untuk itu, PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu perlu memprioritaskan penguatan aspek-aspek inti dalam kualitas pelayanan.

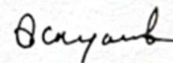
Kata Kunci: Transformasi Layanan Digital, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pembimbing I



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

Mengetahui

Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

ABSTRACT

THE IMPACT OF DIGITAL SERVICE TRANSFORMATION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT PLN (PERSERO) HEAD UNIT OF SOUTH SUMATRA, JAMBI, AND BENGKULU

By:

Ozzy Ramadhana

This study aims to examine the influence of digital service transformation and service quality on customer satisfaction at PT PLN (Persero) Head Unit Of South Sumatra, Jambi, And Bengkulu. The research design is causal in nature, as it seeks to explore the relationship between the independent variables—digital service transformation and service quality—and customer satisfaction. The study involved 100 respondents who have used the PLN Mobile. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The results show that both digital service transformation and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT PLN (Persero) Head Unit Of South Sumatra, Jambi, And Bengkulu. The implication of this research suggests that service quality has a greater influence on customer satisfaction compared to digital transformation. Therefore, PT PLN (Persero) Head Unit Of South Sumatra, Jambi, And Bengkulu should prioritize strengthening the core aspects of service quality.

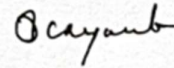
Keywords: *Digital Service Transformation, Service Quality, Customer Satisfaction*

Advisor I



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

Advisor II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

Known by,

Act. Coordinator of Master of Management Study Program



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak Tesis dalam bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Ozzy Ramadhana
NIM : 01012682327019
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Transformasi Layanan Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi Dan Bengkulu

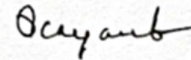
Telah kami periksa tata cara penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing I



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.
NIP 196805181993031003

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
NIDK 8906960023

RIWAYAT HIDUP

Nama : Ozzy Ramadhana
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat / Tanggal Lahir : Padang / 23 Maret 1993
Agama : Islam
Status : K/2
Alamat : Komp Permata Griya No E7, Palembang
Email : ozzy.ramadhana@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SDN 21 Jati Utara Padang
SLTP : SMPN 5 Padang
SLTA : SMAN 4 Padang
S-1 : Universitas Andalas

Riwayat Pekerjaan

1. Staff Pelayanan & Administrasi PT PLN (Persero) Rayon Lubuk Alung
2. Staff Keuangan dan Akuntansi PT PLN (Persero) Area Padang
3. Supervisor Administrasi & Umum PT PLN (Persero) Area Solok
4. Officer Pengelolaan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu
5. Assistant Manager Digital Service & Customer Experience PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu
6. Manajer Unit Layanan PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Mariana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	x
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Praktis	17
1.4.2 Manfaat Teoritis	17
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	19
2.1.2 Transformasi Layanan Digital	22
2.1.3 Kualitas Pelayanan	24
2.2 Hubungan Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis	32
2.2.1 Pengaruh Transformasi Layanan Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32

2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	34
2.5 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.3 Jenis Dan Sumber Data	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.4.1 Sampel Penelitian.....	40
3.4.2 Sampel Penelitian.....	40
3.5 Metode Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.7 Analisis Data Penelitian	42
3.7.1 Metode Transformasi Data	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	43
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	44
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	44
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.7.4 Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	45
3.8 Uji Hipotesis	46
3.8.1 Uji F	46
3.8.2 Uji t.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1. Tentang PT PLN (Persero).....	48
4.1.2. Visi dan Misi PT PLN (Persero).....	49

4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	50
4.2.1. Hasil Uji Validitas	50
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	51
4.3. Gambaran Profil Responden Penelitian	52
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	54
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Transformasi Layanan Digital (X1)	54
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)...	56
4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ..	58
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	60
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas	62
4.5.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	62
4.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R²)	64
4.8. Uji Hipotesis	65
4.8.1. Hasil Uji F	65
4.8.2. Hasil Uji t	66
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.9.1. Pengaruh Transformasi Layanan Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.9.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	75
5.2.1 Saran Praktis	77
5.2.2 Saran Teoritis	77
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pertumbuhan Rata-Rata Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero) Per Tahun Se Indonesia.....	3
Tabel 1.2. Jumlah Pelanggan Per Kelompok Pelanggan PT PLN (Persero) Tahun 2015-2023 Se-Indonesia	3
Tabel 1.3. Jumlah Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu Tahun 2023	4
Tabel 1.4. Jumlah Pengguna PLN Mobile Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu Tahun 2021-2023	9
Tabel 3.1. Tabel Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2. Interpretasi Koefisien Korelasi (r).....	42
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3. Profil Responden Penelitian.....	52
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Pada Variabel Transformasi Layanan Digital (X1).....	55
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	56
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2)	64
Tabel 4.11. Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.12. Hasil Uji t.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tampilan Menu Aplikasi PLN Mobile	8
Gambar 1.2. Rekap Pintu Layanan Laporan Keluhan Pelanggan Tahun 2023	11
Gambar 1.3. Rekap Jenis Layanan Laporan Keluhan Pelanggan Tahun 2023	12
Gambar 1.3. Nilai Indeks Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan Tahun 2022- 2024	13
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	35
Gambar 4.1. Grafik Histogram	60
Gambar 4.2. Normal Probability Plot	61
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian.....	84
Lampiran 2. Profil Responden Penelitian	88
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden Penelitian.....	89
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 5. Hasil Analisis Penelitian	97
Lampiran 6. Ringkasan Penelitian Terdahulu	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan suatu bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya yang paling krusial adalah Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat, bekerja, dan memberikan kontribusi terhadap perusahaan guna mempengaruhi perkembangan usaha tersebut. Terutama dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Dalam dunia bisnis, seluruh perusahaan dituntut untuk meningkatkan efisiensi operasional agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya meskipun menghadapi banyak pesaing baru. Ketatnya persaingan ini disebabkan oleh kemajuan teknologi yang pesat. Saat ini, Indonesia tengah memasuki era Revolusi Industri 4.0, yang ditandai dengan munculnya berbagai teknologi baru serta perubahan dalam kehidupan dan pola kerja masyarakat, seperti karyawan yang memanfaatkan Internet untuk melaksanakan tugasnya secara optimal (Pertiwi, 2024).

Dalam menghadapi digitalisasi, setiap perusahaan perlu mengembangkan keterampilan sumber daya manusianya agar mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan kebutuhan bisnis serta tidak tertinggal zaman. Era digitalisasi yang terus berkembang menuntut pemanfaatan teknologi informasi sebagai kewajiban untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas di berbagai sektor kerja, termasuk sektor pelayanan. Kehadiran aplikasi digital menjadi solusi dalam memperbaiki proses bisnis sekaligus meningkatkan kinerja perusahaan (Choirinisa & Ikhwan, 2022).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan oleh konsumen setelah mengalami kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Pelanggan yang merasa puas akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci dalam menciptakan loyalitas, karena pelanggan yang puas cenderung menunjukkan kesetiaan. Kepuasan tersebut muncul apabila pelanggan memberikan penilaian positif terhadap pengalaman transaksi yang dialaminya. Hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan akan menciptakan kepuasan yang berdampak pada rasa puas pelanggan serta mendorong mereka memberikan tanggapan positif terhadap perusahaan dan produk perusahaan kepada pihak lain (Sembiring & Suharyono, 2014).

PT PLN (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang kelistrikan yang senantiasa berkomitmen dan berinovasi dalam menjalankan misi besar untuk menerangi dan menggerakkan bangsa. Dengan visi menjadi perusahaan listrik terkemuka di Asia Tenggara, PLN berupaya menjadi pilihan utama pelanggan dalam solusi energi. PLN mengusung agenda transformasi dengan aspirasi Green, Lean, Innovative, dan Customer Focused demi menyediakan listrik untuk kehidupan yang lebih baik. PLN dapat diakses melalui aplikasi PLN Mobile yang tersedia di PlayStore maupun AppStore (web.pln.co.id, 2024).

Tabel 1.1. Pertumbuhan Rata-Rata Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero) Per Tahun Se Indonesia

Jenis Pelanggan	REPELITA VI *	1999/2003**)	2004/2008	2009/2013	2014/2018	2019/2023
- Rumah Tangga	10,97	3,79	3,73	6,85	5,69	4,30
- Industri	1,62	1,70	0,31	3,18	9,73	18,66
- Bisnis	11,89	9,16	5,67	7,14	9,20	5,11
- Lain-lain	8,94	4,48	5,80	5,92	7,39	5,23
Jumlah	10,93	3,99	3,86	6,83	5,90	4,39

*) s.d. akhir tahun 1999
 **) Data meneruskan tahun REPELITA ke VI (1998)

Sumber: web.pln.co.id, 2024

Data pada Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan rata-rata jumlah pada PT PLN (Persero) per tahun dengan 4 pilihan kategori jenis pelanggan yaitu rumah tangga, industri, bisnis dan lain-lain. Pada kategori jenis pelanggan yang paling banyak yaitu pada kategori Bisnis sedangkan pada kategori jenis pelanggan yang paling sedikit yaitu pada kategori Industri. Pada tahun 2019/2023 menunjukkan pertumbuhan rata-rata jumlah pelanggan PT PLN (Persero) sebesar 4,39%.

Tabel 1.2. Jumlah Pelanggan Per Kelompok Pelanggan PT PLN (Persero) Tahun 2015-2023 Se-Indonesia

T a h u n	Rumah Tangga	Industri	Bisnis	Sosial	Gdg. Kantor Pemerintah	Penerangan Jalan Umum	Jumlah	Δ %
2015	56.605.260	63.314	2.894.990	1.261.516	156.782	156.782	61.138.644	6,39
2016	59.243.672	69.629	3.239.764	1.354.010	169.478	205.940	64.282.493	5,14
2017	62.543.434	76.816	3.579.364	1.460.546	182.874	225.249	68.068.283	5,89
2018	66.071.133	88.185	3.750.666	1.559.997	198.113	249.303	71.917.397	5,66
2019	69.619.877	104.922	3.829.553	1.662.926	211.947	276.389	75.705.614	5,27
2020	72.606.681	130.722	4.001.917	1.746.074	218.408	296.231	79.000.033	4,35
2021	75.701.985	159.057	4.300.034	1.838.087	230.577	314.240	82.543.980	4,49
2022	78.327.897	179.553	4.640.585	1.920.615	236.629	330.919	85.636.198	3,75
2023	81.551.348	206.770	4.806.141	1.993.078	242.274	353.667	89.153.278	4,11

Sumber: web.pln.co.id, 2024

Pada Gambar 1.2 menunjukkan jumlah pelanggan per kelompok pelanggan PT PLN (Persero) tahun 2015 s.d 2023 yang mengalami peningkatan di setiap tahunnya dengan kategori rumah tangga, industri, bisnis, sosial, Gedung kantor pemerintah, penerangan jalan umum. Pada tahun 2015 menunjukkan jumlah pelanggan paling rendah yaitu sebesar 61.134.644 namun dengan persentase pertumbuhan tertinggi sebesar 6,39% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2023 menunjukkan jumlah pelanggan paling tinggi yaitu sebesar 89.153.278 dengan persentase pertumbuhan pelanggan sebesar 4,11% dari tahun sebelumnya.

PT PLN (Persero) adalah perusahaan yang menyediakan listrik untuk seluruh masyarakat Indonesia. Saat ini listrik merupakan kebutuhan yang sangat penting karena sebagian besar produk dari rumah tangga hingga industri membutuhkan tenaga listrik. Oleh karena itu, PLN harus mengutamakan kepuasan pelanggan melalui pelayanan terbaik dan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dari pelosok desa hingga kota besar. PT PLN (Persero) terus menyusun strategi dan inovasi terbaru dalam keterlibatan pelanggan dan berusaha untuk lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Tabel 1.3. Jumlah Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu Tahun 2023

Satuan PLN/Provinsi	Rumah Tangga	Industri	Bisnis	Sosial	Gdg. Kantor Pemerintah	Penerangan Jalan Umum	Jumlah	(%)
UID Aceh	1.483.479	4.235	165.516	55.282	12.904	2.944	1.724.360	1,93
UID Sumatera Utara	4.185.942	5.114	159.835	82.040	11.482	18.308	4.462.721	5,01
UID Sumatera Barat	1.446.887	765	192.468	41.426	6.906	4.727	1.693.179	1,90
UID Riau dan Kepulauan Riau	2.230.728	909	209.833	51.743	9.715	6.851	2.509.779	2,82
- Riau	1.936.633	763	179.138	45.086	7.130	5.096	2.173.846	2,44
- Kepulauan Riau	294.095	146	30.695	6.657	2.585	1.755	335.933	0,38
UID Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu	4.041.827	3.736	143.143	82.505	15.746	13.957	4.300.914	4,82
- Sumatera Selatan	2.356.358	2.725	65.486	44.448	7.626	7.962	2.484.605	2,79
- Jambi	1.067.285	829	56.581	25.644	4.837	4.864	1.160.040	1,30
- Bengkulu	618.184	182	21.076	12.413	3.283	1.131	656.269	0,74

Sumber: web.pln.co.id, 2024

Pada Gambar 1.3 menunjukkan jumlah pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu pada tahun 2023 dengan kategori rumah tangga, industri, bisnis, sosial, gedung kantor pemerintah dan penerangan jalan umum. Pada UID Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu menunjukkan jumlah pelanggan sebanyak 4.300.914 pelanggan dengan persentase sebesar 4,82%. Sumatera Selatan menunjukkan jumlah pelanggan sebesar 2.484.602 pelanggan dengan persentase sebesar 2,79%. Jambi menunjukkan jumlah pelanggan sebesar 1.160.040 pelanggan dengan persentase sebesar 1,30%. Pada provinsi Bengkulu menunjukkan jumlah pelanggan sebesar 656.269 pelanggan dengan persentase sebesar 0,74%.

Menurut Vial (2019), transformasi digital merupakan suatu fenomena yang dimaksudkan untuk meningkatkan kepemilikan dengan mendorong perubahan yang berdampak pada karakteristiknya melalui integrasi teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas. Transformasi layanan digital berfokus pada strategi dan pemanfaatan teknologi digital dengan tujuan mengubah operasional bisnis serta meningkatkan layanan kepada pelanggan. Setiap organisasi atau perusahaan kini semakin mengandalkan teknologi guna menjalankan aktivitasnya secara efisien dan memberikan nilai tambah. Transformasi layanan digital ini sangat berperan dalam memperbaiki kualitas pelayanan kepada pelanggan, mengingat pelayanan pelanggan adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan (Muryono, 2022).

Pada masa kini, perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi, telah menjadi sangat kompleks. Teknologi memiliki keterkaitan

yang erat dengan manusia dan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. PT PLN berupaya secara maksimal untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memanfaatkan teknologi informasi terkini guna memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, seperti melalui aplikasi digital. Perkembangan teknologi yang semakin pesat tidak hanya mempermudah pertumbuhan bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menyediakan solusi tepat demi kenyamanan serta kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Pertiwi, 2024).

Implementasi transformasi digital di sektor jasa memberikan dampak yang baik bagi PT PLN, mendukung langkah-langkah dalam penyediaan tenaga listrik bagi seluruh pelanggan. Dalam penerapan layanan digital, informasi, keakuratan data, dan kecepatan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan. Aktivitas layanan pelanggan memanfaatkan digitalisasi dilakukan melalui aplikasi yang dapat diakses melalui telepon seluler. Layanan ini bisa diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja asalkan tersedia jaringan internet. Kehadiran aplikasi ini memudahkan pelanggan sehingga tidak perlu datang ke kantor PLN terdekat untuk memperoleh layanan, karena melalui telepon seluler mereka dapat mengetahui seberapa banyak pemakaian listrik serta tagihan yang harus dibayar. Selain itu, pelanggan juga dapat mengajukan pengaduan atau keluhan melalui aplikasi tersebut, yang dikenal sebagai aplikasi PLN Mobile (Pertiwi, 2024).

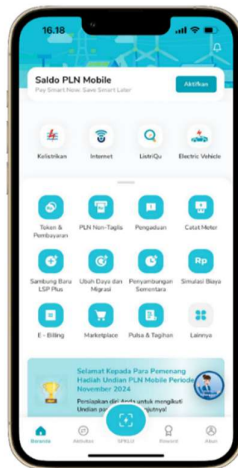
PT PLN (Persero) saat ini tengah gencar mempromosikan aplikasi tersebut melalui sosialisasi kepada masyarakat guna menginformasikan bahwa PLN memiliki aplikasi yang digunakan sebagai sarana pelayanan kepada pelanggan.

PLN Mobile merupakan aplikasi layanan pelanggan berbasis seluler yang terintegrasi dengan Aplikasi Pengaduan dan Pengaduan Terpadu (APKT) serta Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T). Diluncurkan pada bulan Desember 2020, PLN Mobile bertujuan memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi dari PLN, serta berfungsi sebagai sarana pengaduan pelanggan terkait permasalahan ketenagalistrikan dan layanan PLN secara umum. Aplikasi digital ini merupakan strategi pelayanan PLN kepada pelanggan setelah sebelumnya menggunakan Contact Center 123 dan situs web PLN. Aplikasi ini merupakan produk resmi milik PLN yang menyediakan berbagai layanan informasi kelistrikan dan komunikasi dua arah antara pelanggan dan PLN (Ramahdani et al., 2023).

Dalam tiga tahun terakhir transformasi digital dilakukan oleh PT PLN (Persero) menandai titik balik signifikan dalam upaya perusahaan untuk menunjukkan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Hasil transformasi ini disebut memperoleh pujian dari banyak pihak, total ada 46 raihan penghargaan di bidang inovasi teknologi dan layanan digital diterima oleh PLN dari tahun 2022 hingga 2023. Darmawan Prasodjo, selaku Direktur Utama PLN, mengakui bahwa prestasi yang diraih itu merupakan buah usaha keringan seluruh pegawai PLN di seluruh Indonesia serta dukungan dari Pemerintah (Trianto, 2023).

Hasil transformasi tersebut salah satunya adalah peluncuran aplikasi New PLN Mobile. Sebelumnya, aplikasi PLN Mobile sebelumnya hanya diunduh oleh 500 ribu *downloader*, namun ironisnya sebanyak 450 ribu di antaranya kemudian menghapus aplikasi tersebut. Rating aplikasi tersebut rendah, hanya mencapai skala

2,5 dari lima, dengan banyak komentar yang mengungkapkan ketidakpuasan pelanggan. Namun saat ini, PLN Mobile telah berkembang menjadi layanan terpadu yang memenuhi kebutuhan pelanggan mulai dari layanan kelistrikan dan produk lainnya yang terkait. Melalui PLN Mobile, pelanggan dapat menghemat waktu dan memperoleh layanan yang lebih baik dari PLN (Trianto, 2023).



Sumber: Aplikasi PLN Mobile, 2025

Gambar 1.1. Tampilan Menu Aplikasi PLN Mobile

Dalam kurun waktu dua tahun, aplikasi teranyar PLN ini telah diunduh sebanyak 39 juta *downloader*, dengan memperoleh rating di angka 4,9. Selain itu, berdasarkan penilaian di Play Store dan App Store, PLN Mobile telah berkembang menjadi salah satu aplikasi pelayanan publik terbaik di Asia maupun di tingkat global (Trianto, 2023).

Tabel 1.4. Jumlah Pengguna PLN Mobile Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu Tahun 2021-2023

Provinsi	Unit Pelaksana PLN	Jumlah Downloader PLN Mobile		
		2021	2022	2023
Sumatera Selatan	Ogan Ilir	74.121	327.668	501.387
Sumatera Selatan	Palembang	140.925	567.836	963.894
Sumatera Selatan	Lahat	120.907	501.549	842.306
Jambi	Muara Bungo	57.245	300.746	486.240
Jambi	Jambi	90.903	382.941	602.151
Bengkulu	Bengkulu	98.029	377.872	623.453
UID Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu		582.130	2.458.612	4.019.431

Sumber: Data diolah Penulis, 2024

Pada Tabel di atas Jumlah downloader PLN Mobile di wilayah Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2021, total unduhan tercatat sebanyak 582.130, kemudian melonjak drastis menjadi 2.458.612 pada tahun 2022, dan terus meningkat hingga 4.019.431 pada tahun 2023. Setiap unit pelaksana PLN di tiga provinsi ini menunjukkan pertumbuhan yang konsisten, dengan Palembang mencatat jumlah unduhan tertinggi, diikuti oleh Lahat dan Jambi. Peningkatan ini mencerminkan semakin banyaknya pelanggan yang mulai memanfaatkan aplikasi PLN Mobile untuk berbagai kebutuhan layanan listrik.

Meskipun PLN Mobile telah dijadikan sebagai salah satu strategi utama dalam transformasi layanan digital PLN, evaluasi terkait efektivitas serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan masih sangat terbatas. Hingga saat ini, khususnya PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu, belum pernah melaksanakan survei yang secara khusus menilai pengalaman pengguna terhadap aplikasi tersebut. Survei yang selama ini dilakukan oleh PLN bersifat umum dan mencakup seluruh layanan tanpa memberikan fokus khusus

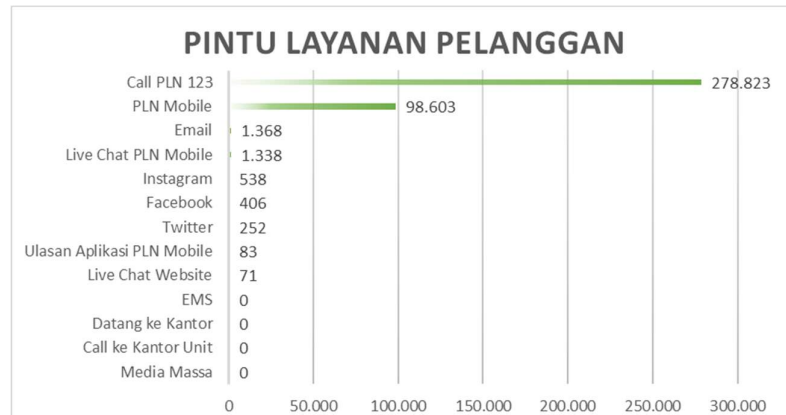
pada aspek digitalisasi layanan melalui PLN Mobile. Padahal, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa transformasi digital dalam sektor layanan publik memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Digitalisasi layanan dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan karena kemudahan serta kecepatan transaksi (Rust dan Lemon, 2020).

Pelanggan cenderung merasa lebih puas dengan layanan digital yang menyediakan kecepatan dan kemudahan akses dalam penyelesaian masalah. Fitur layanan mandiri dalam aplikasi digital memungkinkan pelanggan memenuhi berbagai kebutuhan tanpa bergantung pada layanan konvensional (Susanto et al., 2023).

Aplikasi digital seperti PLN Mobile dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dengan mengurangi hambatan dalam interaksi dengan penyedia layanan. Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan layanan berbasis aplikasi memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pelanggan yang masih mengandalkan metode konvensional. Studi ini menegaskan bahwa digitalisasi layanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan interaksi antara perusahaan dengan pelanggannya (Setiawan dan Rahman, 2023).

Dalam bidang pengelolaan keuangan, PT PLN (Persero) juga telah melakukan transformasi digital. Melalui Cash War Room, PT PLN (Persero) akan mengawasi secara akurat proses pengadaan, pembayaran kepada pihak ketiga, bahkan arus kas perusahaan. Digitalisasi ini memungkinkan PT PLN (Persero) menjadi perusahaan yang transparan dan akuntabel. Transformasi digital tersebut

merupakan kunci perubahan signifikan dalam pelayanan pelanggan PT PLN (Persero) (Trianto, 2023).



Sumber: Data diolah Penulis, 2024

Gambar 1.2.
Rekap Pintu Layanan Laporan Keluhan Pelanggan Tahun 2023

Dilihat dari gambar di atas PLN telah menyediakan beragam kanal atau pintu layanan guna menerima dan menanggapi berbagai pertanyaan, keluhan, maupun kebutuhan informasi dari pelanggan. Berdasarkan data terbaru, penggunaan kanal digital PLN menunjukkan adanya pergeseran preferensi pelanggan dari layanan konvensional ke layanan digital. Sebagai contoh, jumlah interaksi melalui PLN Mobile tercatat sebanyak 98.603, menjadikannya salah satu kanal digital yang paling dominan digunakan oleh pelanggan. Disusul oleh layanan Call PLN 123 sebanyak 278.823 interaksi, dan Live Chat PLN Mobile sebanyak 1.338 interaksi. Perubahan perilaku pelanggan ini menunjukkan bahwa transformasi layanan digital melalui aplikasi PLN Mobile dan kanal daring lainnya berperan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan.

NO	JENIS LAYANAN	Jumlah	%
1	Cater	2.430	1,9%
2	Pasang Baru (PB)	13.140	10,3%
3	Perubahan Daya (PD)	2.071	1,6%
4	Penyambungan Sementara (PS)	261	0,2%
5	Tagihan Listrik dan Token	21.042	16,6%
6	Pemutusan Penyambungan (Tusbung)	1.366	1,1%
7	APP	40.836	32,1%
8	Informasi	44.892	35,3%
9	Perubahan Data	198	0,2%
10	Integritas	81	0,1%
11	Program Konversi Kompor Induksi	237	0,2%
12	EV Home Charging	468	0,4%
Total		127.022	

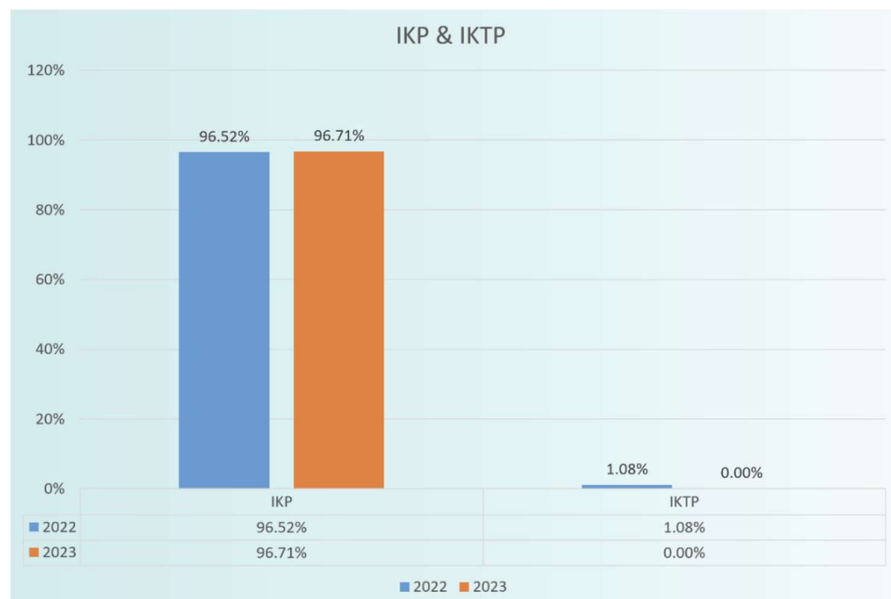
Sumber: Data diolah Penulis, 2024

Gambar 1.3.
Rekap Jenis Layanan Laporan Keluhan Pelanggan Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa selama periode tahun 2023 tercatat sebanyak 127.022 permintaan layanan yang diterima melalui berbagai saluran interaksi pelanggan. Dari total tersebut, layanan informasi merupakan jenis layanan yang paling banyak diakses dengan proporsi sebesar 35,3%, diikuti oleh layanan gangguan alat pengukur dan pemutus (APP) sebesar 32,1%. Selain itu, layanan terkait tagihan listrik dan pembelian token juga masih mendominasi interaksi pelanggan dengan persentase sebesar 16,6%, yang menunjukkan tingginya kebutuhan pelanggan terhadap layanan dasar yang berkaitan dengan transaksi rutin. Di sisi lain, layanan teknis seperti pemasangan baru (10,3%), perubahan daya (1,6%), dan pemutusan penyambungan (1,1%) juga menunjukkan adanya permintaan terhadap layanan fisik, meskipun persentasenya tidak sebesar layanan informasi. Adapun layanan khusus seperti EV Home Charging, konversi kompor induksi, serta laporan integritas, meskipun secara persentase masih kecil,

mencerminkan arah pengembangan PLN dalam mendukung inisiatif energi bersih dan tata kelola yang transparan.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Parasuraman et al., 2019). Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan, baik positif maupun negatif, sangat tergantung pada kesesuaian dan harapan terhadap kualitas pelayanan yang diperoleh. Kualitas pelayanan yang diberikan menjadi tolok ukur kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih rendah dibandingkan dengan yang diharapkan, pelanggan merasa kecewa dan tidak puas, bahkan dapat memberikan dampak negatif lainnya terhadap perusahaan (Tjiptono, 2019).



Sumber: Data diolah Penulis, 2024

Gambar 1.3.
Nilai Indeks Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan Tahun 2022-2024

PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu secara rutin melaksanakan survei kepuasan pelanggan setiap tahunnya. Survei ini bertujuan untuk memperoleh Indeks Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan sebagai ukuran evaluasi kualitas pelayanan PLN secara keseluruhan kepada pelanggan.

Berdasarkan data tersebut, nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu menunjukkan tren yang positif, yakni sebesar 96,52% pada tahun 2022 dan meningkat menjadi 96,71% pada tahun 2023, yang mencerminkan peningkatan mutu pelayanan kepada pelanggan. Namun demikian, terdapat beberapa catatan dan rekomendasi yang diajukan guna meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Dari hasil rangkuman survei tahun 2022 hingga 2023, sejumlah rekomendasi yang diberikan meliputi penguatan layanan berbasis daring seperti PLN Mobile, email, media sosial, dan situs web untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, baik dalam memperoleh informasi maupun menyampaikan pengaduan, melalui sosialisasi yang intensif di media elektronik serta keaktifan PLN di media sosial. Selain itu, perhatian khusus perlu diberikan pada kualitas pelayanan yang masih menunjukkan kesenjangan antara tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan, terutama pada aspek kemudahan akses informasi, layanan prabayar dan pascabayar, respons terhadap pengaduan, serta akurasi dan transparansi biaya.

Implementasi transformasi digital, khususnya pada sektor pelayanan, diperkirakan akan memberikan dampak yang sangat baik bagi PT PLN (Persero)

yang bertujuan menyalurkan energi listrik kepada seluruh pelanggan. Informasi yang dibutuhkan adalah akurasi data, serta kecepatan pelayanan yang sangat terbantu melalui penerapan layanan digital. Perubahan yang terjadi terkait pelayanan pelanggan secara digital meliputi penggunaan aplikasi yang bisa didapatkan melalui perangkat *smartphone* pelanggan, memungkinkan pelayanan didapatkan kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan jaringan internet. Saat ini, pelanggan tidak lagi perlu mengunjungi kantor pelayanan secara fisik, karena melalui *smartphone* mereka dapat dengan mudah memantau konsumsi listrik serta jumlah tagihan yang harus dibayarkan. Pengaduan gangguan pun dapat disampaikan melalui aplikasi tersebut, sehingga pelanggan bisa dengan mudah mengakomodasi kebutuhan pelayanan mereka.

