

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi persaingan bisnis modern, perusahaan kini telah mentransformasi sistem pelayanan mereka dari model konvensional menjadi layanan berbasis digital yang mengedepankan *E-service Quality*. Langkah strategis ini sejalan dengan masifnya lonjakan jumlah pengguna internet dunia. Berdasarkan riset terbaru dari *We Are Social*, jumlah pengguna internet global pada awal tahun 2024 telah mencapai 5,35 miliar jiwa dan terus meningkat pesat hingga menembus angka 5,56 miliar jiwa pada Januari 2025 (<https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>).

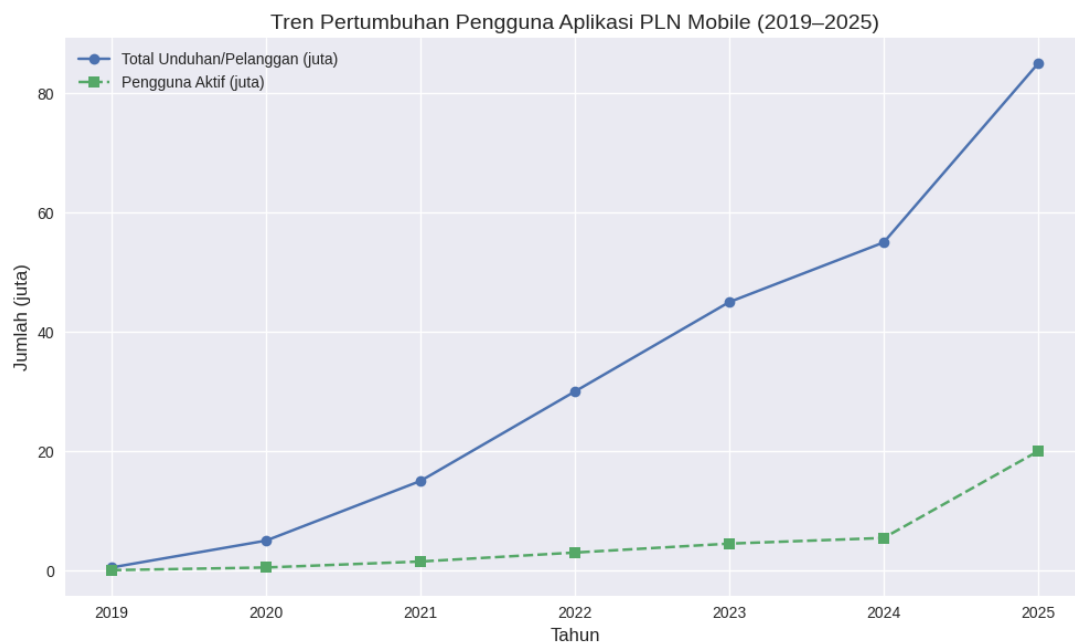
Dominasi perangkat seluler menjadi faktor kunci dalam perubahan perilaku konsumen ini. Data tahun 2025 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet kini menghabiskan sebagian besar waktu daring mereka melalui ponsel pintar (*smartphone*), dengan tingkat penetrasi perangkat seluler yang mencakup hampir seluruh populasi produktif (*wearesocial.com*). Di Indonesia, kemudahan akses terhadap perangkat pendukung dan infrastruktur jaringan yang semakin merata menjadi katalis utama dalam meningkatkan literasi digital masyarakat. Hal ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya hadir secara daring, tetapi juga memastikan kualitas layanan elektronik mereka memiliki keandalan, keamanan, dan responsivitas yang tinggi guna memenuhi ekspektasi pengguna yang semakin bergantung pada ekosistem digital.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong berbagai sektor, termasuk layanan publik, untuk menghadirkan inovasi berbasis aplikasi *mobile*. PLN (Persero) sebagai penyedia listrik nasional merespons tantangan tersebut dengan menghadirkan PLN *Mobile*, sebuah aplikasi digital yang memungkinkan pelanggan mengakses hampir seluruh layanan kelistrikan melalui ponsel. Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat melakukan pembayaran tagihan, pembelian token, pencatatan meter mandiri, pengaduan gangguan, hingga memantau progres penyelesaian keluhan. Kehadiran PLN *Mobile* menjadi bagian dari transformasi digital PLN untuk memberikan pelayanan berbasis teknologi yang lebih efisien, modern, dan responsif.

Sejak diluncurkan, aplikasi PLN *Mobile* menunjukkan pertumbuhan signifikan. Pada awal peluncuran tahun 2019, jumlah unduhan hanya sekitar 500 ribu, dengan *rating* relatif rendah (2,5) karena banyak keluhan pelanggan terkait fitur dan stabilitas sistem. Namun, seiring dengan perbaikan berkelanjutan, PLN berhasil meningkatkan kualitas layanan digitalnya. Tercatat hingga akhir tahun 2024, aplikasi ini telah diunduh lebih dari 55 juta kali, dengan jumlah pengguna aktif mencapai 5,45 juta pengguna aktif yang memanfaatkan fitur pembayaran tagihan, pembelian token, pencatatan meter mandiri, dan pengaduan gangguan. Beberapa hasil penelitian Hidayat, Hadi (2024), Bunga (2023), Panirogo (2023), Kusuma dan Ilham (2021) menemukan hasil menunjukkan bahwa aplikasi PLN *Mobile* memberikan banyak manfaat bagi pelanggan, seperti kemudahan mengakses informasi dan layanan kelistrikan, kemudahan dalam melakukan pembayaran tagihan dan pembelian token, serta kemudahan dalam menyampaikan pengaduan dan keluhan. Studi ini menunjukkan adanya peningkatan keberhasilan PLN dalam melakukan transformasi

digital dan menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan publik yang cepat, transparan, dan mudah diakses. Tren positif berlanjut pada tahun 2025, di mana jumlah pengguna aplikasi PLN *Mobile* mencapai 85 juta pelanggan di seluruh Indonesia. Grafik ini memperlihatkan perkembangan jumlah *unduh*an/pelanggan dan pengguna aktif dari awal peluncuran hingga tahun 2025.

<https://www.viva.co.id/bisnis/1822524-85-juta-pelanggan-sudah-pakai-aplikasi-mobile-pln-genjot-kinerja-layanan-digital>.



Gambar 1.1 Tren Pertumbuhan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* 2019 s.d 2025

Pertumbuhan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* tidak hanya mencerminkan keberhasilan transformasi digital, tetapi juga membuka peluang penelitian terkait *service quality* dan *financial behavior* (Al Asari 2023). Kualitas layanan yang andal, responsif, dan transparan diyakini meningkatkan kepuasan pelanggan (D saing 2024). Sementara itu, fitur monitoring dan notifikasi tagihan berpotensi membentuk perilaku

keuangan yang lebih disiplin dan rasional. Dengan demikian, analisis terhadap PLN *Mobile* dapat dilakukan dengan mengaitkan dimensi *service quality* dan *financial behavior* sebagai dasar evaluasi pemanfaatan aplikasi digital dalam layanan publik.

PT PLN (Persero) UP3 Padang merupakan unit strategis di bawah PT PLN (Persero) UID Sumatera Barat yang menjadi motor penggerak transformasi layanan digital di wilayah ibu kota provinsi. Sejalan dengan pilar aspirasi '*Customer Focused*', PT PLN (Persero) UP3 Padang memiliki tanggung jawab besar dalam mengalihkan pola interaksi pelanggan dari layanan konvensional (tatap muka/*call center*) menuju ekosistem digital PLN *Mobile*.

Table 1.1 Perbandingan Kinerja Digitalisasi PT PLN UP3 Padang (Desember 2024 dan November 2025)

Indikator Kinerja	Desember 2024	November 2025	Pertumbuhan/Kenaikan
(1)	(2)	(3)	(4)
Total Pelanggan	688.866	714.725	3,75%
Pengguna Aktif (<i>Downloader</i>)	256.536	262.443	2,32%
Jumlah Transaksi Melalui Aplikasi (Transaksi)	166.661	227.692	36,62%
Efektivitas (%Transaksi/ <i>Downloader</i>)	64,97%	86,76%	21,79%
Penetrasi (%Transaksi/Total Pelanggan)	24,20%	31,90%	7,70%

