

**PENERAPAN MODEL *CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT* DI PT. PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA  
PELAYANAN PELANGGAN SERPONG**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah



Oleh

Aldi Ramanda Saputra

202513004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (D.3)  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI**

**BEKASI**

**2023**



## TANDA PERSETUJUAN LPKL

Nama : Aldi Ramanda Saputra  
NIM : 202513004  
Jurusan : Manajemen  
Prodi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul PKL : Penerapan Model *Customer Relationship Management* di  
PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan  
Serpong

LPKL tersebut di atas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mata kuliah pada Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 13 Agustus 2023

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Dosen Pembimbing**

Dr. Eddy Setvanto, S.Sos., M.Si

Ir. Prillia Haliawan, MM

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENERAPAN MODEL *CUSTOMER RELATIONSHIP***  
***MANAGEMENT* DI PT. PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA**  
**PELAYANAN PELANGGAN SERPONG**

**Oleh:**

Aldi Ramanda Saputra

202513004

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Untuk memenuhi salah satu syarat Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata  
Kuliah

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 23 Agustus 2023

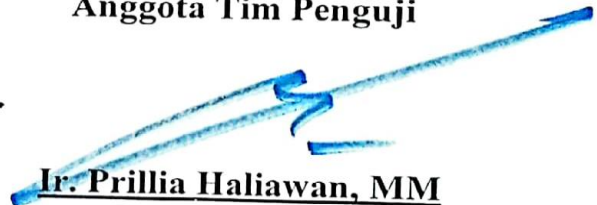
**Ketua Tim Penguji**



**Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom**

NIDN: 0303045901

**Anggota Tim Penguji**



**Ir. Prillia Haliawan, MM**

NIDN: 0430047303

**Ketua Program Studi**



**Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si**

NIDN: 0325107402

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

### **PROGRAM STUDI D.3 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 23 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan

The image shows an official stamp and a handwritten signature. The stamp is rectangular and contains the text 'METERAI TEMPEL' and the number '62AKX55274270'. To the left of the stamp is a vertical strip with the text 'SPELUM BERU BIPAM'. The signature is written in black ink over the stamp.

Aldi Ramanda Saputra

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aldi Ramanda Saputra  
NIM : 202513004  
Perguruan Tinggi : Tri Bhakti Business School  
Program Studi : D.3 Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Tri Bhakti Business School**. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti -Free Right*) atas nama karya ilmiah ini yang berjudul “**Penerapan Model Customer Relationship Management (CRM) pada PT PLN (Persero) UP3 Serpong**”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Tri Bhakti Business School** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Tri Bhakti Business School**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 23 Agustus 2023

Yang menyatakan



Aldi Ramanda Saputra

## ABSTRAK

**Aldi Ramanda Saputra**, Laporan Magang Program Studi Ekonomi Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti yang berjudul “Penerapan Model *Customer Relationship Management* di PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Serpong” dan memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana penerapan komunikasi di model *Customer Relationship Management* pada PT PLN (Persero) UP3 Serpong dan bagaimana penerapan manajemen konflik di model *Customer Relationship Management* pada PT PLN (Persero) UP3 Serpong. Metode magang yang digunakan yaitu, studi kepustakaan, wawancara, dan observasi. Ada 4 jenis indikator dalam dimensi *Customer Relationship Management* yaitu, kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik. PT PLN (Persero) UP3 Serpong memiliki serangkaian program untuk melakukan pendekatan pelanggan dengan pelayanan yang lebih baik, berupa penerapan komunikasi dengan melakukan kegiatan promosi dan penerapan manajemen konflik perusahaan dengan pelanggan.

**Kata kunci: CRM, Promosi, Komunikasi, Manajemen Konflik.**

## **ABSTRACT**

*Aldi Ramanda Saputra, Internship Report of the Economics Study Program, Management Department, Tri Bhakti School of Economics, entitled "Implementation of Customer Relationship Management Model at PT. PLN (Persero) Serpong Customer Service Unit" addresses the problem formulation of how communication is implemented in the Customer Relationship Management model at PT PLN (Persero) UP3 Serpong and how conflict management is applied in the Customer Relationship Management model at PT PLN (Persero) UP3 Serpong. The internship methods used were literature review, interviews, and observations. There are four indicators in the Customer Relationship Management dimension, namely trust, commitment, communication, and conflict handling. PT PLN (Persero) UP3 Serpong has a series of programs to improve consumer approach through better services, such as implementing communication through promotional activities and applying conflict management between the company and consumers.*

