

ABSTRAK

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendiskusikan program pelayanan pelanggan yang dilakukan Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan dan memaparkan profil dari PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. Relasi baik dengan pelanggan yang dijalin oleh Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan telah dicapai melalui kualitas pelayanan dan program yang inovatif. Metode dalam mengumpulkan data adalah observasi yang dilaksanakan ketika mengikuti program magang selama dua bulan di Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. Metode kedua adalah kegiatan wawancara dengan dua staf yang masing-masing berasal dari subdivisi Account Executive dan Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan. Metode ketiga adalah kegiatan dokumentasi yang dilakukan selama menjalani program magang. Studi perpustakaan juga digunakan dalam memperoleh data dari situs web, artikel, jurnal dan buku. Penulisan Tugas Akhir ini disusun menggunakan metode kualitatif dan dijelaskan secara deskriptif dengan menggabungkan beberapa buku, jurnal, artikel dan gambar. Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan berperan penting dalam memasarkan produk dan layanan yang disediakan oleh PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. Mengakomodasi segala keluhan pelanggan adalah salah satu upaya dalam meningkatkan pelayanan pelanggan. Beberapa media telah digunakan dalam menyebarkan informasi dan menampung keluhan pelanggan. Maka dari itu, PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta selalu berinovasi dalam mengembangkan program-program untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Program Pelayanan Pelanggan, Pemasaran, Reputasi Perusahaan, PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta

ABSTRACT

This final paper aims to discuss the customer service program conducted by Marketing and Customer Service Division and explain the profile of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. A good relation with customers maintained by Marketing and Customer Service Division was done through service quality and innovative program. Method of collecting data is observation conducted during a two-month internship program in the Marketing and Customer Service Division of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. The second method is an interview with two staff members, each from the Account Executive subdivision and Marketing and Customer Service subdivision. The third method is documentation conducted during the internship program. The library study is also used to obtain data from websites, articles, journals, and books. The writing of this final paper was compiled using the qualitative method and presented descriptively by incorporating theories from several books, journals, articles, and pictures. The findings show that the Marketing and Customer Service Division plays an essential role in marketing the product and service provided by PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. Accommodating customer complaints is one of the efforts to improve customer service. Several media are used to disseminate information and accommodate customer complaints. Therefore, PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta is continuously innovating in developing programs to enhance the company's reputation.

Keywords: Customer Service Programs, Marketing, Company Reputation, PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta