

***Analisis Customer Journey Mapping untuk Meningkatkan
Customer Experience pada Home Charging Service PT PLN
(Persero)***

TUGAS AKHIR



Hikmah Septiana

1231921022

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hikmah Septiana

NIM : 1231921022

Tanda Tangan : 

Tanggal : 11 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hikmah Septiana
NIM : 1231921022
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Analisis *Customer Journey Mapping* untuk
Meningkatkan *Customer Experience* pada *Home*
Charging Service PT PLN (Persero)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE.MM

()

Penguji 1 : Dr. Ananda Fortunisa, SE., Msi

()

Penguji 2 : Holila Hatta, S.Pd.,MM

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Customer Journey Mapping untuk Meningkatkan Customer Experience pada Home Charging Service PT PLN (Persero)”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perjalanan pelanggan dalam menggunakan layanan Home Charging Service PT PLN (Persero) dengan pendekatan Customer Journey Mapping. Penulis mengidentifikasi touchpoints, pain points, respons customer experience, serta peluang perbaikan layanan pada setiap tahapan customer journey, yaitu awareness, consideration, decision, retention, dan advocacy. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat akademis serta masukan praktis bagi peningkatan kualitas layanan Home Charging Service.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh dukungan, bantuan, arahan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu selama proses penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian ini. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya terkait customer experience dan Customer Journey Mapping, serta dapat memberikan manfaat bagi PT PLN (Persero) dalam meningkatkan kualitas layanan Home Charging Service.

Jakarta, September 2026

Penulis
Hikmah Septiana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hikmah Septiana
NIM : 1231921022
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: ***Analisis Customer Journey Mapping untuk Meningkatkan Customer Experience pada Home Charging Service PT PLN (Persero)*** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 11 September 2026

Yang menyatakan



(Hikmah Septiana)

Analisis Customer Journey Mapping untuk Meningkatkan Customer Experience pada Home Charging Service PT PLN (Persero)

Hikmah Septiana

ABSTRAK

The energy transition and growth of the Electric Vehicle (EV) ecosystem in Indonesia have driven PT PLN (Persero) to provide the Home Charging Service (HCS). Despite offering convenience, the implementation of HCS still encounters operational obstacles that affect the customer experience. This study aims to analyze and map the customer journey, identify touchpoints and pain points, and formulate strategic recommendations to enhance customer experience in PT PLN (Persero)'s Home Charging Service. This study adopted a descriptive qualitative approach. Primary data were gathered through semi-structured interviews with five key informants who use HCS in the UP3 Sukabumi area, selected via purposive sampling. Secondary data were obtained from official PLN documentation (SOP, Electricity Purchase Agreements, Board of Directors Regulations, and technical guidelines). Data analysis followed the Miles and Huberman model (data reduction, data display, and conclusion drawing), with data validity ensured through source and technique triangulation. The findings are mapped into five Customer Journey Mapping (CJM) stages: awareness, consideration, decision, retention, and advocacy:

1. **Awareness & Consideration:** EV dealerships serve as the dominant primary touchpoint for building initial awareness. Customers are motivated to use HCS due to cost efficiency and convenience.
2. **Decision:** Identified as the critical touchpoint with the most significant pain points, including installation delays due to stockouts of 7,700 VA kWh meters/MCBs, unauthorized extra fee requests by field technicians for non-standard installations, and limited user understanding of digital payment Virtual Account options.
3. **Retention & Advocacy:** Customers expressed high satisfaction regarding daily home charging convenience. However, the 30% night discount incentive was underutilized due to misaligned operating hours and safety concerns during sleep. Overall experience remains positive, driving voluntary word-of-mouth advocacy.

Based on the gap analysis, five strategic recommendations for a future state journey were formulated: (1) optimizing supply chain management for stock assurance and SLA compliance ($\leq 3 \times 24$ hours); (2) enhancing technician ethics governance through Digital Sign-off and transparent installation scope education; (3) expanding payment gateway access on PLN Mobile; (4) conducting "Safe Overnight Charging" education campaigns and upgrading charging status notifications; and (5) strengthening omnichannel marketing partnerships with EV dealers.