**Keywords: CRM, Promotion, Communication, Conflict Management.**

## KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Penerapan Model *Customer Relationship Management* di PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Serpong”. Laporan ini merupakan salah satu persyaratan penyelesaian program pendidikan D-III Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang besar kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan yang berharga dalam penyusunan laporan ini. Penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Bapak Horas Sebastian E. Tobing, B.A selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa.
2. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.Kom selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Kaprodi Manajemen.
4. Bapak Ir. Prillia Haliawan, MM selaku Dosen Pembimbing Laporan Praktik Kerja Lapangan yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberi arahan kepada penulis dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Pimpinan PT PLN (Persero) UP3 Serpong, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan program magang di PT PLN (Persero) UP3 Serpong.
7. Bapak Samuel Kresno Susilo selaku pembimbing lapangan di PT PLN (Persero) UP3 Serpong yang telah memberikan arahan selama menjalankan program magang.
8. Seluruh karyawan PT PLN (Persero) UP3 Serpong, khususnya Bagian Pemasaran dan Niaga yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalankan magang.



9. Kedua Orang Tua dan Keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Gama Dzakwan sahabat yang selalu memberikan dukungan selama proses pengerjaan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
11. Nadya yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
12. Teman-teman seperjuangan William, Jonathan, Azzaki dan Aisyah yang banyak membantu penulis dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan dan yang tidak henti-hentinya memberi dukungan dan motivasi. Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk memperbaiki tulisan ini. Penulis berharap agar Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN LPKL.....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>II</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>V</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	6
1.4 Manfaat Penelitian Tugas Akhir .....	7
1.5 Teori Relevan.....	7
1.5.1 Pengertian Pemasaran .....	7
1.5.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	8
1.5.3 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	10
1.5.4 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	10
1.5.5 Efektivitas <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	11
1.5.6 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	13
1.5.7 Promosi .....	14
1.5.8 <i>prmosi Mix</i> .....	15
1.5.9 Manajemen Konflik .....	16
1.6 Metode Magang.....	17
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>19</b>
2.1 Sejarah Perusahaan.....	19

2.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	20
2.3	Kegiatan Departemen Pemasaran.....	21
<b>BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>22</b>
3.1	Penempatan dan Jadwal Magang .....	22
3.2	Uraian Deskripsi Tugas .....	22
3.3	Analisis dan Pembahasan Masalah.....	26
<b>BAB IV KESIMPULAN .....</b>		<b>37</b>
4.1	Kesimpulan.....	37
4.2	Saran .....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		
<b>LAMPIRAN.....</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kegiatan Promosi PT PLN (Persero) UP3 Serpong.....
Tabel 1.2 Marketing <i>Tools</i> PT PLN (Persero) UP3 Serpong .....
Tabel 1.3 Konflik Pelanggan dengan PT PLN .....
Tabel 1.4 Konflik Pelanggan dengan PT PLN .....
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Magang .....
Tabel 3.2 Golongan Tarif Tenaga Listrik .....
Tabel 3.3 Benefit Program Terangi Ramadhan 2023 Golongan Residen .....
Tabel 3.4 Detail Pelanggan Terangi Ramadhan 2023 Golongan Residen.....
Tabel 3.5 Pencapaian Target Terangi Ramadhan 2023 Golongan Residen.....
Tabel 3.6 Benefit Program Ramadhan Berkah 2023 Golongan Sosial .....
Tabel 3.7 Detail Pelanggan Ramadhan Berkah 2023 Golongan Sosial .....
Tabel 3.8 Pencapaian Target Ramadhan Berkah 2023 Golongan Sosial .....

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT PLN (Persero) UP3 Serpong .....
Gambar 3.1 Rekap Permohonan Pelanggan Melalui <i>Spreadsheet</i> .....
Gambar 3.2 Informasi Keluhan Pelanggan ke <i>Person In Charge</i> (Pic) Bagian Terkait Pelayanan PLN Melalui Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT). .....
Gambar 3.3 Mengoperasikan Aplikasi PLN CRM dengan Menginput Kegiatan Pemasaran. ....
Gambar 3.4 Rekap Laporan Kegiatan Pemasaran Melalui Microsoft Excel .....
Gambar 3.5 iklan cetak di surat kabar kompas.com.....
Gambar 3.6 Informasi Tentang Layanan Program Promo Beli Kendaraan Listrik Dapat <i>Cashback</i> .....