

KICK OFF MEETING

SURVEI KEPUASAN KONSUMEN 2026

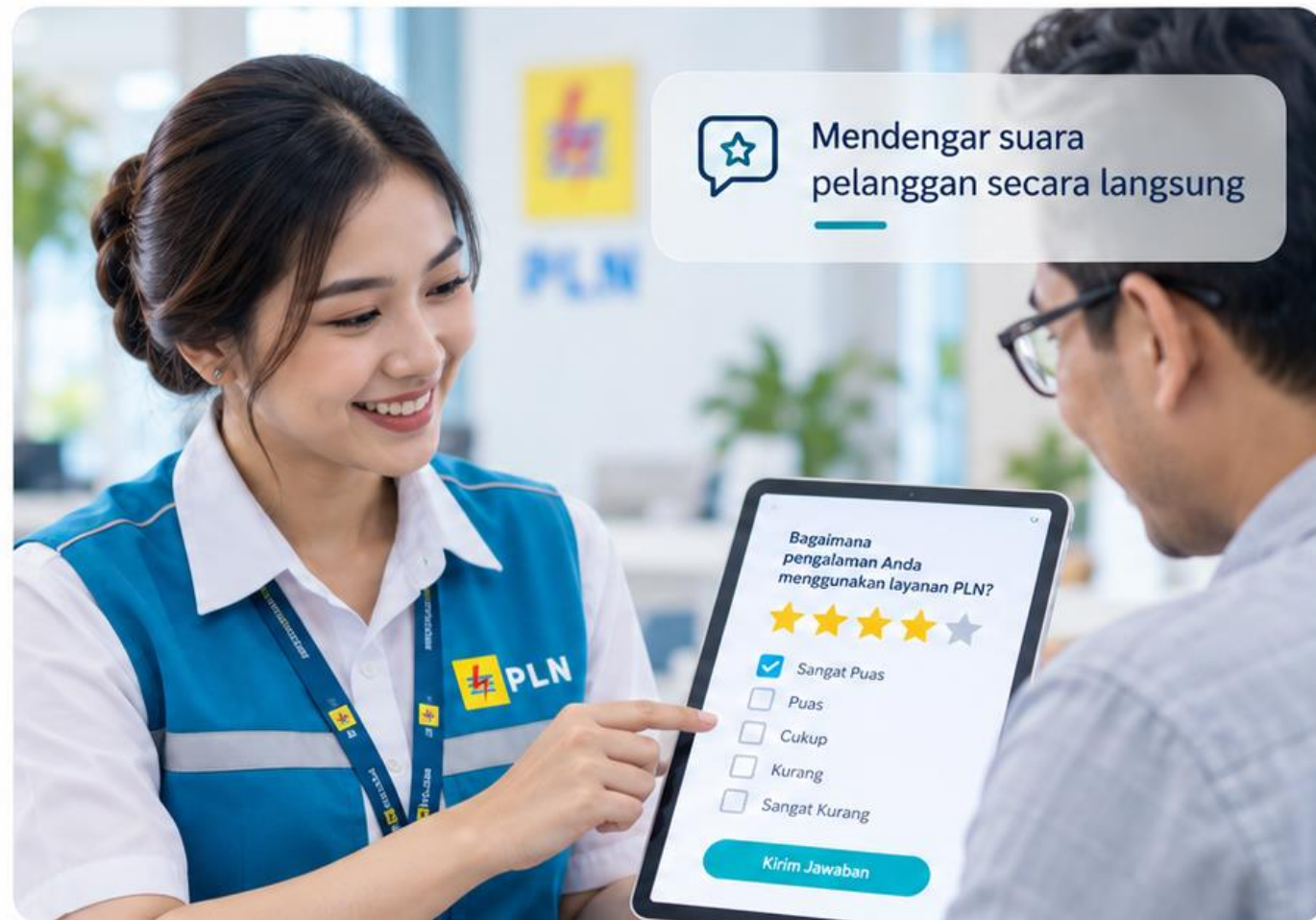
Survei ini membantu PLN memahami pengalaman pelanggan secara lebih utuh, menemukan gap layanan, dan merumuskan prioritas perbaikan yang lebih tepat.



Jakarta, 2 Oktober 2026

DIREKTORAT RETAIL DAN NIAGA

Divisi Customer Experience dan Excellence Services



Mengapa survei ini dilakukan?

Survei ini dilakukan untuk memahami pengalaman pelanggan secara lebih utuh, menemukan gap antara layanan PLN dan harapan pelanggan, serta menjadi dasar penentuan prioritas perbaikan.

**1**

Produk & Layanan PLN

Apa yang disediakan PLN

**2**

Harapan & Pengalaman Pelanggan

Apa yang dirasakan pelanggan

**3**

Survei Kepuasan Konsumen

Mengukur dan memetakan gap

**4**

Prioritas Perbaikan

Menjadi dasar perbaikan layanan



Kerangka Danantara CX100 menilai *customer experience* dari tiga sisi: *effectiveness*, *ease*, dan *emotion*.

Hasil survei membantu PLN memahami akar masalah dan menetapkan prioritas perbaikan secara lebih tepat.

Kita memulai 2026 dari level kepuasan yang sangat tinggi

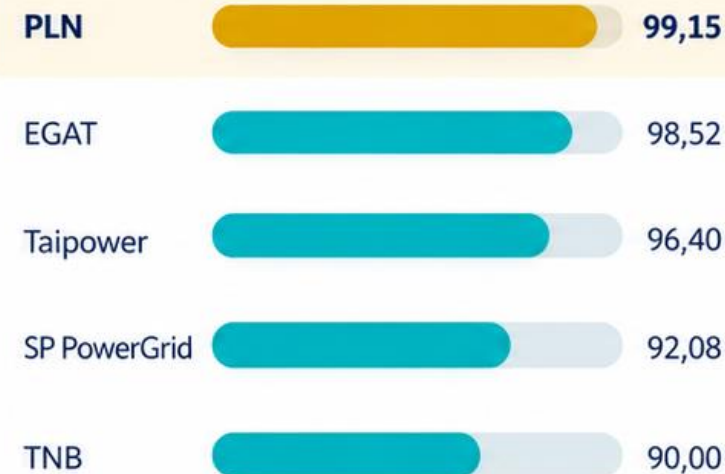
Hasil 14 tahun survei menunjukkan tren kepuasan pelanggan yang terus meningkat. Capaian ini menjadi modal kuat untuk menjaga kualitas layanan sekaligus mendorong perbaikan berkelanjutan.

TREND KINERJA

Indeks Kepuasan Pelanggan 2012–2025



Benchmark selected utilities



Capaian PLN relatif tinggi dibanding beberapa utilitas listrik kawasan Asia Tenggara dan Asia Timur.



Pesan utama: posisi awal PLN sangat kuat; tantangannya adalah menjaga konsistensi layanan dan terus memperbaiki pengalaman pelanggan.

2026: pengukuran diperluas sekaligus diperdalam

Instrumen survei 2026 dirancang lebih lengkap agar pengalaman pelanggan dapat dipahami lebih detail, lebih spesifik, dan lebih mudah ditindaklanjuti.



PEMBANDING UMUM	2025	2026	PERUBAHAN
 Jumlah pertanyaan	143	➔ 248	+105 +73%
 Indikator pembentuk kepuasan	67	➔ 187	+120 +179%
 Irisan indikator	-	➔ 42	pertanyaan sama

Apa artinya?



Cakupan survei 2026 menjadi **lebih luas**.



Pengukuran dilakukan **lebih detail** hingga ke aspek yang lebih spesifik.



Perbandingan lintas tahun paling aman dibaca melalui **42 indikator irisan**.



42 indikator irisan menjadi jembatan paling *comparable* untuk melihat kontinuitas hasil 2025–2026.

Angka 2026 perlu dibaca dalam konteks desain survei yang berubah

SKP 2025 dan prognosa 2026 tidak sepenuhnya apple-to-apple karena cakupan dan detail pengukuran 2026 jauh lebih luas.

SKP 2025 vs PROGNOSA 2026

SKP 2025

99,15%



PROGNOSA 2026

95,03%

SELISIH
-4,12 POIN

Prognosa 2026 tidak otomatis berarti kualitas layanan turun sebesar selisih tersebut.

Instrumen 2026 lebih detail sehingga pelanggan menilai pada lebih banyak aspek dan touchpoint.

Cara membaca hasil 2026



1

Bandingkan 2026 dalam konteks instrumen yang lebih detail dibanding 2025.



2

Basis baca utama adalah 42 indikator irisan yang diukur konsisten di dua tahun.



3

Fokus hasil 2026 adalah diagnosis yang lebih tajam untuk menentukan prioritas perbaikan.



Pesan utama: angka 2026 perlu dibaca bersama perubahan desain survei, agar interpretasi hasil lebih tepat.

Arsitektur 2026 bergeser dari variabel makro menjadi diagnosis per touchpoint

Yang dipertahankan tetap ada, tetapi variabel utama dipecah menjadi dimensi yang lebih operasional agar akar masalah dan prioritas perbaikan lebih mudah dikenali.



2025 | VARIABEL MAKRO



Kemudahan Informasi Pelayanan



Respon Pengaduan



Akurasi & Transparansi Biaya



PLN Mobile



2026 | DIMENSI YANG DIPERDALAM



Information Accessibility



Comfort



Complaint Handling



Responsiveness



Process Efficiency



Reliability



Value Added



DIUKUR PADA SERVICE ASSET

**Frontliner • Security • Manbill
Yantek • Yanbung
Home Charging Services • SPKLU**



Arah desain: mengetahui 'bagian mana' dan 'touchpoint mana' yang membentuk gap pengalaman pelanggan.



Implikasi: hasil 2026 lebih diagnostik—prioritas perbaikan dapat diturunkan dari skor agregat ke dimensi dan touchpoint yang lebih spesifik.

Tujuh area diagnosis membuat hasil 2026 lebih operasional

Tujuh area ini membantu hasil survei tidak berhenti pada angka, tetapi langsung mengarah ke sumber masalah dan area perbaikan yang lebih jelas.

7 AREA DIAGNOSIS

1

Service Asset

Frontliner, Security, Manbill, Yantek, Yanbung, Home Charging Services, SPKLU



2

Layanan Pra-Bayar

Kanal token, kecepatan transaksi, variasi nominal, meteran, dan kemudahan pembelian



3

Layanan Pasca Bayar

Kanal pembayaran, tagihan, kualitas meter, dan pengalaman pembayaran



4

PB / PD / PS

Prosedur, waktu penyambungan, kualitas penyambungan, dan pengalaman layanan



5

Mutu & Keamanan

Kestabilan tegangan, frekuensi padam, dan lama padam



6

Pintu Layanan

Kemudahan akses, kecepatan respon, ketepatan solusi, dan kanal layanan



7

Pertanyaan Lainnya

Kompas gas, perilaku memasak, dan saran pelanggan



Makna utamanya: hasil survei 2026 lebih mudah ditindaklanjuti karena masalah dapat dilihat per area diagnosis, bukan hanya dari skor total.

Hasil yang dicari: bukan hanya skor, tetapi arah perbaikan

Survei tidak berhenti pada angka kepuasan. Hasilnya harus membantu PLN memahami apa yang dialami pelanggan, di mana letak masalah, dan perbaikan apa yang perlu diprioritaskan.

OUTPUT SURVEI

1



Pengalaman Layanan

- ✓ Produk & layanan PLN
- ✓ Indeks kepuasan
- ✓ Indeks ketidakpuasan

2



Hubungan Pelanggan

- ✓ Loyalitas pelanggan
- ✓ Customer engagement
- ✓ Kepedulian pelanggan

3



Pintu Layanan & Benchmark

- ✓ Efektivitas pintu layanan
- ✓ Kepuasan relatif terhadap pesaing
- ✓ Rekomendasi perbaikan



Output akhir: prioritas perbaikan layanan dan kinerja PLN yang lebih spesifik per dimensi dan touchpoint.

Metode dibuat sederhana di lapangan, kuat saat dianalisis

Pendekatan survei dirancang mudah dijalankan di lapangan, namun tetap menghasilkan data yang kuat untuk membaca akar masalah dan menentukan prioritas perbaikan.



Lapangan



Analisis

METODE SURVEI

Pengumpulan data



Face to face

Survei dilakukan melalui wawancara langsung dengan pelanggan.



Central Location Interviews (CLI)

Digunakan untuk responden yang datang ke titik layanan tertentu.



Purposive sampling

Digunakan untuk responden tertentu sesuai kebutuhan survei.



Souvenir

Pelanggan TM/TT menerima souvenir setelah survei selesai; pelanggan TR reguler tidak menerima souvenir dari pusat.

METODE ANALISIS

Cara membaca hasil



Analisis deskriptif

Melihat gambaran umum karakteristik responden dan tingkat kepuasan.



Top Two Boxes & Mean

Menghitung indeks kepuasan, ketidakpuasan, loyalitas, engagement, kepedulian, dan efektivitas pintu layanan.



Regresi linear & IPA

Menentukan faktor yang paling memengaruhi kepuasan dan prioritas perbaikan.



Pembacaan yang lebih tajam

Hasil tidak berhenti pada skor, tetapi diarahkan ke area masalah yang paling penting.

Skala survei 2026: 11.316 responden dengan cakupan nasional

Sebaran responden di seluruh wilayah membuat hasil survei dapat dibaca pada level nasional maupun unit.



Total Responden

11.316

11.186 responden PLN +
130 eksternal



Unit Induk

23

terwakili



Anak Perusahaan

1

termasuk dalam cakupan



UP3 Sampling

50

lokasi sampling



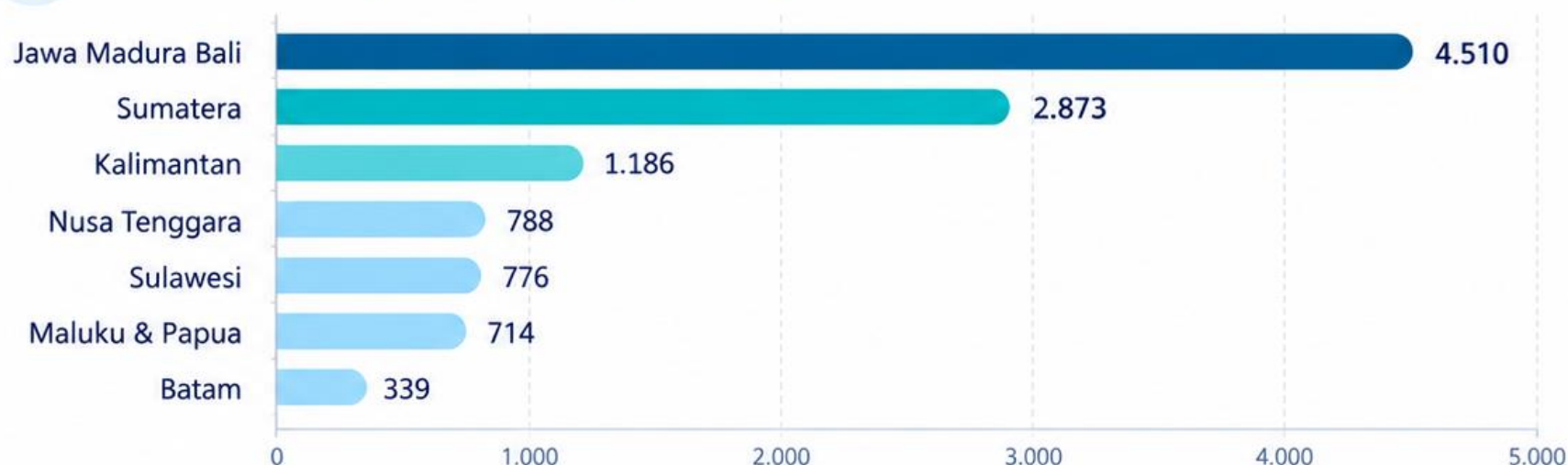
Eksternal

130

responden pembanding



Sebaran responden PLN per wilayah



Mayoritas responden berasal dari Jawa Madura Bali dan Sumatera, namun seluruh wilayah utama tetap terwakili sehingga hasil cukup kuat untuk membaca kondisi nasional.