Sumber: Data olahan dari laporan kinerja PT PLN UP3 Padang

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa implementasi pemakaian PLN *Mobile* di PT PLN (Persero) UP3 Padang menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat tinggi, ditandai dengan lonjakan rasio transaksi terhadap pengunduh dari 64,97% menjadi

86,76% pada periode Desember 2024 dan November 2025. Peningkatan jumlah transaksi mencapai 227.692 meskipun pengguna aktif (*downloader*) cenderung stabil di angka 262.443. Hal ini berdampak pada kenaikan penetrasi transaksi terhadap total pelanggan sebesar 31,9%. Secara keseluruhan, data ini mengindikasikan bahwa aplikasi telah berhasil mengubah perilaku pelanggan di PT PLN (Persero) UP3 Padang menjadi lebih digital dan transaktif.

Meningkatnya angka efektivitas transaksi di PT PLN (Persero) UP3 Padang yang mencapai 86,76% mengindikasikan bahwa penggunaan aplikasi PLN *Mobile* tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur digital, tetapi juga sangat berkaitan erat dengan perilaku keuangan pelanggan. Pergeseran dari metode pembayaran konvensional ke *platform* digital mencerminkan adanya peningkatan literasi keuangan, di mana pelanggan mulai menyadari pentingnya pengelolaan pengeluaran listrik secara mandiri dan *real-time*. Efektivitas yang ditawarkan oleh aplikasi, baik dari segi waktu maupun biaya transaksi, mendorong pelanggan untuk mengadopsi perilaku keuangan yang lebih terencana, terutama melalui fitur pemantauan riwayat penggunaan dan kemudahan pembelian token atau pembayaran tagihan di mana saja dan kapan saja. Dengan pertumbuhan jumlah transaksi melalui aplikasi yang melonjak sebesar 36,62% pada November 2025, terlihat jelas bahwa aspek efektivitas keuangan menjadi motivasi utama pelanggan dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi ini.

Di sisi lain, keberhasilan transformasi digital ini sangat bergantung pada tingkat kualitas layanan terhadap layanan elektronik yang diberikan. Meskipun pertumbuhan jumlah pengunduh (*real*) cenderung stabil, peningkatan drastis pada

volume transaksi menunjukkan adanya *retention rate* yang tinggi, yang merupakan indikator utama dari kepuasan pengguna. Pelanggan yang merasa puas terhadap kemudahan antarmuka, kecepatan proses transaksi, serta keandalan layanan seperti fitur pengaduan dan *Virtual Command Center*, akan cenderung menggunakan aplikasi secara berulang. Kepuasan ini tercipta ketika ekspektasi pelanggan terhadap layanan publik yang responsif dapat dipenuhi oleh PLN *Mobile*, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk sepenuhnya beralih dari layanan tatap muka.

Namun demikian, tantangan tetap ada mengingat tingkat penetrasi transaksi terhadap total pelanggan di PT PLN (Persero) UP3 Padang baru mencapai 31,9% pada November 2025. Hal ini menunjukkan masih terdapat gap yang cukup besar antara total basis pelanggan dengan mereka yang benar-benar aktif memanfaatkan fitur transaksi keuangan didalam aplikasi. Sesuai dengan penelitian Arianto, Nurmin dan Sabta Ad Difa (2020), membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli (perilaku keuangan). Begitu juga dgn penelitian Sutendi, D (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai dampak simultan pada keputusan pembelian melalui Pengguna Layanan *E-Commerce* di Kota Serang.

Dalam konteks rumah tangga maupun bisnis, pengelolaan keuangan terkait listrik menjadi bagian penting dari perilaku finansial. Aplikasi PLN *Mobile* memungkinkan konsumen mengatur pembayaran secara lebih terencana, menghindari keterlambatan, serta memantau pengeluaran energi. Hal ini berpotensi memengaruhi literasi dan disiplin keuangan masyarakat, terutama dalam mengelola kebutuhan dasar seperti listrik. Selain itu kepuasan konsumen menjadi salah satu tolok ukur utama

efektivitas layanan digital. Kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keandalan sistem, serta kualitas layanan purna jual akan menentukan sejauh mana aplikasi PLN *Mobile* diterima dan dimanfaatkan. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat citra PLN sebagai perusahaan yang adaptif terhadap era digital.

