

Internalisasi Program Danantara 'Melayani Sepenuh Hati' dan Sosialisasi Penilaian CX100

Bogor, 8 Desember 2025

Divisi Customer Experience dan Excellent Services



Transformasi BUMN melalui Danantara lahir dari meningkatnya ekspektasi masyarakat dan kebutuhan menghadirkan layanan yang lebih cepat, mudah, serta lebih empatik. Untuk menjawab tantangan tersebut, Danantara mendorong perubahan budaya dan cara kerja yang menempatkan pelanggan sebagai pusat. Inisiatif “Melayani Sepenuh Hati” menjadi landasan agar BUMN memberikan layanan yang empatik, berintegritas, serta berstandar tinggi demi memperkuat kepercayaan publik.

Melayani Sepenuh Hati

The Transformation Soul of Indonesia’s SOEs

“From the heart of BUMN, for the heart of Indonesia.”

CEO Danantara Asset Management

#MelayaniSepenuhHati

It is not just a “communication campaign”, it is a promise to transform national services. It is about transforming the mindset & culture of BUMN to become an emphatic public service employee & institution based on customer journey.

KEYWORDS:

Transformation, Mindset, Culture, Emphaty, Public Service Employee, Public Service Facilities, Customer Journey & Experience Operation Excellence.

Melayani Sepenuh Hati

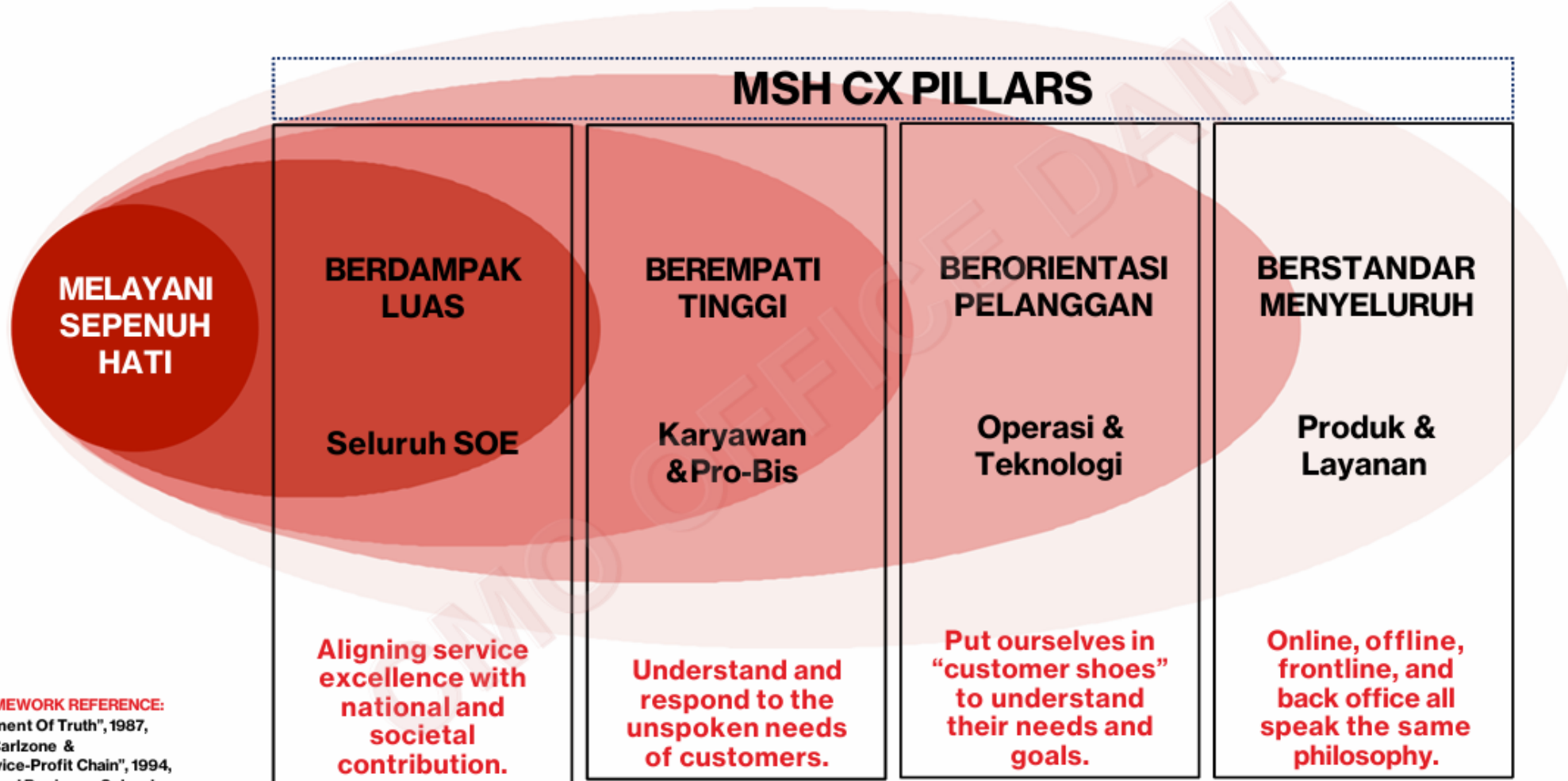
Melayani Sepenuh Hati means delivering with purpose, compassion, and integrity.

Principles:

- 1) **Empathy** – Understand before acting.
- 2) **Integrity** – Do the right thing, not the easy thing.
- 3) **Excellence** – Always raise the bar.
- 4) **Collaboration** – Serve as one unified SOE family.
- 5) **Legacy** – Leave a better institution for future generations.

EXPECTED IMPROVEMENT

Melayani Sepenuh Hati is Danantara's transformation commitment to deliver service excellence with **empathy, consistency, and impact**



FRAMEWORK REFERENCE:
"Moment Of Truth", 1987,
Jan Carlzone &
"Service-Profit Chain", 1994,
Harvard Business School
Private & Confidential

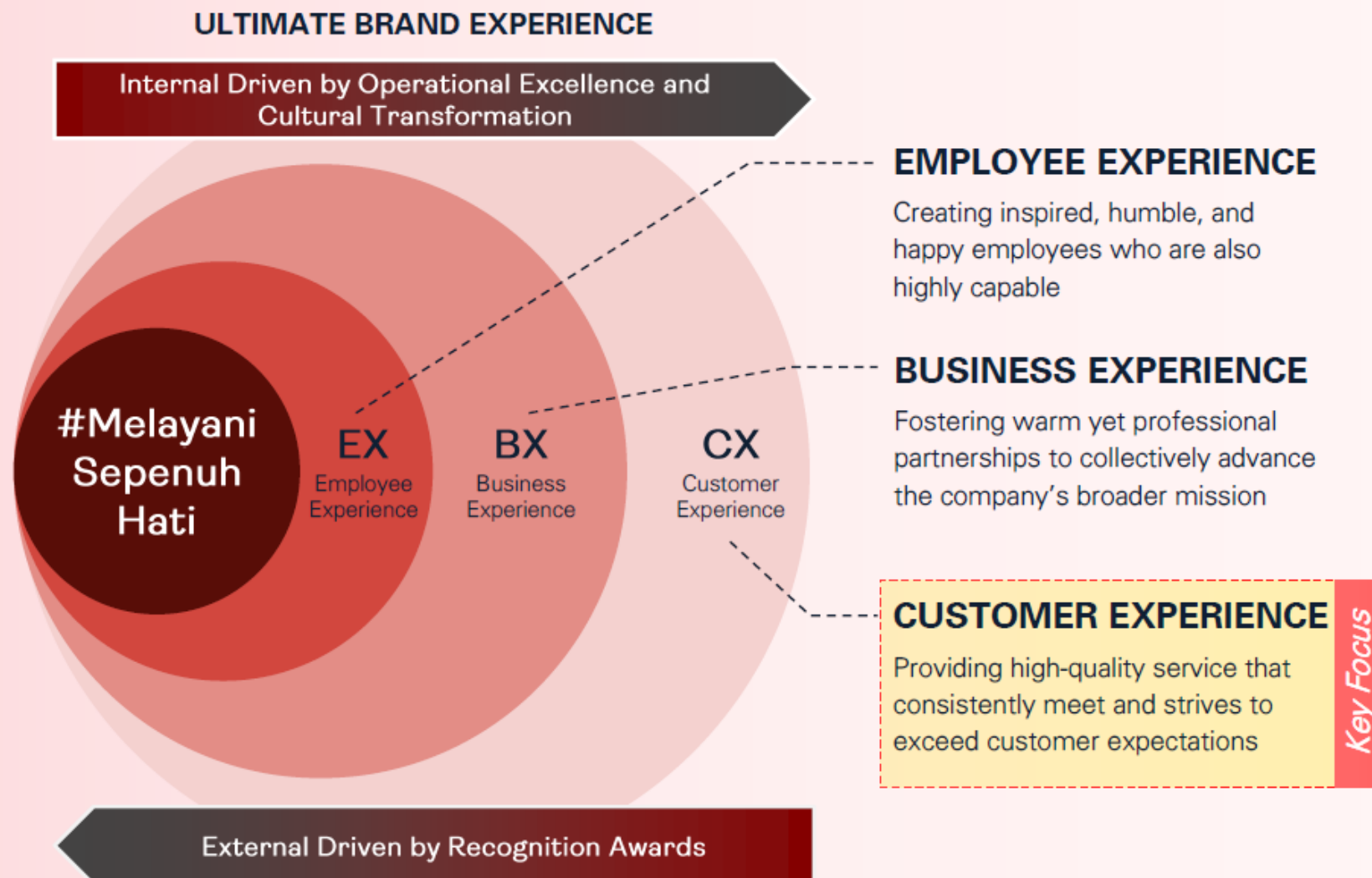
Danantara beraspirasi untuk melakukan **transformasi corporate culture** pada anak usaha yang berdampak pada *brand equity* dan *experience*, dengan **fokus awal pada CX (Customer Experience)**



“
Corporate Culture
Transformation Based
on a *Public Service*
Mindset
”



Mempersiapkan *brand experience* yang menyeluruh dan terintegrasi di lingkup **Danantara Group**, baik dari sisi karyawan, bisnis, maupun pelanggan, sehingga selaras dengan semangat pelayanan publik



Call to Action

Transformation starts when leaders lead by example.

- Model the behavior you want to see.
- Communicate the vision clearly.
- Empower teams to innovate close to the customer.
- Celebrate progress, not just outcomes.

“When each CEO says ‘I’m ready to serve differently,’ transformation begins.”

PROGRAM INDEX KALIBRASI CUSTOMER EXPERIENCE

Fokus pada 8 sektor B2C BUMN:

Infra Transportasi - Moda Transportasi - Logistik - Finansial - Pariwisata - Utilitas - Kesehatan - Retail



**Danantara
Indonesia**

cx100

**Sosialisasi &
Kalibrasi:**
Q4 '25 - Q1 '26

Assessment:
Q1 - Q2 '26

Awarding Night:
Q3 '26

DANANTARAINDONESIA.COM

Penilaian CX Index akan berbasis pada 3 parameter utama, yaitu tingkat **Effectiveness**, **Ease**, & **Emotion** yang diturunkan ke dalam 7 kriteria berikut

No	Pilar (L1)	No	Parameter (L2)	ISO	Deskripsi (L2)	No	Kriteria (L3)	Deskripsi (L3)
1	Effectiveness 	1.1	<i>Competence</i>	ISO 10004: 2018	Kemampuan atau kompetensi BUMN untuk memberikan layanan yang kompeten dan konsisten	1.1.1	Reliability	Kemampuan BUMN dalam memberikan produk atau layanan yang sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan
						1.1.2	Complaint Handling	Kemampuan BUMN dalam menangani keluhan pelanggan
2	Ease 	2.1	<i>Communication</i>	ISO 10004: 2018	Tingkat efektivitas penyampaian informasi yang jelas dan konsisten kepada pelanggan	2.1.1	Information Accessibility	Tingkat kemudahan pelanggan dalam mengakses informasi mengenai produk atau layanan BUMN
						2.2.1	Process Efficiency	Tingkat kemudahan pelanggan dalam proses memperoleh produk atau layanan yang dibutuhkan
		2.2	<i>Speed</i>	ISO 10004: 2018	Kecepatan BUMN dalam memberikan respons dan menyelesaikan permintaan layanan pelanggan	2.2.2	Responsiveness	Tingkat kecepatan dan ketanggapan BUMN dalam merespon dan memberikan layanan atas kebutuhan pelanggan
3	Emotion 	3.1	<i>Customized</i>	ISO 24082: 2021	Kemampuan BUMN dalam menyesuaikan dan kustomisasi layanan dengan karakteristik dan kebutuhan pelanggan	3.1.1	Value Added	Kemampuan BUMN untuk memahami dan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang relevan
		3.2	<i>Value Proposition</i>	ISO 24082: 2021	Kemampuan BUMN memberikan nilai tambah di luar layanan inti untuk meningkatkan kepuasan pelanggan	3.2.1	Comfort	Tingkat kenyamanan pelanggan saat berinteraksi dengan BUMN pada <i>service asset</i>

Terdapat **8 (delapan) klaster layanan** yang akan menjadi objek penilaian CX 100 Index...

8 Klaster Layanan BUMN*

Note: Lists not by order and not exhaustive

1 Energy & Public Utilities

Penyediaan layanan utilitas publik yang mencakup energi, minyak, gas, listrik, air, telekomunikasi, dan perumahan



2 Financial Services

Penyedia produk dan layanan keuangan, seperti perbankan, asuransi, dana pensiun, investasi, dan pegadaian



3 Healthcare

Penyedia layanan kesehatan, seperti rumah sakit, klinik, farmasi, dan fasilitas medis lainnya



4 Retail

Penyedia jasa transaksi jual beli barang fisik kepada konsumen yang mencakup toko, gerai, dan unit usaha sejenis



5 Tourism

Fokus kepada pengembangan dan pengelolaan sektor wisata, seperti pengelola hotel, destinasi wisata, dan platform promosi wisata



6 Transportation Mode

Penyedia layanan transportasi seperti transportasi dan jasa logistik udara, darat, laut, dan perkeretaapian



7 Transportation Infrastructure

Penyedia layanan infrastruktur dan akses, seperti jalan tol, pelabuhan, bandara, dan infrastruktur lainnya



8 Logistics

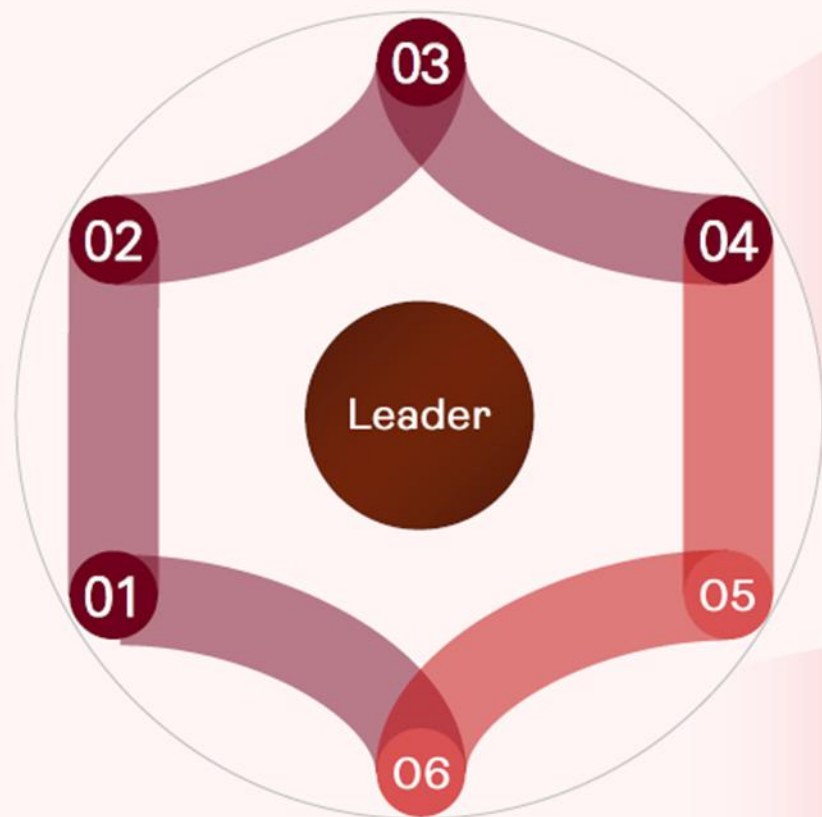
Penyedia layanan jasa logistik *first mile* hingga *last mile* yang mencakup logistik udara, darat, laut, dan perkeretaapian



*Logo BUMN yang ditampilkan hanya sebagai ilustrasi anggota klaster tanpa tujuan lainnya

Untuk mendorong objektivitas & inklusivitas, penilaian CX Index akan dilakukan oleh penilaian publik, customer, dan penilaian oleh **Index Committee...**

Komposisi Komponen Penilai CX Index



Peran Tim Index Committee CX

Index Committee

- L** **Leader**
Pemimpin Index Committee yang menetapkan tujuan dan prioritas serta mengambil keputusan akhir dalam penilaian CX Index
- 01** **Expert**
Ahli yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mendalam terhadap customer experience terhadap sektor terkait
- 02** **Asosiasi**
Representatif dari organisasi atau asosiasi yang memiliki wawasan terhadap best practice customer experience sektor terkait
- 03** **Danantara**
Representatif dari shareholder yang dapat memberikan input mengenai customer experience BUMN
- 04** **Stakeholder Committee**
Penggerak sektor yang dapat terdiri dari regulator dan komunitas, sehingga dapat memberikan input strategis terhadap customer experience

Penilaian Publik/Customer

- 05** **Publik**
Representatif dari masyarakat atau publik dengan memberikan persepsi umum mengenai BUMN dengan *customer experience* yang terbaik
- 06** **User/Customer**
Pendapat pelanggan dari BUMN terhadap *customer experience* berdasarkan pengalaman pribadi

...Dengan rincian terhadap setiap **metode pengumpulan data** utama yang akan dilakukan sebagai berikut

	Methodology					
	 In-Depth-Interview	 Focus Group Discussion	 Online Survey	 Face-to-Face Interview	 Polling	 Mystery Shopping
Subjek Penilai	- Management Danantara - Expert - Associations	Stakeholder Committee (Technical Ministries & Communities)	Customers	Customers	General Public	Team CX Index
Instrumen Survei	Master Kuesioner by Parameter (akan di-customized berdasarkan sektor & metode)				Short Statement by Sector & Universal	Guideline Checklist by Customer Journey
Flow Pengisian	- Link kuesioner dibagi sebelum sesi - Interviewer mengklarifikasi jawaban yang di-submit + penjelasan detail	- Link kuesioner dibagi sebelum sesi - Moderator mengklarifikasi jawaban yang di-submit + penjelasan detail - Antar responden saling berdiskusi & ada kesempatan untuk <i>adjustment</i> sebelum <i>submission</i>	- Link didistribusikan kepada customer-customer BUMN terkait - Kuesioner diisi mandiri oleh responden - Terdapat <i>screening</i> untuk memastikan pengisi adalah pengguna jasa & layanan	- Tim enumerator melakukan <i>intercept</i> di lokasi-lokasi yang terdapat <i>service asset</i> BUMN terkait - Jawaban akan diisikan langsung di kuesioner <i>online</i> oleh enumerator - Enumerator dapat mengklarifikasi alasan untuk jawaban yang diberikan	- Polling berbasis web - Link untuk mengisi polling didistribusikan melalui aplikasi & <i>owned media</i> tiap BUMN - Terdapat polling secara universal & <i>by</i> kluster	- Proses akan dilakukan secara tersembunyi - Shopper adalah customer BUMN terkait & mendapat pembekalan - Shopper akan melalui <i>customer journey</i> sekaligus mengumpulkan <i>evidence</i> <i>Checklist mystery shopping & evidence</i> di-upload langsung ke sistem
Duration	30 – 60 Menit	45 – 90 Menit	5 Menit	10 – 15 Menit	<1 Menit/Polling	45 – 60 Menit/Skenario

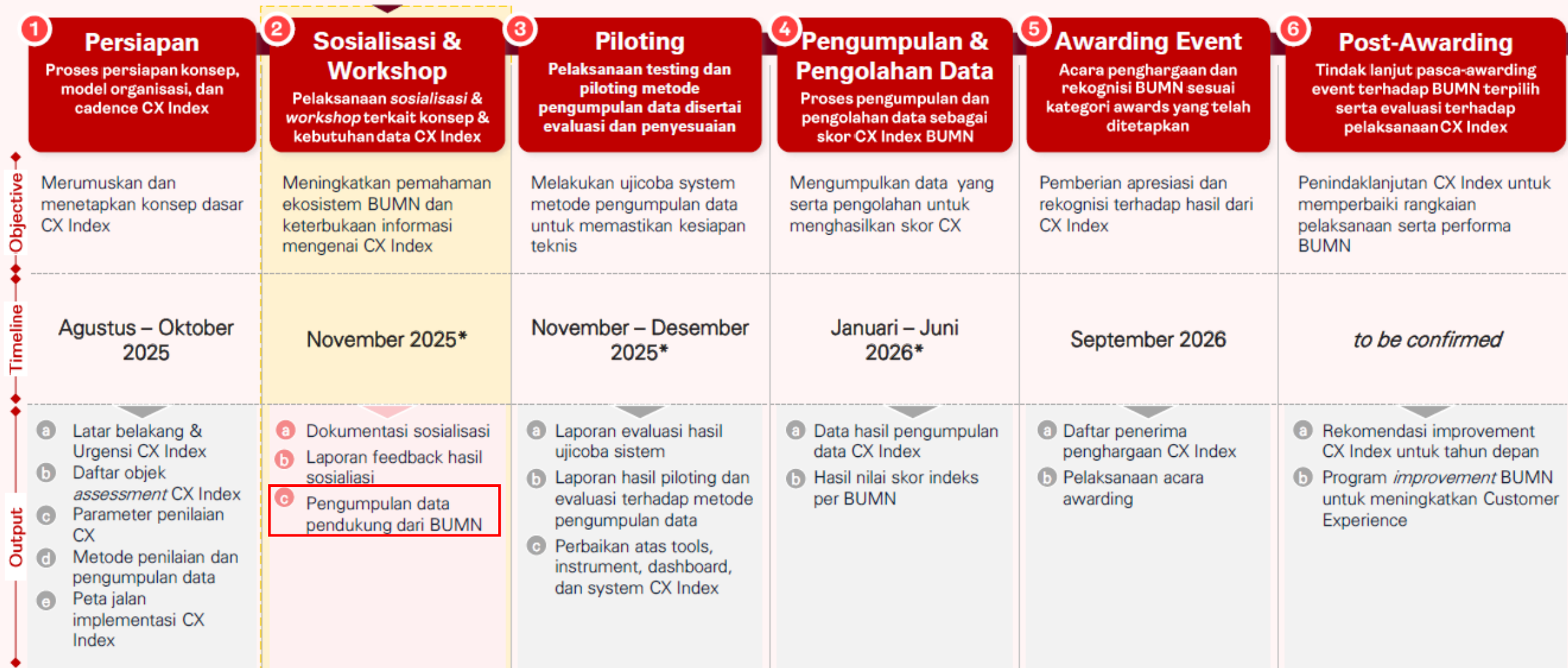
Akan diberikan penghargaan CX Index berdasarkan hasil penilaian yang diperoleh berupa 3 (tiga) jenis award, yaitu **Grand Champion**, **Champion untuk setiap Klaster**, dan **Top 100 BUMN**

Total 3 Jenis Penghargaan



Terdapat 6 (enam) tahapan implementasi CX 100 secara **end-to-end**, dengan salah satu tahapan yang akan dilakukan adalah **Sosialisasi & Workshop dengan BUMN**

We are here

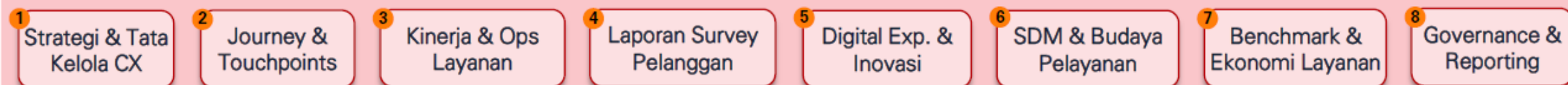


Dibutuhkan 3 jenis kebutuhan data sebagai dasar *initial analysis* terhadap **Kualitas Layanan, Kualitas Customer Touchpoints, & Perumusan Strategy Pengembangan**

Objektif	Kebutuhan Data	Implikasi Jika Tidak Tersedia
<u>Service Capability Analysis</u> Analisis <i>current capability & capacity</i> dari setiap BUMN untuk bisa memberikan pelayanan kepada public	CX Management	Keterbatasan dasar strategi peningkatan service quality BUMN & keterbatasan penilaian CX dari pihak non publik/customer
<u>Customer Touchpoints Analysis</u> Analisis <i>current pain points</i> customer touchpoints setiap BUMN	Service Asset Prioritization	Keterbatasan dasar strategi perbaikan pengelolaan <i>service asset</i> BUMN
<u>Progress & Staging Strategy</u> Perbandingan progress perbaikan layanan, sebelum adanya CX Index dengan pasca adanya rangkaian CX Index	CX Self Assessment	Tidak terlihatnya progresi perbaikan, sehingga penyusunan tahapan strategi perbaikan layanan berisiko menjadi kurang tepat

Pemenuhan dokumen **BUMN CX Management** untuk setiap BUMN akan dilakukan melalui pengisian powerpoint dengan mekanisme sebagai berikut...

Pengisian dilakukan untuk 8 komponen CX Management:



LOGO PERUSAHAAN

3. 1. Strategi & Tata Kelola CX

1	No. Jenis Data	2 Isi Data/Attachment/Link
1.1	Visi, Misi, & Strategi CX	
1.2	Struktur Organisasi CX (unit/divisi)	
1.3	SOP/Standar Layanan Utama	
1.4	Service Charter/Budaya Pelayanan	

Keterangan Metode Pengisian

- 1 Lakukan pemilihan jenis data yang akan diisi terlebih dahulu
- 2 Berikan data sesuai dengan jenis data yang tertera. Data yang disediakan dapat berupa *executive summary*/dokumen

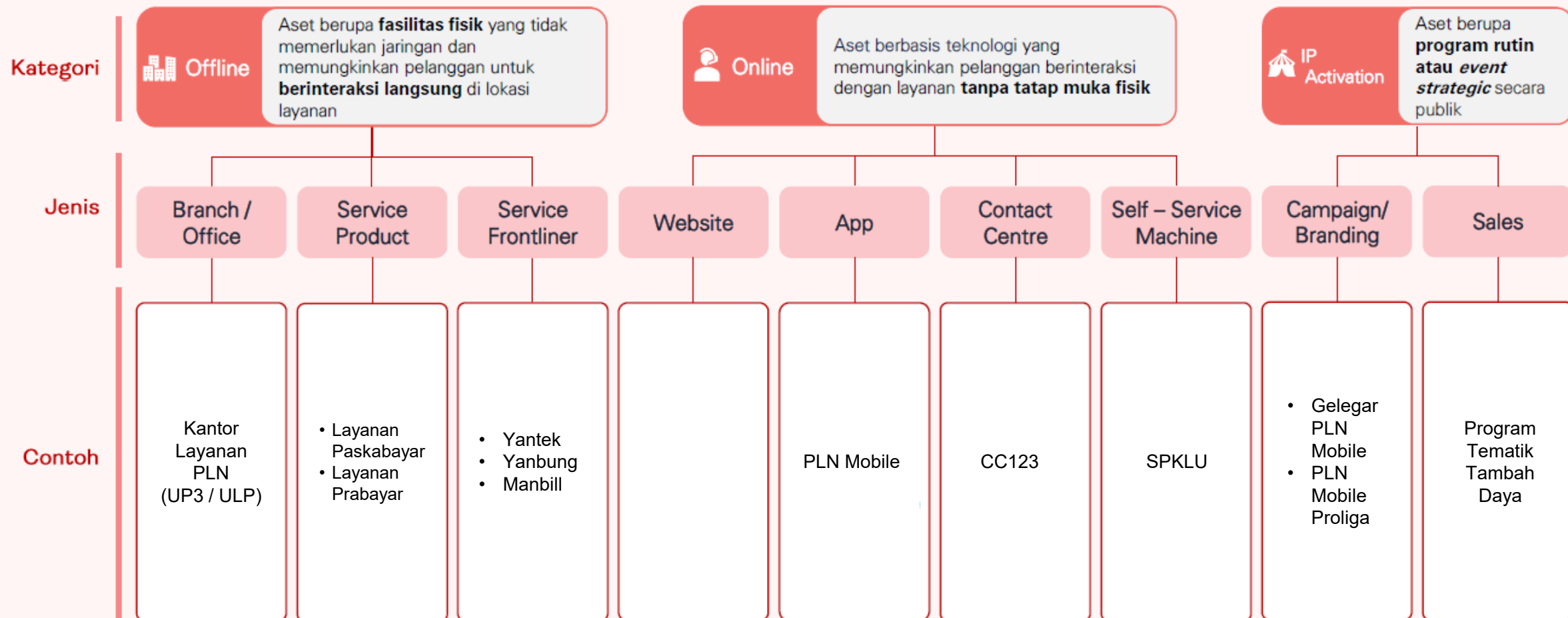
Apabila terdapat data yang belum tersedia, agar diberi keterangan "Belum tersedia" atau "Dalam Proses Pengembangan"
- 3 Lakukan untuk seluruh komponen yang tertera



Link Pengumpulan Data
Template serta pengumpulan data dapat dilakukan pada link berikut:

<https://linktr.ee/SosialisasiCXIndex>

Ke depannya *service asset* BUMN akan dipetakan **sesuai dengan klasifikasi jenisnya untuk masing-masing kategori** sebagai berikut...



Service Asset merupakan kanal yang disediakan perusahaan bagi pelanggan untuk dapat berinteraksi dengan produk / layanan yang diberikan dapat berupa kanal *offline*, *online*, dan *IP Activation* (kegiatan *branding* / *sales*)

...Untuk memetakan kualitas & kapasitas pelayanan, *service asset* tersebut akan dianalisis menggunakan **Asset Management Framework** berdasarkan 4 (empat) dimensi berikut

Asset Management Dimension	Potensi Usulan Indikator	
	Indikator	Penjelasan Indikator
Value Creation (memberikan manfaat yang terukur)	User Coverage (% Jumlah Pengguna)	Besar jangkauan dan penggunaan aset dalam memberikan manfaat kepada masyarakat
	Customer Journey Fit	Tingkat signifikansi setiap <i>service asset</i> terhadap <i>customer journey</i> pelanggan yang memberikan dampak positif terhadap <i>revenue</i> perusahaan maupun sosial
Alignment (keselarasan dengan tujuan strategis)	Corporate Alignment	Tingkat keselarasan <i>service asset</i> dengan tujuan strategis perusahaan
	Scalability and Sustainability	Keberadaan dan kelengkapan <i>roadmap</i> pengembangan <i>service asset</i> perusahaan
Leadership and Accountability (kepemilikan yang jelas dan berkelanjutan)	Ownership Clarity	Struktur kepemilikan serta tata kelola yang jelas terhadap <i>service asset</i>
	External Involvement	Keterlibatan <i>stakeholder</i> eksternal dalam pengembangan <i>service asset</i>
Assurance (kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan)	Service Reliability	Keberadaan dan implementasi SOP/SLA yang mendukung operasionalisasi <i>service asset</i>
	Risk Management	Ketersediaan <i>profiling</i> risiko serta rencana mitigasi yang komprehensif

Pelaksanaan **CX Self Assessment*** untuk setiap BUMN akan dilakukan melalui pengisian excel sheet dengan mekanisme sebagai berikut

Pengisian dilakukan berdasarkan 7 Indikator CX Index Assessment:

1 Reliability

2 Complaint Handling

3 Information Accessibility

4 Process Efficiency

5 Responsive

6 Value Added

7 Comfort

BUMN CX Self Assessment

INSTRUKSI PENGISIAN FORM INVENTORY SERVICE ASSET

- Lakukan pengisian nama perusahaan dan nama holding.
- Lakukan penilaian untuk masing-masing indikator melalui pengisian skala 1-5 berdasarkan penjelasan penilaian indikator.
- Berikan justifikasi terhadap penilaian yang diberikan untuk masing-masing indikator
- Sertakan dokumentasi referensi yang dapat berupa data, attachment, maupun link untuk mendukung justifikasi atas penilaian yang diberikan.

The name, email, and photo associated with your Google account will be recorded when you upload files and submit this form

Any files that are uploaded will be shared outside of the organization they belong to.

* Indicates required question

1 Holding

Choose

Perusahaan *

Choose

2 **Reliability** - Seberapa sesuai layanan yang customer Anda terima dengan ekspektasi customer Anda?

1: Layanan sama sekali tidak sesuai dengan permintaan
 2: Sebagian besar tidak sesuai dengan permintaan
 3: Hanya sebagian aspek yang sesuai dengan permintaan
 4: Sebagian besar sudah sesuai dengan permintaan
 5: Layanan sepenuhnya sesuai dengan permintaan

12345

☐☐☐☐☐

3 Justifikasi *

Your answer

4 Dokumen Referensi *

Referensi terkait perolehan nilai tersebut (Dapat berupa PDF, PPT, Excel, ataupun link yang dikirim dalam bentuk txt)

*jika file tidak muat, bisa upload melalui google drive

Upload 1 supported file. Max 10 MB.

Add file

Keterangan Metode Pengisian

- Lakukan pengisian nama perusahaan dan holding
- Lakukan penilaian untuk masing-masing indikator melalui pengisian skala 1-5 berdasarkan penjelasan penilaian indikator
- Berikan justifikasi terhadap penilaian yang diberikan untuk masing-masing indikator
- Sertakan dokumentasi referensi untuk mendukung justifikasi atas penilaian yang diberikan

Link Pengumpulan Data

Template serta pengumpulan data dapat dilakukan pada link berikut:

<https://linktr.ee/SosialisasiCXIndex>

***Action Plans* PLN dalam Penilaian CX100**

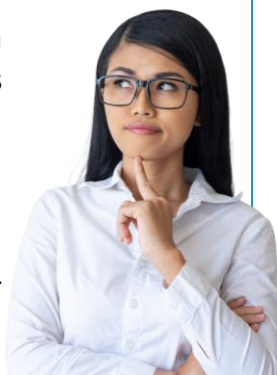
Executive Summary

Mystery Shopper Wave 1 2025

Latar Belakang

Dalam upaya evaluasi implementasi program budaya *Customer Centric Culture / Smart Customer Services* dan *safety Culture* tahun 2025, Dilakukan **Mystery Shopper** untuk mengukur kualitas dan konsistensi layanan sebagaimana standar yang ditetapkan pada petugas Layanan Teknik

Mystery Shopper individu yang disewa oleh perusahaan untuk bertindak sebagai pelanggan biasa demi menilai kualitas layanan, produk, dan kepatuhan terhadap standar operasional



Scope of Work

Kegiatan mystery Shoper pada tahun 2025 menysasar **326 ULP**, pada 163 UP3, pada 17 UID dan 5 UIW, jumlah ini dua kali lipat lebih besar daripada tahun 2024 dengan sample 1 petugas yantek per ULP

Kegiatan dilakukan dua Wave. Wave 1 sudah di selesaikan pada Week 2 September 2025, dan Wave 2 direncanakan pada bulan November 2025

Key Finding

- Overall score **51,63%**, lebih rendah dari tahun 2024 sebesar **56,66%**. Hal ini dikarenakan ada perubahan bobot dimensi dimana **bobot Penyelesaian Masalah** dan **Layanan Professional Petugas** serta Penampilan Petugas mendapat bobot lebih besar dibanding tahun lalu
- **Overall score global** Mystery Shopper untuk **industry jasa : 84,9% sd 89,9%**. Untuk sektor jasa perbankan di Indonesia papan atas (BCA, Mandiri, Permata : **90 sd 95%**, untuk menengah (BRI, dan bank lainnya : **80 sd 90%**
- Skor 51% lebih dekat ke kategori “**early stage service quality**” → artinya pelanggan sering mengalami gap pada aspek **kecepatan, keramahan, konsistensi SOP, dan problem resolution**
- Bobot terendah ada pada dimensi : **Kedatangan Petugas PLN ke Rumah Pelanggan (15,3%)** , **Penyelesaian Masalah oleh Petugas (45,08%)**, **layanan Profesional dan Penampilan Petugas PLN (53,35%)**
- 3 Unit dengan skor tertinggi : **UID Bali (75,04%)**, **UID Aceh (66,32%)**, **UID RKR (61,65%)**
- 3 Unit perlu supervise lanjutan : **UIW NTB (44,71%)**, **UIW PPB (43,99%)**, **UID S2JB (43,84%)**

OBJECTIVES



1

Memastikan bahwa **program penguatan budaya perusahaan** telah **dilaksanakan secara nyata** di masing-masing unit kerja.



2

Mengevaluasi tingkat **pemahaman pegawai atau mitra kerja** terhadap **implementasi sasaran budaya *Customer Centric Culture* dan *Safety*** di lingkungan kerja.



3

Mengukur tingkat **kepatuhan pegawai atau mitra kerja** dalam **melaksanakan budaya *Customer Centric Culture* dan *Safety*** sesuai dengan standar perusahaan.



4

Menilai **efektivitas pelaksanaan program penguatan budaya *Customer Centric Culture* dan *Safety*** di berbagai unit kerja sebagai bagian dari transformasi budaya perusahaan.



Scope → 17 UID+5 UIW, 163 UP3, 326 ULP

WEIGHTAGE PER JOURNEY

100
Total Weightage

A5

5

Lapor Pengaduan Melalui Aplikasi PLN Mobile

A1

1

Kesan Pertama Menggunakan Aplikasi PLN Mobile

A2

1

Sambutan Hangat di awal Layanan dari Live Chat Assistant

A3

1

Pelayanan Ramah dari Live Chat Assistant

A4

1

Konfirmasi Kedatangan Teknisi ke Rumah Pelanggan

A5

1

Sambutan Hangat di akhir Layanan dari Live Chat Assistant

B

10

Kedatangan Petugas PLN ke Rumah Pelanggan



C

15

Pengecekan oleh Petugas PLN

D

25

Penyelesaian Masalah oleh Petugas PLN

E

45

Layanan Profesional dan Penampilan Petugas PLN

E1

15

Sikap Petugas PLN Selama Pelayanan

E2

5

Penampilan Petugas PLN

E3

20

Kepatuhan Keselamatan Kerja Petugas PLN

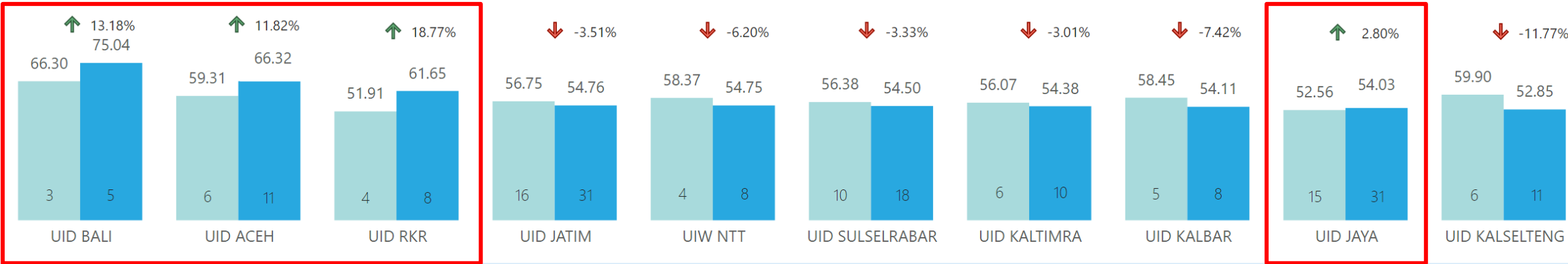
E4

5

Kompetensi Petugas PLN

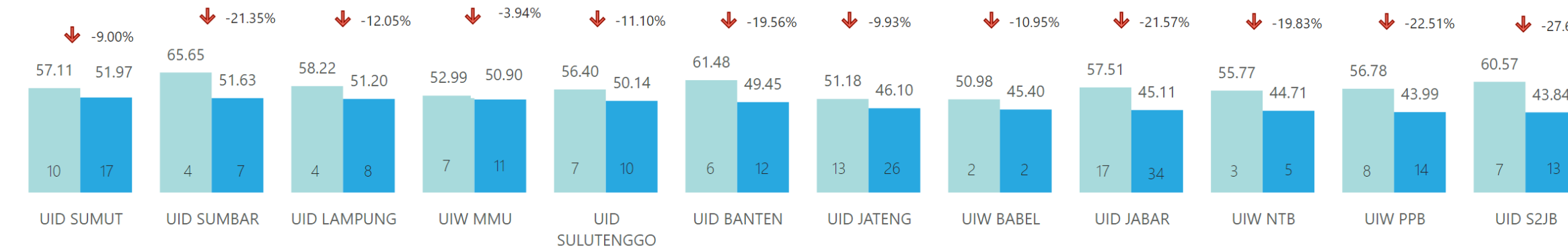
Unit Kerja

● 2024 ● 2025 Wave I



Unit Kerja

● 2024 ● 2025 Wave I



*Data Shown in %

HIGHLIGHTS: Top 5 UP3 with the Highest Scores

UP3 LANGSA

(86.13)



Petugas tiba di rumah Pelanggan dengan menyampaikan salam sambil berjabat tangan dengan Pelanggan bukan dengan posisi kepala condong 30°, kaki rapat dan tangan di dada. Petugas tidak memperkenalkan diri, mengonfirmasi alamat Pelanggan, dan menyebutkan nama Pelanggan, melainkan Petugas langsung menanyakan kendala listrik yang dialami Pelanggan.

Petugas menggunakan APD sesuai prosedur, yakni helm safety dengan strap tali terpasang, sarung tangan, safety glasses, dan sepatu safety.



Petugas juga memakai ID Card, namun masih belum terdapat nametag pada kedua rompi Petugas.



Petugas meminta Pelanggan untuk memberikan rating terbaik untuk PLN Mobile, namun tidak merekomendasikan Pelanggan untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile. Di akhir layanan, Petugas juga menolak tip dari Pelanggan.

HIGHLIGHTS: Top 5 UP3 with the Highest Scores

UP3 KOTABUMI

(86.07)

Petugas menyampaikan salam dengan posisi kepala condong 30°, kaki rapat dan tangan di dada, Petugas bersikap ramah dan sopan selama melayani, tidak merokok selama melaksanakan tugas serta Petugas memohon ijin saat memasuki halaman/persil atau saat melaksanakan pekerjaan-pekerjaan

Petugas berseragam rapi dan sesuai standar PLN, Terdapat **nama Petugas di seragam**, memakai **ID Card**, **Rambut Petugas bersih dan rapi** sesuai dengan ketentuan (tidak gondrong, rambut tidak diwarnai) dan . Petugas bebas dari bau badan dan bau mulut

Petugas memakai APD (Alat Pelindung Diri): sarung tangan namun untuk satu petugas lainnya tidak menggunakan sarung tangan, untuk kedua petugas menggunakan Sepatu Safety serta Helm Safety dengan strap terpasang

Petugas menolak dan tidak menerima tip sama sekali dari Pelanggan namun petugas belum merekomendasikan untuk menggunakan PLN Mobile



HIGHLIGHTS: Bottom 5 UP3 with the Lowest Scores

UP3 INDRAMAYU

(11.01)



Setelah melakukan pemeriksaan, Petugas menyampaikan bahwa ada kerusakan pada MCB dan memberikan saran kepada Pelanggan untuk melakukan penggantian MCB, namun saran tersebut tidak disetujui oleh Pelanggan.

Di akhir layanan, Petugas tidak merekomendasikan Pelanggan untuk menggunakan PLN Mobile, melainkan justru menyarankan agar Pelanggan langsung menghubungi WhatsApp Petugas apabila terjadi keluhan serupa. Petugas juga tidak meminta Pelanggan memberikan rating terbaik untuk PLN Mobile, dan Petugas langsung menerima tip yang diberikan Pelanggan.

Petugas tiba di lokasi dalam waktu 49 menit. Pelanggan submit keluhan pada pukul 12.00 WIB, sedangkan Petugas datang pada pukul 12.49 WIB.

Petugas datang tidak dengan mengucapkan salam, memperkenalkan diri, mengonfirmasi data pengaduan Pelanggan, serta tidak menanyakan sudah berapa lama gangguan terjadi. Petugas langsung melakukan pemeriksaan.

Petugas yang datang tidak mengenakan seragam dan atribut standar PLN, tidak memakai APD, dan tidak membawa peralatan untuk melakukan pemeriksaan. Petugas juga terlihat merokok dari awal kedatangan hingga selesai melakukan pemeriksaan.

HIGHLIGHTS: Bottom 5 UP3 with the Lowest Scores

UP3 AMBON

(15.07)

Petugas tiba di lokasi dalam waktu 2 jam 55 menit setelah Pelanggan submit keluhan. Pelanggan submit keluhan pada pukul 15.25 WIT, sedangkan Petugas datang di lokasi pada pukul 18.00 WIT.

Petugas datang tidak dengan mengucapkan salam, memperkenalkan diri, dan mengonfirmasi data pengaduan Pelanggan. Petugas langsung melakukan pemeriksaan, dan meminjam barang Pelanggan untuk memeriksa di tempat tinggi.

Terdapat 2 Petugas yang datang ke lokasi Pelanggan, 1 Petugas tidak menggunakan rompi oranye dan menggunakan celana jeans. Petugas lainnya memakai jas hujan dari awal datang hingga akhir pelayanan.

Petugas tidak mematuhi standarisasi K3, karena melepas sepatu saat memeriksa, tidak menggunakan sarung tangan dan safety glasses.

Di akhir layanan, Petugas tidak merekomendasikan untuk menggunakan PLN Mobile dan meminta Pelanggan memberikan rating terbaik untuk PLN Mobile. Petugas juga langsung menerima tip yang diberikan Pelanggan.

Saat melakukan pengecekan MCB di dalam rumah, Petugas langsung mengganti MCB dengan unit yang Petugas bawa, tanpa terlebih dahulu mencoba menyalakan atau memeriksa kondisi MCB milik Pelanggan. Setelah itu, saat Petugas mencoba memasang kembali MCB milik Pelanggan, listrik di rumah tersebut tetap padam. Petugas kemudian menyarankan agar MCB diganti dengan yang baru. Mengikuti arahan tersebut, Pelanggan akhirnya menyetujui pergantian MCB dengan biaya sebesar Rp175.000.



HIGHLIGHTS

UP3 PONTIANAK

Petugas hanya memakai kaos lengan panjang dan celana yang tidak sesuai dengan seragam PLN. Tidak terdapat nama dan tidak memakai ID Card. Petugas belum memenuhi standarisasi ketentuan K3, karena Petugas tidak memakai sarung tangan, helm safety, dan safety glasses saat memeriksa. Petugas merokok selama melaksanakan tugas.

Waktu yang dibutuhkan oleh Petugas mulai dari Pelanggan submit keluhan hingga Petugas tiba di lokasi lebih dari 30 menit. Petugas tiba 34 menit setelah Pengaduan. Pelanggan membuat pengaduan pada pukul 11.20 WIB dan Petugas sampai di lokasi Pelanggan pada pukul 11.54 WIB.

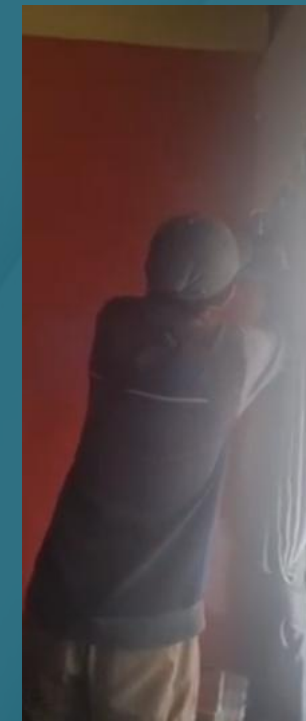
1. Salam dan Etika Pelayanan Saat Kedatangan

- Tidak mengucapkan salam saat kedatangan.
- Tidak memperkenalkan diri dan PT naungan.
- Tidak mengucapkan salam saat pergi.

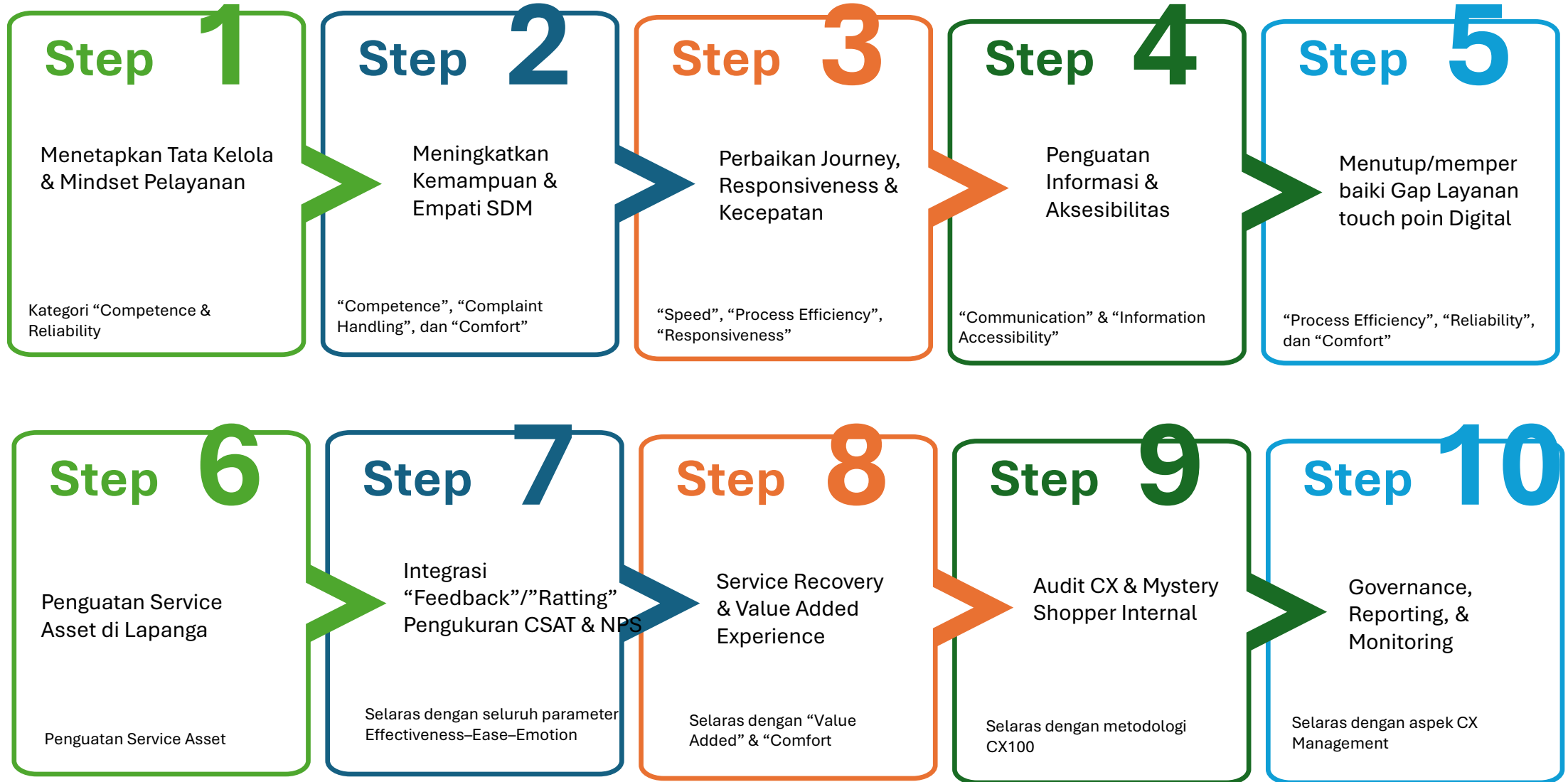
2. Prosedur Kunjungan

- Tidak mengkonfirmasi nama dan alamat pelanggan.
- Tidak melakukan verifikasi data pengaduan.
- Tidak menanyakan durasi gangguan.
- Tidak merekomendasikan penggunaan PLN Mobile.
- Tidak meminta Pelanggan untuk memberi rating di Play Store.

Petugas tidak meminta izin untuk melakukan pengecekan atau diagnosa gangguan listrik yang dialami Pelanggan, melainkan Petugas hanya mengatakan "Misi" saat awal kedatangan dan meminta izin memasuki rumah Pelanggan, tetapi tidak meminta izin untuk memeriksa kWh meter dan MCB di rumah Pelanggan. Petugas menolak terlebih dahulu tip yang diberikan Pelanggan, kemudian menerimanya. Petugas tidak melakukan "Tunjuk Sebut" saat menyelesaikan masalah Pelanggan, karena Petugas tidak terlalu menjelaskan mengenai kWh meter ataupun MCB, melainkan hanya membahas mengenai instalasi dan daya. Petugas hanya mengatakan "pengaman" yang merujuk pada MCB saat bertanya letaknya.



10 LANGKAH STRATEGIS & UPAYA PENCAPAIAN CX100



1. Menetapkan Tata Kelola & Mindset Pelayanan Selaras dengan kategori “Competence & Reliability” – hal. 4

Langkah Strategis

- Menentukan Pillar layanan melayani sepenuh hati
- Membentuk struktur CX dari pusat → UP3 → ULP.
- Awareness Melayani sepenuh hati dan CX 100
- Awareness service level agreement service layanan
- Awareness standar perilaku layanan PS4 yang harus dilaksanakan seluruh frontliner, Yantek, Contact Center, dan billman, yanbung.

Implementasi

- Internalisasi Melayani sepenuh hati dan CX 100
- Refreshment PS4 dan SLA pada masing2 petugas touch point layanan
- Penunjukan PIC Ranger untuk memastikan implementasi PS4 dan evaluasi SLA

2. Meningkatkan Kemampuan & Empati SDM Selaras dengan “Competence”, “Complaint Handling”, dan “Comfort” – hal. 4

Langkah Strategis

- Pelatihan komunikasi empatik, penanganan komplain, dan service recovery.
- Pelatihan CX

Implementasi

- *Roleplay* menghadapi pelanggan Offline/Online/Onsite,
- Pelatihan “3E Response Formula”: Empathy → Explanation → Execution.
- Workshop ISO 10004:2018 dan ISO 24082:2021

3. Perbaikan Journey, Responsiveness & Kecepatan Selaras dengan “Speed”, “Process Efficiency”, “Responsiveness” – hal. 4

Langkah Strategis

- Menata ulang Customer Journey pada layanan dengan interaksi tinggi
- Mempercepat SLA respon dan penyelesaian pada layanan dengan interaksi tinggi

Implementasi

- Capturing Journey dan evaluasi *customer journey* terkait layanan dengan interaksi tinggi seperti Layanan Pasang baru/perubahan daya, Layanan Penangan keluhan/gangguan, Layanan Charging.
- Optimalisasi dan perbaikan Journey untuk mempercepat layanan
- SLA information setiap layanan pada layanan digital
- SLA tracker dan notifikasi update progres

4. Penguatan Informasi & Aksesibilitas Selaras dengan “Communication” & “Information Accessibility” – hal. 4

Langkah Strategis

Menyediakan informasi layanan yang mudah, jelas, dan tidak membingungkan.

Implementasi

- Evaluasi kualitas layanan kontak center 123 (live chat dan call)
- Menyediakan Layanan Digital PLN Mobile versi Lite
- Revamp PLN Mobile

5. Memperbaiki Gap Layanan touch poin Digital Selaras dengan “Process Efficiency”, “Reliability”, dan “Comfort”

Langkah Strategis

Mengurangi error features, Design error, dan latency aplikasi.

Implementasi

- Evaluasi serta monitoring perbaikan 5 penyebab terbesar error feature dan design pada PLN Mobile berdasarkan review Play Store.
- Monitoring review negatif pada play store untuk pelaporan anomaly dan usulan perbaikan

6. Penguatan Service Asset di Lapangan Penguatan Service Asset di Lapangan

Langkah Strategis

Menstandarkan kualitas pelayanan di UP3, ULP, SPKLU, dan loket PLN.

Implementasi

- Menerapkan standar kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan ULP dengan metode 5S/5R
- Menambah signage jelas untuk SPKLU.
- Optimalisasi penanganan pengaduan/keluhan Kwh Meter

7. Integrasi “Feedback”/”Ratting” pada PLN Mobile dengan Pengukuran CSAT & NPS Selaras dengan seluruh parameter Effectiveness–

Ease–Emotion

Langkah Strategis

Capturing journey dan pengukuran CSAT NPS tergabung dalam satu dashboard

Implementasi

- Dashboard CEM memetakan 3 top issue tertinggi inputan dari ratting layanan
- Development CEM 2.0 yang terintegrasi dengan pengukuran CSAT dan NPS pada PLN mobile

8. Service Recovery & Value-Added Experience Selaras dengan “Value Added” & “Comfort

Langkah Strategis

- Menyediakan solusi yang memberi “plus value” ketika tidak tercapai SLA Layanan atau kejadian buruk terjadi.
- Memberikan experience khusus untuk layanan khusus tertentu

Implementasi

- Notifikasi permintaan maaf + estimasi sisa waktu penyelesaian dan kompensasi jika ada pada layanan PB/PD, Layanan Pengaduan/Keluhan, Layanan SPKLU
- Layanan Digital dan Offline untuk kategori khusus seperti korporasi dan pelanggan TT
- SOP Prioritisasi penanganan saat kondisi buruk/padam total untuk konsumen khusus seperti VVIP/VIP, Rumah sakit, kantor pemerintahan dan public area termasuk rumah ibadah

9. Audit CX & Mystery Shopper Internal Selaras dengan metodologi CX100 – hal. 7

Langkah Strategis

Melakukan pengukuran secara rutin Rating play store, CSAT, NPS, CES melalui quisioner/digital/mystery shopping internal

Implementasi

- Pengukuran dan evaluasi Rating play store, CSAT, NPS, CES pada PLN mobile untuk layanan PB/PD, Layanan pengaduan/keluhan, layanan SPKLU
- Melakukan Cross Mystery shopper layanan offline di ULP secara rutin setiap bulan
- Melakukan Cross Mystery shopper PS4 pada layanan offline di kantor layanan dan di lapangan untuk layanan PB/PD, Layanan pengaduan/keluhan, layanan SPKLU setiap bulan

10. Governance, Reporting, & Monitoring Selaras dengan aspek CX Management – hal. 12–14

Langkah Strategis

- Membuat laporan CX bulanan hingga Direksi.
- Menetapkan *early warning indicator* untuk layanan bermasalah.

