

**PENERAPAN “SISTEM INFORMASI *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*” Dalam
Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN
(Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Putu Yuni Ariani

NIM 2015713018

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

**PENERAPAN “SISTEM INFORMASI *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*” Dalam
Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN
(Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Putu Yuni Ariani

NIM 2015713018

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putu Yuni Ariani

NIM : 2015713018

Prodi/Jurusan : D3 Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:

“PENERAPAN “SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) “ DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN, PADA PT.PLN (Persero) UNIT LAYANAN PELANGGAN (ULP) DENPASAR”.

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Putu Yuni Ariani

2015713018


Lembar Persetujuan dan Pengesahan

**PENERAPAN “SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM)” Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada
PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) DENPASAR**

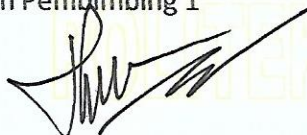
Tugas akhir ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh Ijazah Diploma Tiga
Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

PUTU YUNI ARIANI
NIM. 2015713018

Badung, 25 Agustus 2023
Disetujui oleh,

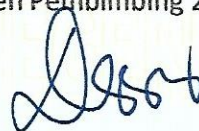
Nama Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji, I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd NIP. 198809092019031013	
Dosen Penguji 1, Ni Made Kariati, S.Kom., M.Cs NIP. 197712152006042001	
Dosen Penguji 2, Dr. I Ketut Santra, M.Si NIP. 196710211992031002	

Dosen Pembimbing 1



(I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd)
NIP. 198809092019031013

Dosen Pembimbing 2.



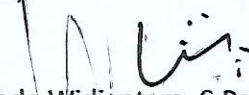
(Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom.,M.M)
NIP. 197612012002122002

Disahkan oleh,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,



(Nyoman Indah K. D.,S.E,MBA,Ph.D)
NIP. 196409291990032003

Diketahui oleh,
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,



(I Made Widiantara, S.Psi.,M.Si)
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Alhamdulillah, puji Syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Penerapan “Sistem Informasi *Customer Relationship Management (CRM)*” Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Denpasar”**.

Penulisan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan serta untuk memperoleh ijazah Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Selama penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas dalam kegiatan belajar di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan izin serta petunjuk dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan

tugas akhir ini.

3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi.,M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan petunjuk dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan saran, motivasi, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom.,M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan saran, motivasi, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen Politeknik Negeri Bali, khususnya Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan dorongan selama penulis mengikuti perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
7. Bapak I Wayan Novidi Putra selaku Manager PT. PLN (Persero) ULP Denpasar telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.
8. Ibu Ni Made Eny Kasumari selaku Supervisor Pelayanan Pelanggan dan Administrasi PT. PLN (Persero) ULP Denpasar yang telah membimbing langsung pada saat penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
9. Seluruh staff PT. PLN (Persero) ULP Denpasar yang senantiasa

membantu penulis dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan serta kesediaannya dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir.

1. Kedua orang tua yang telah memberikan doa serta dukungan selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
2. Seluruh teman-teman yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harakan dari kesempurnaan laporan tugas akhir ini.

Besar harapan penulis semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan pikiran bagi semua pihak guna menambah pengetahuan, akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Badung, 25 Agustus 2023



Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi di dunia saat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja seluruh lini bisnis, baik perusahaan perdagangan maupun jasa. Agar tetap kompetitif, perusahaan perlu memajukan teknologinya. Aspek lain yang harus diperhatikan seiring berkembangnya perusahaan adalah hubungan pelanggan yang juga harus dijaga setiap saat. Kepercayaan dan loyalitas pelanggan adalah hal yang membantu bisnis Anda berkembang. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan dibuktikan dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Untuk menjaga hubungan baik dengan prospek dan pelanggan, perusahaan menggunakan manajemen hubungan pelanggan (CRM). CRM adalah layanan yang dipersonalisasi untuk pelanggan yang bertujuan memberikan pengalaman yang konsisten untuk memastikan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. CRM dalam bisnis ditujukan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kinerja bisnis dengan mendapatkan loyalitas pelanggan yang kebutuhannya dipenuhi melalui bisnis.