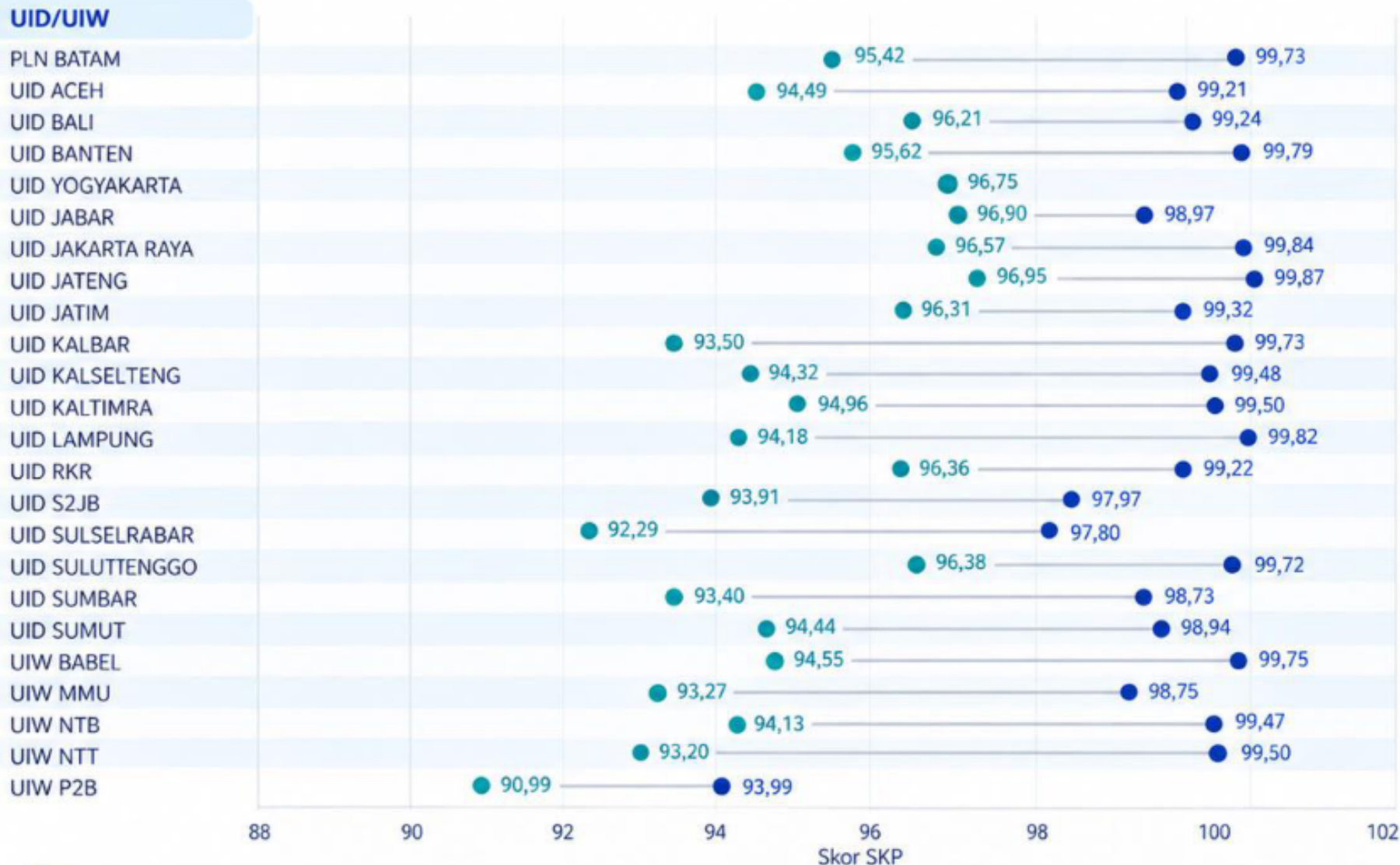
Timeline: dari persiapan hingga sosialisasi hasil

Rangkaian kegiatan disusun bertahap agar survei berjalan rapi di lapangan, terkontrol selama pelaksanaan, dan cepat ditindaklanjuti pada tahap analisis.



Target SKP 2025 vs 2026

Perbandingan Realisasi SKP 2025 dan Target SKP 2026 per UID/UIW



UID/UIW	SKP 2025	Target SKP 2026
PLN BATAM	99,73	95,42
UID ACEH	99,21	94,49
UID BALI	99,24	96,21
UID BANTEN	99,79	95,62
UID YOGYAKARTA	0	96,75
UID JABAR	98,97	96,90
UID JAKARTA RAYA	99,84	96,57
UID JATENG	99,87	96,95
UID JATIM	99,32	96,31
UID KALBAR	99,73	93,50
UID KALSELTENG	99,48	94,32
UID KALTIMRA	99,50	94,96
UID LAMPUNG	99,82	94,18
UID RKR	99,22	96,36
UID S2JB	97,97	93,91
UID SULSELBAR	97,80	92,29
UID SULUTTENGGO	99,72	96,38
UID SUMBAR	98,73	93,40
UID SUMUT	98,94	94,44
UIW BABEL	99,75	94,55
UIW MMU	98,75	93,27
UIW NTB	99,47	94,13
UIW NTT	99,50	93,20
UIW P2B	93,99	90,99
NASIONAL	99,15	95,03



Insight: UID Yogyakarta merupakan **Unit Baru**, sehingga realisasi SKP 2025 = 0; target SKP 2026 = 96,75.

● SKP 2025 ● Target SKP 2026

KICK OFF SKK 2026

Bukan hanya mengukur skor. Kita ingin tahu apa yang perlu dibenahi.

Survei ini tidak berhenti pada angka kepuasan. Hasilnya diharapkan membantu PLN memahami pengalaman pelanggan, menemukan akar masalah, dan menentukan prioritas perbaikan yang lebih tepat.



MEASURE

ukur pengalaman



DIAGNOSE

temukan gap



IMPROVE

prioritaskan perbaikan



**SURVEI
KEPUASAN
KONSUMEN
2026**

Terima kasih

Direktorat Retail dan Niaga
Divisi Customer Experience &
Excellence Services