Implementasi

- Laporan dan evaluasi CX bulanan meliputi : Capturing journey, rating pln mobile, CSAT, NPS dan CES, mystery shopper dengan prioritas layanan PB/PD, Layanan pengaduan/keluhan, layanan SPKLU
- SOP eskalasi layanan melebihi SLA dengan prioritas layanan PB/PD, Layanan pengaduan/keluhan, layanan SPKLU/HCS
- Development system notifikasi eskalasi layanan melebihi SLA dengan prioritas layanan PB/PD, Layanan pengaduan/keluhan, layanan SPKLU/HCS

Berapa rating untuk kami?

1 Tidak puas, 5 Sangat puas

★ ★ ★ ★ ★

Pilihan

Proses Transaksi Cepat

Tata Cara Transaksi Mudah

Biaya Admin Murah

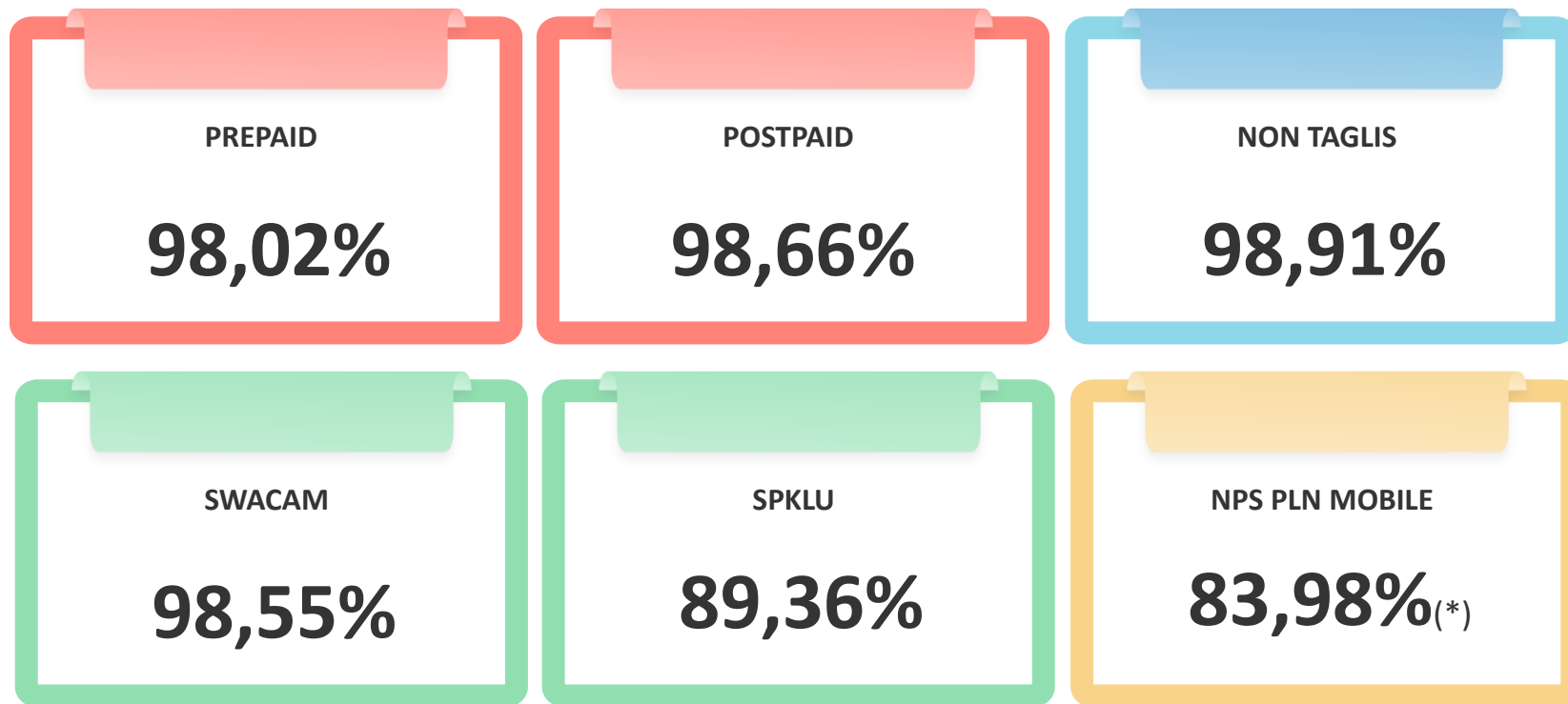
Desain User Interface (UI) Menarik

Tulis ulasan

0/250

Kirim Penilaian

Jangan Tampilkan Lagi



**) Data per Semester 2/2024 saat ini sedang dinonaktifkan*

Untuk rating internal fitur prepaid, postpaid, non taglis, SWACAM, dan SPKLU tetap dilanjutkan namun agar perhitungan bisa dirilis secara otomatis (tidak dihitung manual)

BEFORE



Terbatas pada fitur transaksional, Swacam, dan SPKLU



AFTER



ALL FEATURES



CSAT	NPS
Fitur	Fitur
Layanan	Layanan
UP3 (2 layer)	UP3 (2 layer)
ULP (3 layer)	ULP (3 layer)



Soon to be...

**KEY PERFORMANCE INDICATOR
UID / UIW**



- *Pop up* rating internal merupakan *quick win tool* untuk mendapatkan *feedback* layanan dari pelanggan.
- Namun fitur **pop up** rating internal tersebut dikeluhkan beberapa pengguna kurang nyaman dan belum muncul untuk seluruh fitur menu PLN Mobile.
- Berdasarkan **benchmark** dari beberapa aplikasi, penilaian kualitas layanan dimunculkan pada halaman terpisah untuk setiap menu fitur paska digunakan oleh pengguna.

← Nilai Produk

Nilai untuk mendapatkan s/d 40 Koin Koin Shopee!

Nilai Produk

Tambahkan 2 foto dan video

Foto Video

Tulis ulasan minimal 50 karakter

Tekstur: memiliki tekstur yang bagus
Cocok untuk: wajah
Pigmentasi: warna yang dihasilkan sangat bagus

Bagikan penilaianmu dan bantu Pengguna lain membuat pilihan yang lebih baik!

0 karakter

☐ Sembunyikan username pada penilaian

Pelayanan Penjual
Kecepatan Jasa Kirim
Pelayanan Kurir

RAMDONI

Berperilaku baik & ramah Pengiriman barang baik

KIRIM

Penilaian produk, penjual, pengiriman, dan kurir ditempatkan dalam 1 halaman penilaian

Terdapat *rewards* untuk ulasan pengguna

← Transaction Summary

goride HEMAT Wednesday, 29 Oct, 05:02

Trip completed Transaction RB-3893961-72550003

Thanks for using GoRide
Next time you need to be somewhere in a flash, we've got you 🚀

How was the driver?

Iwan Prasetyo
Yamaha Mio · B4281NCU

Did you leave something? You can contact our driver within 6 hours after your trip has ended.

Trip Details

Pickup Location

Destination · 5.1 km

Paid with *****4359 Rp14.000

← Transaction Summary

goride HEMAT Wednesday, 29 Oct, 05:02

Trip completed Transaction RB-3893961-72550003

How was the driver?
(1 is disappointing, 5 is awesome)

Do you want to tip the driver?

Rp1.000

What went great?

Route choice Driver's attitude Hygiene

Pickup time Driving safety

Any words for your driver?

Say something nice...

Penilaian pengemudi jika memilih Bintang 5 dimunculkan parameter kualitas, begitu pula halnya jika < Bintang 5

Before

Berapa rating untuk kami?

1 Tidak puas, 5 Sangat puas

★ ★ ★ ★ ★

Pilihan

Proses Transaksi Cepat

Tata Cara Transaksi Mudah

Biaya Admin Murah

Desain User Interface (UI) Menarik

Tulis ulasan

0/250

Kirim Penilaian

Jangan Tampilkan Lagi

After

Penilaian Kualitas Layanan

Produk / Layanan / Menu:.....

1 Tidak puas, 5 Sangat puas

Kepuasan Layanan ★ ★ ★ ★ ★

Kemudahan Akses Layanan ★ ★ ★ ★ ★

Pengalaman secara Umum ★ ★ ★ ★ ★

Nama Petugas ★ ★ ★ ★ ★

Petugas sopan & berseragam Hasil pekerjaan baik Datang tepat waktu

Pada skala 0 – 10, seberapa besar Anda akan merekomendasikan Produk / Layanan kami kepada pihak lain ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tulis ulasan

Kirim Penilaian

Jangan Tampilkan Lagi

Penilaian kualitas layanan ditempatkan dalam 1 halaman terpisah.

CSAT & NPS digabungkan, termasuk layanan yang melibatkan petugas bisa ditampilkan untuk evaluasi layanan

Matriks CX CC123

- Saat ini *feedback* layanan CC123 hanya via *call* dengan metode *recording*
- Padahal kanal CC123 tidak hanya *call*. Untuk itu kami merekomendasikan agar penilaian CSAT & NPS CC123 dilakukan di seluruh kanal & dibuatkan sistem untuk memberikan penilaian & menghitung CSAT & NPS per kanal layanan



Layanan 24 Jam

**Pengaduan
Gangguan
Listrik GRATIS**

 @PLN123_official
 PLN 123
 @pln_123
 kode area + 123
 pln123@pln.co.id

Penilaian Kualitas Layanan CC123

Jenis Kanal Layanan:

1 Tidak puas, 5 Sangat puas

Kepuasan Layanan

Kemudahan Akses Layanan

Pengalaman secara Umum

Nama Agent



Petugas Sopan

Petugas Solutif

Cepat Melayani

Pada skala 0 – 10, seberapa besar Anda akan merekomendasikan Produk / Layanan kami kepada pihak lain ?

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Tulis ulasan

Kirim Penilaian

Jika kanal memungkinkan dapat mengidentifikasi agen untuk evaluasi individual agent CC123

Usulan metode pengiriman CSAT & NPS per kanal:

1. Call : Link by WA
2. Live Chat : Link by PLN Mobile
3. Medsos : Link by Bio

www.pln.co.id | 39

Forwarded

Salam Satu HATI 🙏

Kepada **Bpk/Ibu Azmi Muharam** kami Wahana Honda Ciputat mengucapkan Terima Kasih yang telah melakukan Service Sepeda Motor Honda **B3307WCD**

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan Kami dalam pelayanan servis kendaraan bermotor, Kami mohon kesediaan Anda untuk dapat mengisi Survey Kepuasan Konsumen di link :

<http://bit.ly/bengkelwahana>

Kami memberikan garansi service sebagai berikut : 500 km atau 1 minggu

Yuk Service Rutin selanjutnya gunakan Booking Service via aplikasi Wahana Honda tanpa Ngantri dan dapatkan promo promo menarik
Aplikasi Wahana Honda : bit.ly/MyWahanaHonda & Kode Referral : WAHCPT

INFO LEBIH LANJUT HUBUNGI

<https://linktr.ee/WahanaHondaCiputat>

Lokasi :

Wahana Ritel Honda Ciputat

Jl. Ir H. Juanda Blok Karyawan I No.4...[Read more](#)

1:15 PM

CSAT



Mengukur **kepuasan** terhadap interaksi spesifik (fitur / layanan)
Pada umumnya berupa score: 1 – 5

"Seberapa puas Anda dengan interaksi ini?"

CES



Mengukur **kemudahan** interaksi pelanggan atau penyelesaian masalah Pada umumnya berupa score: 1 – 7

"Penyedia layanan memudahkan saya menangani masalah saya?"

NPS



Mengukur **loyalitas** keseluruhan terhadap sebuah merk, dalam hal PLN adalah fitur atau layanan.

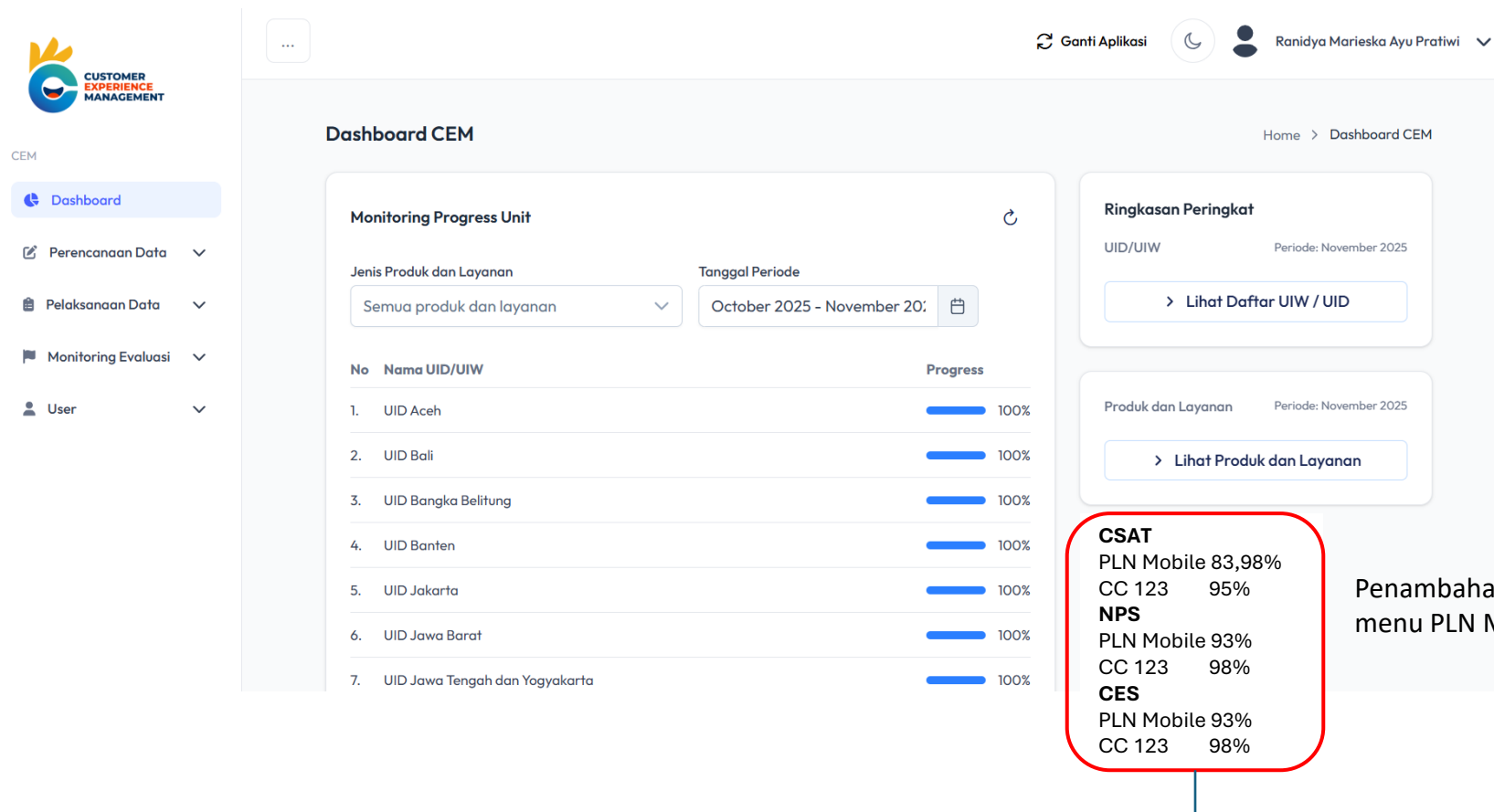
Pada umumnya berupa score: 1-10

"Seberapa besar kemungkinan Anda akan merekomendasikan kami kepada teman"



Dashboard Monitoring CX Metriks

- Saat ini sudah tersedia kanal aplikasi <https://cheskp-mobile.pln.co.id/cem> sebagai wadah *capture customer journey* yang dilakukan oleh Unit serta *monitoring* tindak lanjut perbaikan *pain points* pelanggan yang diusulkan oleh Bidang Pengalaman Pelanggan.
- Untuk itu, nilai CSAT & NPS yang diimplementasikan pada kanal PLN Mobile dan CC123 dapat ditampilkan secara otomatis dan terintegrasi pada *Dashboard* CEM.



Terima kasih

...Kebutuhan pengumpulan data tersebut memerlukan **3 (tiga) bentuk pengumpulan data dari BUMN, yaitu CX Management, Service Asset Prioritization, dan CX Self Assessment**

	1 CX Management	2 Service Asset Prioritization	3 CX Self Assessment																				
Objective & Purposes	Memastikan <i>data points</i> untuk persiapan CX <i>data gathering & assessment</i> , terkait customer experience di setiap klaster/sub klaster/proses bisnis	Menetapkan hasil prioritisasi service asset sebagai bagian dari pelaksanaan CX <i>assessment</i> pada masing-masing BUMN	Menjadi <i>data points</i> sebelum CX <i>Assessment</i> untuk dapat diukur perubahannya pasca dilakukan berbagai rangkaian CX Index																				
Definition	Pengumpulan <i>data points</i> masing-masing BUMN yang terbagi menjadi 8 aspek, yaitu: 1. Strategi dan tata kelola CX 2. <i>Journey & touchpoints</i> 3. Kinerja & operasional layanan 4. Laporan <i>feedback & survey</i> pelanggan 5. Digital experience & inovasi 6. SDM & budaya pelayanan 7. Benchmark & ekonomi layanan 8. <i>Governance & reporting</i>	BUMN mengisi <i>form scoring</i> untuk seluruh <i>service asset</i> berdasarkan parameter beserta turunannya dengan besaran parameter sebagai berikut : 1. Value creation 2. Alignment 3. Leadership & accountability 4. Assurance	BUMN mengisi form <i>self assessment</i> terkait nilai CX <i>score</i> terhadap masing-masing service asset yang telah ditentukan <table> <tr> <th>CX Score Form</th><th>Acquisition</th><th>Transaction</th><th>After Sales</th></tr> <tr> <td>Effectiveness</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td></tr> <tr> <td>Easiness</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td></tr> <tr> <td>Emotion</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td></tr> <tr> <td>Total Score</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td><td>xx/5</td></tr> </table>	CX Score Form	Acquisition	Transaction	After Sales	Effectiveness	xx/5	xx/5	xx/5	Easiness	xx/5	xx/5	xx/5	Emotion	xx/5	xx/5	xx/5	Total Score	xx/5	xx/5	xx/5
CX Score Form	Acquisition	Transaction	After Sales																				
Effectiveness	xx/5	xx/5	xx/5																				
Easiness	xx/5	xx/5	xx/5																				
Emotion	xx/5	xx/5	xx/5																				
Total Score	xx/5	xx/5	xx/5																				
Output & Deliverables	Hasil dokumen CX Management untuk setiap BUMN	Hasil <i>form service asset prioritization</i> untuk setiap BUMN	Hasil form CX self assessment untuk setiap BUMN																				
What to Do After Data Collection	Hasil final terkait CX Management setiap BUMN akan disintesis di setiap klaster/sub klaster untuk menjadi acuan pengumpulan data CX <i>score assessment</i>	Hasil <i>service asset prioritization</i> akan digunakan pada fase assessment untuk dilakukan prioritisasi penilaian kepada service asset yang telah memenuhi parameter.	Hasil CX <i>self assessment</i> akan dirangkum dalam suatu <i>dashboard</i> , untuk kebutuhan diskusi perumusan strategi di internal Danantara, dan dilakukan komparasi terhadap hasil CX Assessment namun tidak mengubah hasil penilaian																				