Keywords: Customer Journey Mapping, Customer Experience, Home Charging Service, PT PLN (Persero), Electric Vehicle

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kerangka Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	9
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.5 Customer Journey Map.....	15
2.1.6 Customer Experience.....	16
2.1.7 Home Charging.....	19
2.1.8 Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2 Hasil Penelitian/Jurnal Relevan.....	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2.1 Tempat Penelitian.....	26
3.2.2 Waktu Penelitian.....	26
3.3 Kerangka Penelitian.....	27
3.4 Informan Penelitian.....	27
3.5 Sumber Data.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Instrumen Penelitian.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9 Uji Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	34
4.2 Karakteristik Informan Penelitian.....	34
4.3 Hasil Penelitian.....	36
4.3.1 Hasil Olah Data Wawancara.....	37
4.3.2 Hasil Coding Data Wawancara.....	41
4.3.3 Hasil Studi Dokumentasi Data Sekunder.....	44

4.4 Analisis Tahapan Customer Journey Mapping (CJM).....	46
4.4.1 Tahap Awareness (Kesadaran).....	46
4.4.2 Tahap Consideration (Pertimbangan).....	47
4.4.3 Tahap Decision (Keputusan & Pendaftaran).....	47
4.4.4 Tahap Retention (Penggunaan Berkelanjutan).....	48
4.4.5 Tahap Advocacy (Advokasi & Rekomendasi).....	49
4.5 Evaluasi Touchpoints, Pain Points, dan Customer Experience (CX).....	50
4.6 Pembahasan dan Rekomendasi Strategis Perbaikan Layanan.....	52
4.6.1 Rancangan Future State Customer Journey.....	55
4.6.3 Target Perubahan Customer Experience.....	56
4.7 Pengujian Keabsahan Data.....	57
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi Customer Experience.....	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	35
Tabel 4.2 Hasil Olah Data Wawancara.....	37
Tabel 4.3 Coding Data Wawancara.....	41
Tabel 4.4 Matriks Customer Journey Map Home Charging Service PLN....	50
Tabel 4.5 Action plan & KPI Supply Chain & Inventory Management.....	52
Tabel 4.6 Action plan & KPI Integrity & Field Governance.....	53
Tabel 4.7 Action plan & KPI Payment Gateway Expansion.....	53
Tabel 4.8 Action plan & KPI Home Charging Discount.....	54
Tabel 4.9 Action plan & KPI Partnership.....	55
Tabel 4.10 Rancangan Future State Customer Journey.....	55
Tabel 4.11 Perbandingan Current State dan Future State.....	56
Tabel 4.12 Keterkaitan Future State dengan Dimensi Customer Experience	56
Tabel 4.13 Matriks Kesenjangan (Gap) Regulasi dan Realitas Lapangan....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peningkatan Jumlah Kendaraan Listrik di Indonesia.....	2
Gambar 2. Layanan Home Charging Service PLN.....	3
Gambar 3. Service Blueprint Home Charging Service PLN Mobile.....	4
Gambar 2.1 Deskripsi Konseptual.....	24
Gambar 3.1 Diagram Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 4.1 SLA dan Petunjuk Teknis 0035.I/DIR/2024.....	45
Gambar 4.2 Pendaftaran & Pembayaran HCS Ultima via PLN Mobile.....	45
Gambar 4.3 SPJBTL & Perdir PT PLN No. 0028.P/DIR/2023.....	45
Gambar 4.4 Emotions Chart Customer Journey Map HCS PLN.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	71
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 1.....	74
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 2.....	80
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 3.....	86
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan 4.....	92
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan 5.....	98
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian.....	105
Lampiran 8. Dokumentasi Opsi Pembayaran PLN Mobile.....	107
Lampiran 9. Produk New Home Charging Service 3.0.....	108