Studi yang telah dilakukan sebagian besar pada lembaga perbankan dalam menggunakan aplikasi *mobile*. Ayeasha Akhter (2020) mengidentifikasi dari enam variabel, tiga variabel, yaitu persepsi kegunaan, keamanan, dan kompetensi teknologi, diidentifikasi sebagai prediktor penting dari niat perilaku pelanggan untuk menggunakan layanan perbankan seluler. Umi kalsum (2025) dan Rindy (2024) menunjukkan penelitian yang berkontribusi pada pemahaman bagaimana teknologi informasi seperti aplikasi mobile dan faktur digital, serta teknologi pengingat otomatis seperti *Shunttrip*, dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas layanan dan memengaruhi perilaku pelanggan di industri jasa publik seperti PLN. Studi aplikasi pembayaran digital Liu et, all (2020) metode pembayaran memengaruhi perilaku konsumen, terdapat perbedaan kognitif selain perbedaan fisik antara metode pembayaran dan hal ini memediasi pengaruh metode pembayaran terhadap kesediaan membayar konsumen.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana perilaku keuangan dan persepsi kepuasan pelanggan secara kolektif mampu mendorong efektivitas penggunaan aplikasi secara lebih menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi krusial untuk Efektivitas Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* Ditinjau dari Perilaku Keuangan dan Kualitas Layanan pada PT PLN (Persero) UP3 Padang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap efektivitas pemanfaatan aplikasi PLN *Mobile* PT PLN (Persero) UP3 Padang?
2. Bagaimana pengaruh perilaku keuangan terhadap efektivitas pemanfaatan aplikasi PLN *Mobile* di PT PLN (Persero) UP3 Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap perilaku keuangan dalam pemanfaatan aplikasi PLN *Mobile* di PT PLN (Persero) UP3 Padang?
4. Bagaimana pengaruh perilaku keuangan memediasi kualitas layanan terhadap pemanfaatan aplikasi PLN *Mobile* di PT PLN (Persero) UP3 Padang?

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis (Akademis)
 - ◆ Sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori manajemen pemasaran dan perilaku konsumen yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam studi kasus nyata di industri kelistrikan.
 - ◆ Menambah wawasan dan pemahaman mendalam mengenai dinamika transformasi digital dan faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penggunaan aplikasi layanan publik.
 - ◆ Memenuhi salah satu syarat akademis dalam penyelesaian program studi pascasarjana.

2. Manfaat Bagi PT PLN (Persero) UP3 Padang (Praktis)

- ◆ Sebagai bahan evaluasi yang akan memberikan gambaran objektif mengenai tingkat efektivitas *PLN Mobile* serta sejauh mana perilaku keuangan dan kepuasan pelanggan memengaruhi penggunaan aplikasi tersebut.
- ◆ Sebagai dasar pengambilan keputusan yang dapat menjadi rujukan strategis bagi manajemen PT PLN (Persero) UP3 Padang dalam merumuskan program edukasi pelanggan (literasi keuangan) dan peningkatan kualitas fitur aplikasi (kepuasan) untuk mengejar target penetrasi pasar.
- ◆ Sebagai strategi pemasaran yang dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi segmen pelanggan yang belum aktif bertransaksi digital sehingga promosi dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran.

1.4 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penelitian lebih terarah dan mendalam, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada bagaimana perilaku keuangan dan kualitas layanan secara bersama-sama memengaruhi efektivitas penggunaan aplikasi *PLN Mobile* di PT PLN (Persero) UP3 Padang. Objek penelitian berfokus pada pengguna aplikasi *PLN Mobile* pada PT PLN (Persero) UP3 Padang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini disusun secara teratur untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai alur penelitian:

BAB I: PENDAHULUAN, berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN LITERATUR, menguraikan landasan teori terkait Perilaku Keuangan, Kepuasan Konsumen, dan Efektivitas Aplikasi. Bab ini juga memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN, menjelaskan desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasionalisasi variabel, serta metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN, menyajikan gambaran umum mengenai PT PLN (Persero) UP3 Padang, deskripsi data hasil penelitian (seperti data transaksi dan *downloader*), analisis statistik, serta pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN, berisi ringkasan hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah serta saran-saran praktis bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya.