

Prosedur Pelayanan Pelanggan Berbasis ICRM (Interactive Customer Relationship Management) Pada PT PLN Icon Plus Divisi Retail SBU Jawa Bagian Timur

Devira Elsa Mei Shella¹, Dyah Widowati²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: deviraelsa2354@gmail.com¹, dyahwidowati.adbis@upnjatim.ac.id²

Article History:

Received: 17 Januari 2025

Revised: 28 Januari 2025

Accepted: 31 Januari 2025

Keywords: Pelayanan Pelanggan, ICRM, Efisiensi Operasional, Kepuasan Pelanggan

Abstract: Guna meningkatkan kepuasan pelanggan, PT PLN ICON PUS Divisi Ritel SBU Jawa Timur sangat mengutamakan pelayanan pelanggan yang responsif dan terintegrasi. Langkah strategis untuk meningkatkan proses layanan melalui manajemen data terpusat, analisis kebutuhan pelanggan, dan respons cepat adalah penerapan sistem Interactive Customer Relationship Management (ICRM). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti penerapan, keuntungan, dan kesulitan dari metode layanan berbasis ICRM. Temuan studi menunjukkan bahwa, meskipun ada hambatan seperti kebutuhan untuk peningkatan infrastruktur dan pelatihan sumber daya manusia, sistem ICRM dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efektivitas operasional. Penerapan ICRM telah terbukti menjadi cara yang sukses untuk membantu transformasi digital dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

PENDAHULUAN

Salah satu komponen terpenting dari operasi sebuah bisnis adalah pelayanan pelanggan, terutama bagi perusahaan yang beroperasi pada sektor publik seperti PT PLN ICON PUS Divisi Ritel SBU Jawa Timur. Perusahaan harus terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan pelanggan mereka yang semakin meningkat akan layanan yang cepat, perhatian, dan personal. Melalui penggunaan sistem yang kompleks dan terintegrasi, seperti Interactive Customer Relationship Management (ICRM), teknologi informasi telah muncul sebagai solusi strategis yang memungkinkan bisnis untuk secara signifikan meningkatkan kualitas layanan.

Sebuah sistem bernama iCRM diciptakan untuk memfasilitasi hubungan perusahaan dengan pelanggan yang interaktif dan sukses. Selain membuat manajemen data pelanggan lebih sederhana, sistem ini menawarkan alat analisis untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Perusahaan dapat menggunakan teknologi ini untuk memberikan layanan yang lebih berfokus pada pelanggan, efisien, dan memenuhi harapan mereka. Selain itu, ICRM memungkinkan perusahaan untuk menangani keluhan, permintaan, dan masukan pelanggan secara metodis serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat ikatan bisnis.

Dalam upaya untuk memperbarui dan meningkatkan kualitas penawarannya, PT PLN ICON PUS Divisi Ritel SBU Jawa Timur telah menerapkan sistem ICRM. Hal ini ditujukan untuk memperlancar dan meningkatkan proses layanan pelanggan sehingga setiap interaksi dapat menguntungkan perusahaan dan pelanggannya. Diharapkan bahwa sistem ini akan mengatasi

sejumlah masalah dengan proses layanan konvensional, termasuk waktu respons yang lambat, pencatatan data yang tidak akurat, dan kurangnya interaksi antar unit kerja.

Penjelasan mendalam tentang praktik layanan pelanggan berbasis ICRM yang diterapkan di PT PLN ICON PUS Divisi Ritel SBU Jawa Timur adalah tujuan dari jurnal ini. Penjelasan mencakup langkah-langkah yang terlibat dalam proses, keuntungan dari penerapan sistem ini, dan tantangan potensial yang mungkin muncul. Sebagai hasilnya, diharapkan jurnal ini dapat berfungsi sebagai panduan untuk pengembangan sistem di masa depan dan perbaikan berkelanjutan. Selain meningkatkan operasi bisnis, penerapan ICRM yang efektif membantu inisiatif transformasi digital yang sedang giat dilakukan oleh berbagai industri di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Pengertian Prosedur Pelayanan

Prosedur dapat diartikan sebagai serangkaian prosedur atau tindakan yang dimaksudkan untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu dengan cara yang terorganisir. Penerapan prosedur bertujuan untuk memberikan instruksi yang tepat dan sistematis sehingga suatu kegiatan dapat dilaksanakan secara konsisten dan efektif. Prosedur biasanya dibuat untuk mengurangi kesalahan, meningkatkan output, dan menjamin bahwa semua pihak yang terlibat dalam suatu proses memahami carakernjanya. Prosedur sangat penting di berbagai bidang. Prosedur di tempat kerja membantu menjamin bahwa setiap tugas diselesaikan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, seperti yang berkaitan dengan keselamatan, efektivitas operasional, atau kualitas hasil. Dalam konteks perusahaan, pelayanan umumnya didefinisikan sebagai tindakan yang menyediakan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh orang lain. Pelayanan didefinisikan sebagai hal atau cara melayani yang berkaitan dengan pelayanan atau jasa dan kenyamanan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang/jasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Prosedur layanan adalah serangkaian tindakan yang dimaksudkan untuk menjamin bahwa kebutuhan klien dapat dipenuhi dengan tepat dalam cara yang metodis dan terstruktur. Selain memberikan nasihat teknis, proses ini melibatkan komunikasi yang efisien antara bisnis dan kliennya untuk memaksimalkan kepuasan klien. Dari mengajukan aplikasi klien hingga memverifikasi dokumen, melakukan inspeksi teknis, dan menerapkan modifikasi daya, operasi layanan melibatkan sejumlah langkah. Untuk memastikan bahwa klien menerima layanan yang dapat diandalkan dan kompeten, setiap langkah direncanakan dengan mempertimbangkan akuntabilitas, efisiensi, dan transparansi. Petugas teknis, layanan pelanggan, dan manajemen bisnis adalah beberapa pihak yang terlibat dalam pelaksanaan prosedur layanan ini. Mereka bekerja sama untuk memastikan bahwa setiap aplikasi pelanggan dapat diselesaikan tepat waktu.

Komunikasi yang efektif antara bisnis dan klien sangat penting untuk keberhasilan prosedur layanan. Salah satu elemen kunci yang berkontribusi dalam hal ini adalah penggunaan teknologi informasi, seperti aplikasi digital yang memungkinkan pengguna mengajukan permohonan secara online, memantau kemajuan permohonan tersebut, dan meninggalkan ulasan tentang layanan yang mereka terima. Pelanggan akan menemukan ini lebih nyaman, dan bisnis akan mendapatkan manfaat dari peningkatan efisiensi operasional.

ICRM (Interactive Customer Relationship Management)

ICRM merupakan singkatan dari Interactive Customer Relationship Management Manajemen Hubungan Pelanggan Terintegrasi disebut sebagai ICRM. Ini adalah pendekatan strategi yang mengintegrasikan alat, prosedur, dan teknologi untuk mengelola dan meningkatkan interaksi pelanggan secara holistik. ICRM bertujuan untuk memaksimalkan efisiensi operasional perusahaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendorong loyalitas. Menggabungkan data dari berbagai saluran komunikasi, termasuk situs web, media sosial, email, panggilan telepon, dan

kontak langsung dengan klien, adalah ide di balik ICRM. Bisnis dapat memperoleh pemahaman yang lengkap tentang minat, kebutuhan, dan perilaku klien mereka dengan menggabungkan data ini ke dalam satu platform yang kohesif. Ini memungkinkan bisnis untuk menawarkan layanan yang lebih relevan dan terpersonalisasi di bidang seperti dukungan pelanggan, penjualan, dan pemasaran.

ICRM dengan fitur analitik canggih, otomatisasi proses, dan integrasi dengan sistem lain seperti ERP (Enterprise Resource Planning) umumnya digunakan sebagai teknologi pendukung ICRM. Bisnis dapat menggunakan analitik untuk menemukan tren dan pola yang mendukung pengambilan keputusan strategis. Tim dapat lebih fokus pada interaksi bernilai tinggi dengan menggunakan otomatisasi proses untuk mengelola tugas-tugas berulang seperti email otomatis, pengingat penjualan, dan pemeliharaan data pelanggan.

Semua departemen yang berurusan dengan pelanggan, termasuk pemasaran, penjualan, dan dukungan pelanggan, berkolaborasi dalam kerangka kerja terintegrasi sebagai bagian dari komponen budaya dan organisasi dari penerapan ICRM. Selain menjamin bahwa klien menerima pesan yang konsisten dan pengalaman yang sempurna di setiap titik kontak, ini juga mendorong kolaborasi lintas fungsi.

Dengan mengambil pendekatan holistik, ICRM membantu perusahaan dalam meningkatkan retensi pelanggan serta upaya untuk menarik klien baru dengan lebih memahami pasar dan permintaan pelanggan. Pada akhirnya, ICRM memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin dinamis dengan meletakkan dasar untuk membangun hubungan pelanggan yang lebih baik dan lebih berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.. Penggunaan jenis penelitian ini bertujuan untuk memperjelas metode yang akan diterapkan berupa studi deskriptif dengan maksud untuk menggambarkan realita sosial yang kompleks dengan menerapkan konsep-konsep teori yang telah ada sebelumnya. Realita sosial yang dipelajari dititik beratkan pada Divisi Retail SBU Jawa Timur PT PLN ICON PLUS. Peneliti memilih menggunakan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia dalam perusahaan yang diteliti. Penelitian Kualitatif erat kaitannya dengan persepsi, pendapat, ide, atau kepercayaan orang yang diteliti yang tidak dapat diukur atau dinilai dengan angka. Data data yang digunakan peneliti diperoleh dari hasil observasi langsung di lapangan pada saat proses kegiatan magang berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT PLN Icon Plus adalah salah satu anak perusahaan dari PT Perusahaan Listrik Negara (PLN), yang berfokus pada penyediaan layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di sektor energi. Keberadaan PT PLN Icon Plus bertujuan untuk mendukung proses transformasi digital di PLN serta memberikan solusi inovatif di bidang teknologi untuk sektor kelistrikan dan energi. PT PLN ICON PLUS memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi Perusahaan :

“Menjadi penyedia solusi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terkemuka di Indonesia berbasis jaringan.”

Misi Perusahaan :

- 1) Memberikan layanan TIK yang terbaik di kelasnya kepada pelanggan guna meningkatkan nilai Perusahaan.
 - 2) Memenuhi kebutuhan dan harapan PLN secara proaktif dengan menyediakan solusi-solusi TIK yang inovatif dan memberikan nilai tambah.
-

- 3) Membangun organisasi pembelajar yang berkinerja tinggi untuk mendorong perusahaan mencapai bisnis yang unggul dan menjadi pilihanpilihan bagi talenta-talenta terbaik.
- 4) Memberikan Kontribusi terhadap perkembangan telekomunikasi nasional.

Dalam pengupayaan peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, PT PLN ICON Plus memanfaatkan teknologi digital dengan berfokus pada penggunaan ICRM (Interactive Customer Relationship Management) yang mana dalam mengelola kendala dan masalah yang dihadapi pelanggan, ICRM mampu mempermudah perusahaan dalam memberikan solusi terkait kendala. Adapun beberapa upaya yang dilakukan perusahaan antara lain :

1) Komplain Proses Pembayaran (Billing)

Kegiatan ini merupakan salah satu tugas prioritas penulis yang dilakukan setiap harinya. Kegiatan ini dilakukan untuk menampung serta membantu mengatasi kendala kendala yang dialami pelanggan terutama pada masalah proses pembayaran. Kendala kendala tersebut misalkan Kode VA Expired, Revisi data, ataupun kendala internet tidak dapat digunakan. Penulis dapat mengatasi kendala tersebut dengan membantu open ticket lewat customer care pada aplikasi media sosial Instagram agar kendala yang dialami pelanggan dapat segera diperbaiki oleh teknisi.

2) Broadcast Pelanggan

Kegiatan ini memanfaatkan media sosial Whattsapp API (Application Programming Interface). Kegiatan broadcast ini dilakukan untuk mengingatkan pelanggan terkait tagihan yang akan jatuh tempo dalam waktu dekat agar pelanggan segera melakukan pembayaran. Dalam kegiatan ini, penulis terlebih dahulu menginput kontak serta nama pelanggan yang akan di broadcast kemudian dilakukan send message secara serentak. Jika pesan peringatan telah terkirim kepada pelanggan, penulis kemudian membalas chat satu persatu untuk membantu pelanggan yang kesulitan dalam pembayaran. Penulis juga melakukan update data pelanggan yang sudah konfirmasi lunas ke dalam data perusahaan.