CRM juga dapat diterapkan melalui sistem berbasis internet yang biasa disebut dengan E-CRM. E-CRM menggunakan teknologi informasi atau perangkat lunak sebagai alat untuk memberikan pandangan komprehensif kepada bisnis tentang pelanggan mereka dan membantu mereka membangun, memelihara, dan menumbuhkan hubungan yang tepercaya dan memuaskan pelanggan, terutama dengan bisnis. Sebuah strategi bisnis yang membantu Anda mengelola hubungan pelanggan. E-CRM yang baik memudahkan bisnis berinteraksi dengan prospek dan pelanggan serta memberikan informasi yang mereka butuhkan. Ini juga membantu pelanggan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dengan lebih cepat dan mudah.

Demikian pula bagi PT. PLN (Persero) yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa kelistrikan. Salah satu tugas utamanya adalah menyediakan sumber daya tenaga listrik untuk kebutuhan seluruh bangsa Indonesia. PT. PLN (Persero) adalah pelaku tunggal (monopoli) dalam usaha kelistrikan, dengan Pemerintah Republik Indonesia sebagai pemegang saham terbesar. Era globalisasi dan berkembangnya komitmen pemerintah untuk menerapkan ekonomi pasar serta memangkas praktek-praktek monopoli, telah menyebabkan meningkatnya iklim persaingan usaha di Indonesia. Kondisi tersebut memaksa setiap perusahaan, baik publik maupun privat untuk mengkaji ulang strategi bisnis yang telah diterapkan selama ini, agar mereka dapat terus bertahan hidup dan mampu memenangkan persaingan. (Gemala Wijaya,2017)

PT.PLN (Persero) merupakan pemain tunggal (monopolis) dalam bisnis ketenagalistrikan dan Pemerintah Republik Indonesia merupakan pemegang saham terbesar. Era globalisasi dan meningkatnya upaya pemerintah untuk memperkenalkan ekonomi pasar dan menghentikan praktik monopoli telah membawa lingkungan persaingan yang lebih baik bagi dunia usaha di Indonesia. Situasi ini memaksa semua perusahaan, baik pemerintah maupun swasta, untuk menilai kembali strategi bisnis yang ada agar dapat bertahan dan tetap kompetitif.

Pelanggan yang tersebar menimbulkan kendala tersendiri dalam pendistribusian atau penyaluran tenaga listrik ke lokasi konsumen, sehingga dalam hal ini diperlukan teknis pelaksanaan yang berbeda disesuaikan dengan kebutuhan tenaga listrik dan letak geografis wilayah. Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam upaya kami meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya jabatan pelayanan ini merupakan unsur pendukung kegiatan pemasaran jasa PLN. Untuk itu PLN memberikan perhatian khusus pada kegiatan pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan listrik pelanggannya dan berupaya untuk benar-benar memuaskan pelanggannya. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan pelanggan maka pelanggan merasa puas, namun jika pelayanan dibawah harapan maka pelanggan tidak puas atau tidak puas. Tentunya pelanggan yang tidak puas terhadap kualitas atau pelayanan yang diberikan juga akan mengeluhkan ketidakpuasannya kepada orang lain yang pada akhirnya akan merugikan PLN sendiri.

PT.PLN (Persero) telah banyak melakukan inovasi pelayanan terhadap pelanggannya. Salah satunya dengan pemanfaatan teknologi informasi, seluruh kebutuhan pelanggan dicatat dalam sistem informasi bernama PLN CRM. Dengan hadirnya PLN CRM yang dapat digunakan sebagai alat terintegrasi PLN untuk lebih mengembangkan bisnis dan pemasaran PLN serta lebih

meningkatkan kualitas layanan, aplikasi ini juga dapat mendukung dan memotivasi kinerja penjualan.

Dengan diperkenalkannya PLN CRM, PT PLN (Persero) juga berupaya meningkatkan kualitas layanan pelanggannya. Di sisi lain, aplikasi ini juga bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas penjualan dengan menjual produk PLN secara otomatis dari lead dan prospek ke pelanggan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Melalui aplikasi PLN CRM, bagian penjualan dapat dengan cepat merespon permintaan calon pelanggan yang membutuhkan jasa pemasangan baru, pergantian daya, atau pemasangan sementara. Teknologi ini membantu PT. PLN (Persero) meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggannya, meningkatkan penjualan dan juga menerima informasi pertanyaan dari calon pelanggan.

Tujuan utama PLN CRM adalah menghubungkan pelanggan dan sales sehingga dapat dengan cepat menangkap peluang yang ada pada berbagai produk kelistrikan kapanpun dan dimanapun. PLN CRM juga dapat memantau kinerja penjualan sehingga menciptakan perlombaan untuk kinerja penjualan yang lebih baik di PLN. Keuntungan terbesar perusahaan berasal dari pelanggan setianya, dan perusahaan mampu menjual lebih banyak produk kepada mereka yang menjadi pelanggan setianya.

Penerapan *Customer Relationship Management* melalui sistem informasi yaitu PLN CRM tentunya tidak lepas dari berbagai kendala dan permasalahan yang terkadang dihadapi. Hal tersebut tentunya akan membawa pengaruh dalam pencapaian kepuasan pelanggan untuk memberikan pelayanan dan pencapaian perusahaan. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat permasalahan yang sering dihadapi yaitu dalam proses bisnis melalui PLN CRM salah satunya, seperti sistem yang tidak berjalan lancar pada saat akan menginput permohonan pelanggan, yang dimana akan menghambat proses dari kinerja sales dan menciptakan keterlambatan dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut tidak dapat dibiarkan dan tentunya ada penanganan yang harus dilakukan oleh pihak PT. PLN untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba melakukan penelitian mengenai **“PENERAPAN SISTEM INFORMASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (Persero) UNIT LAYANAN PELANGGAN (ULP) DENPASAR ”**.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar?
2. Apa saja kendala dalam sistem informasi *CRM (Customer Relationship Management)* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.
2. Untuk dapat menjelaskan kendala apa saja yang terdapat dalam sistem informasi *CRM (Customer Relationship Management)* yang diterapkan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Laporan ini sebagai sarana belajar dalam mempraktikkan pengetahuan yang dimiliki dari bangku perkuliahan dengan apa yang terjadi di lapangan sehingga dapat menambah wawasan untuk melangkah nantinya ke dunia industri.

2. Bagi Jurusan Administrasi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan hasil penelitian ini dapat disajikan sebagai bahan masukan dalam menambah wawasan dunia Pendidikan serta menambah referensi dalam pencarian sumber informasi terutama dalam penelitian berikutnya.

3. Bagi Perusahaan

Penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan saran bagi PT. PLN (Persero) ULP Denpasar dalam penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.

E. Metode Penelitian

Adapun metode yang penulis gunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan yaitu pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar yang beralamat di Jl. P.B. Sudirman No.2, Dauh Puri, Kec. Denpasar Barat, Denpasar, Bali 80232

2. Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini adalah penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

1) Data Kualitatif

Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang membuat penelitiannya sangat tergantung pada informasi dari objek atau partisipan pada ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum, pengumpulan data sebagian besar dari teks atau kata-kata

partisipan, dan menjelaskan serta melakukan analisis terhadap teks yang dikumpulkan secara subjektif.

b. Sumber Data

1) Data Sekunder

Sugiyono (2014;224) menyebutkan bahwa “data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian”. Dalam hal ini data yang didapat diperoleh secara tidak langsung seperti, kebijakan perusahaan mengenai penerapan sistem informasi *CRM* , sejarah perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

2) Data Primer

Syofian Siregar (2017:16) menyebutkan bahwa “data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Dalam hal ini data yang didapat diperoleh secara langsung dengan melakukan wawancara dengan salah satu pegawai yang melayani pelanggan melalui *CRM* , wawancara dilakukan dengan menanyakan beberapa pertanyaan mengenai sistem informasi *CRM*.

c. Teknik Pengumpulan Data

1) Metode Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan jalan mengamati, meneliti atau mengukur kejadian yang sedang berlangsung. Lebih lanjut, Patton (1990) dalam Haryono (2020:19), menegaskan bahwa observasi merupakan metode penelitian yang penting untuk memahami dan memperkaya pengetahuan tentang fenomena yang diteliti. Dalam melakukan penelitian ini, dilakukan secara langsung berdasarkan kejadian yang ada di tempat penelitian dengan tujuan agar lebih mengetahui mengenai penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.

2) Metode Wawancara

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wawancara merupakan proses tanya jawab dengan narasumber yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya tentang sesuatu hal. Menurut Mardawani (2020:50-52) wawancara mendalam merupakan sebuah proses untuk memperoleh informasi atau keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan informan dengan menggunakan atau tanpa menggunakan pedoman. Wawancara dilakukan dengan Sales pelayanan pelanggan PT. PLN (Perseo) ULP Denpasar untuk lebih mengetahui

secara langsung mengenai penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.

3) Studi Pustaka

Studi kepustakaan yaitu mencari dengan mengumpulkan bahan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh data skunder dengan cara membaca, mempelajari, dan mendalami literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam tugas akhir ini, sehingga peneliti memperoleh landasan teori yang cukup untuk mempertanggung jawabkan analisis dan pembangunan masalah.

4) Metode Dokumentasi

Menurut Mardawani (2020:52), dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencermati dan menganalisis dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau orang lain untuk penelitian. Adapun beberapa dokumen yang diperoleh dari PT. PLN (Persero) ULP Denpasar guna melengkapi penelitian ini agar lebih akurat.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menguraikan dan memaparkan secara sistematis fakta-fakta yang diperoleh dilapangan selama melaksanakan penelitian mengenai penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Denpasar.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan oleh penulis pada bab sebelumnya, terutama pada bab pembahasan yang terdapat pada bab IV, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Pelaksanaan Customer Relationship Management (CRM) dengan adanya sistem informasi PLN CRM di PT.PLN (Persero) ULP Denpasar dilakukan untuk lebih meningkatkan layanan pelanggan. Hal ini terlihat pada penggunaan teknologi, manusia, proses implementasi dan pengetahuan mereka yang digunakan untuk mendukung implementasi CRM PT.PLN (Persero) ULP Denpasar memberikan berbagai kemudahan diantaranya dalam memperoleh informasi kepada pelanggan dengan menyediakan berbagai sumber seperti website, SMS dan layanan call center. lebih-lebih lagi Terbentuknya database pelanggan yang komprehensif,

dukungan karyawan yang profesional dan andal serta proses perencanaan yang matang. PT PLN (Persero) ULP Denpasar dapat memberikan layanan sesuai kebutuhan. Dengan cara ini PT.PLN (Persero) ULP Denpasar akan melayani pelanggannya secara individual dan memberikan kepuasan yang mereka harapkan.

2. Kendala-kendala yang ditemukan dalam penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) melalui aplikasi PLN CRM adalah sistem yang tidak sesuai dengan harapan dari perusahaan dan meyakinkan individu untuk mengadopsi perubahan dengan perkembangan teknologi seperti sekarang ini. Dimana seluruh proses dari bisnis sudah melalui sistem.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, maka dapat diusulkan saran yang dapat diambil manfaatnya oleh pihak PT.PLN (Persero) ULP Denpasar yaitu:

1. Evaluasi terhadap penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) menggunakan PLN CRM harus ditingkatkan. Karena peningkatan evaluasi terhadap penerapan PLN CRM akan mengurangi resiko kegagalan dalam upaya PT. PLN (Persero) ULP Denpasar memberikan kepuasan kepada pelanggan.

2. Pelaksanaan *Customer Relationship Management* (CRM) diharapkan selalu melakukan inovasi untuk kedepannya agar selalu mengikuti perkembangan yang ada, sehingga selalu memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk bisa selalu memenuhi kebutuhannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiseh, F., Kertahadi, K., & Riyadi, R. (2013). *Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management (Crm) Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan (Studi Pada PT Pln (Persero) Unit Pelayanan Dan Jaringan (Upj) Dinoyo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Adisel, A. (2019). Manajemen Sistem Informasi Pembelajaran. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 2(2), 105-112.
- Darmawan, D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*.
- DIYANTORO, T., & INDRIANI, F. (2018). *PENGARUH KOMPONEN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PD BPR BANK WONOSOBO KANTOR KAS KERTEK* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Fathurrozi, A., & Karimah, F. (2021). PELAYANAN DAN INFORMASI CUSTOMER SERVICE BERBASIS BOT TELEGRAM DENGAN ALGORITMA FORWARD CHAINING PADA CV. PRIMGUARD INDONESIA. *Journal of Informatic and Information Security*, 2(2).

Hidayat, F. (2020). *Konsep Dasar Sistem Informasi Kesehatan*. Deepublish.

Juhji, J., Wahyudin, W., Muslihah, E., & Suryapermana, N. (2020). Pengertian, ruang lingkup manajemen, dan kepemimpinan pendidikan Islam. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(2), 111-124.

Meldiana, M. R., & Rahardi, D. R. (2020). Peran Customer Service dalam Mendukung Kompetensi Pegawai Pada Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1567-1581.

Muhson, A. (2006). *Teknik analisis kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta, 183-196.

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.

Susskind, A. M., Kacmar, K. M., & Borchgrevink, C. P. (2003). *Customer service providers' attitudes relating to customer service and customer satisfaction in the customer-server exchange*. *Journal of applied psychology*, 88(1), 179

Vukmir, R. B. (2006). *Customer satisfaction*. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 19(1), 8-31.