Dari uraian-uraian latar belakang masalah diatas, didapat rumusan masalah penelitian yaitu transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu. Hal ini dimaksudkan dari temuan yang terdapat perbedaan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh transformasi layanan digital terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Härkönen (2024); Ekechi (2024); Khan (2024); Dangaiso (2023); Mijač (2023); Ghonim (2022); menunjukkan hasil bahwa layanan digital memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan dari Rafli (2024) yang menunjukkan hasil bahwa

kualitas produk memberikan dampak positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Penelitian dari Carvalho (2023); Aeny (2023); Kim (2023); Nova Nur., Zunaidah., Marlina W. (2022); Yang (2022); Antara (2022); Chuenyindee (2022); Dam & Cuong (2021); Tran & Le (2020); Sofyan (2019); Novrianda (2018) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Alvino (2020); Reynard & Ariyani (2020); Kalam & Roostika (2019) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan empiris akan dilakukan uji lebih lanjut pada penelitian ini sebagai variabel independen transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena latar belakang tersebut, penulis mengangkat penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Transformasi Layanan Digital dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh transformasi layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu?

- 2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh transformasi layanan digital terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Setiap penelitian diharapkan memberikan manfaat, oleh karena itu diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan bagi perusahaan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran sebagai bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang terkait kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang kepuasan pelanggan serta dapat menambah informasi, sumbangan

penelitian, bahkan kajian dalam penelitian sehingga dapat menjadi acuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeny, N. (2023). The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction Online Transportation Services. *Journal of Reseach in Business, Economics, and Education*, Vol. 1 (1).
- Ajaleen, Y. S. Al. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Satisfactions in Jordanian Telecommunications Companies. *Social Science Journal*.
- Ali, B. J., & Gardi, B. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, Vol. 5 (3)(ISSN: 2456-8678).
- Alvino, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Alzoubia, H., Alshuridehb, M., & Kurdic, B. Al. (2020). Do Perceived Service Value, Service Quality, Price Fairness and Service Recovery Shape Customer Satisfaction and Delight? A Practical Study in The Service Telecommunication Context. *Uncertain Supply Chain Management*, Vol. 8, 579–588.
- Amarta, P. C. (2024). Pengaruh Teknologi Digital Dalam Perkembangan Layanan Perbankan Syariah, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, Vol. 2 (3)(ISSN: 2988-5922), 134–145.
- Antara, I. M. R. S. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*.
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, Vol. 3 (3)(E-ISSN: 2774-3020).
- Ashiq, R. (2023). Exploring The Effects of Digital Service and Trust on Consumers Satisfaction and Loyalty: Insights From Online Shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, ISSN: 2754-4214.
- Barry Libert, M. B. (2016). 7 Questions to Ask Before Your Next Digital Transformation. *Change Management*. <https://hbr.org/2016/07/7-questions-to-ask-before-your-next-digitaltransformation>
- Carvalho, H. (2023). The Relations Between Product Quality, Price, Service Quality on Customer Satisfaction. *Timor Leste Journal of Business and Management*, Vol. 2 (2), 14–26.

- Choirinisa, A. A., & Ikhwan, K. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, Vol. 2 (5), 483–492.
- Chuenyindee, T. (2022). Public Utility Vehicle Service Quality and Customer Satisfaction in The Philippines During The COVID-19 Pandemic. *Journal Utilities Policy*, Vol. 75.
- Connie. (2023). The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Management*, Vol. 22, 325–339.
- Dam, S. M., & Cuong, T. (2021). Relationships Between Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8 (3), 0585–0593.
- Dangaiso, P. (2023). Examining the Interplay of Digital Service, Word of Mouth on Satisfaction: A Post Pandemic Customer Perspective. *Cogent Social Science*, Vol. 10.
- Ekechi, C. C. (2024). AI-Infused Chatbots for Customer Support: A Cross Country Evaluation of User Satisfaction in The USA and The UK. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, Vol. 6 (4).
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *E-Journal Boga*, Vol. 7 (2), 168–187.
- Fida, B. A., & Ahmed, U. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Journal International*, 1–10.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barome- Ter: The Swedish Experience. *Journal Of Marketing*, Vol. 56(1), 6–21.
- Ghonim, M. A. (2022). The Impact of Marketing 4.0 on Customer Satisfaction and Engagement: The Distinctive Role of Brand Interaction in The Egyptian Hotel Industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol. 25.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunardi, C. G. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Jurnal Prologia*, Vol. 3 (2).
- Hair. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Ed). Pearson Prentice Hall.
- Härkönen, H. (2024). Impact of Digital Services on Satisfaction Social Welfare: An Umbrella Review. *International Journal of Nursing Studies*, Vol. 152.
- Ifeoma, J., Catherine, C., & Etim, B. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction of Online Retail Stores in Enugu, Nigieriao Title. *International Journal of Business Systems and Economics*, Vol. 14(ISSN: 2360-9923), 24–34.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kalam, R., & Roostika, R. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada “Warunk Upnormal” di Gejayan Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8 (2)(ISSN: 2338-9605).
- Khan, M. R. (2024). The Impact of Technology Digital Service on Bangladeshi Banking Consumers’ Satisfaction During The Pandemic Situation: Green Development and Innovation Perspective in Banking Service. *Innovation and Green Development*, Vol. 3 (2).
- Kim, K.-J. (2023). The Influences of Service Quality, Product Quality and Price in University Foodservice on Customer Satisfaction. *Culinary Science and Hospitality Research*, Vol. 13, 127–136.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN.
- Mamakou, X. J. (2023). Measuring Customer Satisfaction in Electronic Commerce: The Impact of Digital Service and User Experience. *International Journal of Quality & Reliability Management*, ISSN: 0265-671X.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 (3)(ISSN 2303-1174), 1658 – 1667.
- Mareta, S. N. (2024). Peran Transformasi Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Green Banking. *Journal of Waqf and Islamic Economic Philanthropy*, Vol. 1 (3), 1–11.
- Masitoh, N. (2023). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan*, Vol. 4 (1).
- Mijač, T. (2023). The Role of User Experience and Co-Creation in Measuring The Success of Digital Services in Higher Education. *Behaviour & Information Technology*, Vol. 43.
- Mulyono, D. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Sebagai Implementasi E-Service Quality Dalam Transformasi Digitalisasi Pelayanan PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulawesi Selatan Tenggara Barat. *Jurnal Universitas Hasanuddin*.

- Muryono, D. A. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Sebagai Implementasi E-Service Quality Dalam Transformasi Digitalisasi Pelayanan PT PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Navanti, D. (2024). Dampak Transformasi Digital dan Literasi Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Bersaing Bisnis di Era Moderen (Studi Pustaka). *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, Vol. 2 (1), 1329–1340.
- Nova Nur, A., Zunaidah, & Marlina, W. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai BLUD di RSUD Palembang Bari Pada Masa Pandemi Covid-19. *Master Thesis, Sriwijaya University*.
- Novrianda, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Performance*, Vol. 25, 28–35.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2019). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pereira, G. V. (2024). The Influence of Marketing Mix and Digital Service on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Satisfaction at Timor Telecom. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery*, Vol. 3 (2), 8–21.
- Pertiwi, N. P. (2024). Analisis Penerapan Aplikasi Transformasi Digital PLN Mobile Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 6 (6), 4367–4376.
- Pramana, H. A. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warung Spesial Sambel UMS Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rafli, M. (2024). Pengaruh Layanan Digital, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 9 (5)(ISSN: 2541-0849).
- Rajasulochana, & Khizerulla, M. (2022). Service Quality In SBI: An Assessment of Customer Satisfaction on E-Banking Services. *Journal of Positive School Psychology*, Vol. 6 (6), 4585–4590.
- Ramahdani, L., Putri, D. K., & Zainarti. (2023). Analisis Penerapan Aplikasi Digital Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT PLN (Persero). *Jurnal Ilmiah Research Student (JIRS)*, Vol. 1 (1), 172–180.
- Resika, Y., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2019). Customer Perceived Value dan Customer Trust: Identifikasi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Go-car. *Journal of Management and Bussiness Review*, Vol. 16, 1–22.

- Reynard, N., & Ariyani, L. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Produk Rotiboy pada Daerah Kelurahan Pondok Labu, Jakarta Selatan. *Jurnal Pembangunan Nasional*.
- Rogers, E. (2016). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*.
- Safari, A. (2024). The Influence of Digital Service on Customer Satisfaction With Brand Trust as a Moderating Variable. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol. 8 (2).
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sapiri, M., & Awaluddin, M. (2024). Layanan Mobile Digital Islamic Network dan Kepuasan Nasabah PT Bank Muamalat. *Study of Scientific and Behavioral Management*, Vol. 5 (1), 80–88.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sembiring, I. J., & Suharyono. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15.
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht's Up Café Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 7 (3)(ISSN 2303-1174), 4230–4240.
- Sondakh, C. (2019). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3 (1), 19–32.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Andi.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Boci Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 7 (1)(ISSN 2303-1174), 891 – 900.
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Price on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 7 (9), 517–526.
- Trianto, G. A. (2023). *Transformasi Digital, Titik Perubahan Besar Layanan PLN yang Mudahkan Pelanggan, Diapresiasi Banyak Pihak*. <https://web.pln.co.id/media/siaran-pers/2023/04/transformasi-digital-titik-perubahan-besar-layanan-pln-yang-mudahkan-pelanggan-diapresiasi-banyak-pihak>
- Tsai, C.-C. (2024). Impact of Authenticity Perception, Digital Service on Customer Satisfaction Under Contactless Services. *Journal of MDPI*, Vol. 12.

- Vial, G. (2019). Understanding Digital Ttransformation: A Review and a Research Agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 28, 118–144.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 2 (1)(ISSN 2580-4928e), 1–16.
- Yang, K. F., Yang, H. W., Chang, W. Y., & Chien, H. K. (2022). The Effect of Service Quality, Brand Image on Customer Satisfaction. *International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*.