3) Outbond Call

Kegiatan ini merupakan salah satu tugas penulis untuk menghubungi pelanggan yang telah jatuh tempo namun belum kunjung melakukan pembayaran. Setelah dilakukan broadcast melalui WA API sebelumnya, penulis akan merekap data pelanggan yang belum merespon sekaligus belum melakukan pembayaran untuk kemudian dilakukan reminder melalui outbond call atau via telepon. Dengan melakukan outbond call akan diketahui alasan mengapa pelanggan tidak segera membayar dan kemudian dilakukan update data kembali sebagai bentuk laporan.

4) Input Data Pelanggan

Kegiatan ini merupakan kegiatan harian yang dilakukan penulis setiap harinya. Penulis bertugas menginput data pelanggan yang mendapatkan promo winback dengan cara memeriksa ID Pelanggan pada web ICRM kemudian penulis melakukan validasi nominal winback yang diterima oleh masing masing pelanggan. Kegiatan ini dilakukan rekapitulasi setiap bulannya dan diinput pada data perusahaan.

5) Visit On Site

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan penulis untuk mengunjungi pelanggan yang mengalami kendala pembayaran dan juga yang ingin melakukan pemberhentian berlangganan. Penulis bersama tim dari PT PLN ICON PLUS mengunjungi beberapa rumah pelanggan yang masih pada area sekitar kantor dengan menggunakan kendaraan yang disediakan oleh kantor.

6) Konten Promosi Media Sosial

Penulis juga berpartisipasi dalam pembuatan konten promosi yang diunggah pada laman media sosial perusahaan (tiktok dan instagram) sebagai salah satu bentuk media pemasaran yang dilakukan perusahaan. Pada kegiatan ini penulis berkolaborasi dengan tim publikasi PT PLN ICON PLUS agar konten konten yang dihasilkan dapat menarik pelanggan.

KESIMPULAN

Pada PT PLN ICON PUS Divisi Retail SBU Jawa Bagian Timur, penggunaan prosedur pelayanan pelanggan yang dibangun di atas Interactive Customer Relationship Management (iCRM) telah secara signifikan meningkatkan baik kepuasan pelanggan maupun efisiensi operasional. Untuk memberikan layanan yang lebih khusus dan individual, sistem ini memungkinkan administrasi data terpusat, jawaban yang lebih cepat, dan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Penerapan iCRM telah terbukti menjadi langkah strategis yang mendukung transisi digital perusahaan dan secara berkelanjutan meningkatkan hubungan dengan pelanggan, meskipun ada sejumlah hambatan, termasuk pengembangan infrastruktur dan pelatihan sumber daya manusia.

Melalui keterlibatan peneliti dalam kegiatan pengelolaan data pelanggan, pemantauan penggunaan energi, dan penyelesaian pengaduan pelanggan, peneliti dapat memperoleh keterampilan praktis dalam komunikasi, analisis data, serta pengelolaan sistem informasi. Semua pengalaman tersebut sangat mendukung pengembangan karir dan keterampilan yang relevan dengan teknologi informasi pada dunia industri.

DAFTAR REFERENSI

- Afdhal, C. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif : Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alvin, R. (2023). Metode Pengumpulan data melalui wawancara. *Universitas Islam negeri sumatera utara*.
- Ariyanto, A. (2024). *Manajemen Layanan Pelanggan*. Bandung: Widina Medina Utama.
- Chatra, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif : Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hayatul, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Alfamart di desa karangbong kecamatan pajarakan). *Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo*.
- Irwan, S. (2021). Analisis sentimen pelanggan hotel di purwokerto menggunakan metode random forest dan TF IDF (studi kasus : ulasan pelanggan pada situs TRIPADVISOR). *Institut teknologi telkom purwokerto (ITTP)*.
- Makbul. (2021). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. *Jurnal OSF Preprint*.
- Nur'aini. (2020). Analisis efektivitas penerapan standard Operating Procedure (SOP) dalam meningkatkan kinerja karyawan. *Jurnal Selma Universitas Indonesia*.
- Rusdiana. (2022). *Manajemen Operasional*. Bandung: Sinar Pustaka.
- Sumardi, S. (2021). Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis CMS (studi kasus : Koperasi IKAMAS Semarang). *Jurnal Ilmiah Infokam*.
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2020). *Service Operations Management : Improving Service Delivery*.