

Pengambilan Keputusan Strategi Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar Pada PLN UP3 Tanjung Karang

Strategic Decision Making in Achieving the Migration Target of Prepaid Customers at PLN UP3 Tanjung Karang

Tri Lestira Putri Warganegara¹, Sendi Septiadi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

E-mail: tira@ubl.ac.id¹, sendi.18011031@student.ubl.ac.id²

Abstract

Prepaid electricity or smart electricity is a service for using electrical energy by means of pln customers paying the initial fee to obtain electrical energy for use or using a token system, so that customers do not need to deal with the monthly electricity bill payment schedule and can make it easier for customers to control electricity usage and Prepaid electricity is also expected to be able to reduce late payments or what can be called arrears. The aim of the researchers in this study is to analyze and find out what strategies are appropriate in an effort to achieve the migration target of prepaid electricity customers at PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang using the AHP (Analytical Hierarchy Process) method and Expert Choice analysis tools that are useful for giving weights. with the aim of obtaining priority strategies. The conclusion of this study shows the right strategy to achieve the prepaid customer migration target in this research, namely improving prepaid customer service followed by free UJL promos and discounts on adding power to pln mobile and village migration programs.

Keywords: AHP, Expert Choice, Strategy, Decision Making.

Abstrak

Listrik Prabayar atau listrik pintar merupakan layanan penggunaan energi listrik dengan cara pelanggan pln membayar beban biaya diawal demi memperoleh energi listrik untuk dipergunakan atau menggunakan sistem token, sehingga pelanggan tidak perlu berhubungan dengan jadwal pembayaran rekening listrik setiap bulannya serta dapat mempermudah pelanggan dalam pengontrolan penggunaan listrik dan listrik Prabayar juga diharapkan mampu untuk menekan keterlambatan bayar atau yang dapat disebut tunggakan. Tujuan peneliti dari penelitian kali ini ialah untuk menganalisis serta mendapati strategi apa yang tepat dalam upaya mencapai target migrasi pelanggan listrik Prabayar di PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang dengan metode AHP (Analytical Hierarchy Process) serta alat analisis Expert Choice yang berguna untuk memberikan pembobotan dengan tujuan mendapatkan strategi prioritas. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan strategi yang tepat untuk mencapai target migrasi pelanggan Prabayar dalam penelitian ini yaitu meningkatkan layanan pelanggan Prabayar dilanjutkan dengan promo gratis ujl serta diskon tambah daya pln mobile dan program desa migrasi.

Kata kunci: AHP, Expert Choice, Strategi, Pengambilan Keputusan.

PENDAHULUAN

Salah satu jenis energi yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat adalah tenaga listrik. Indonesia memiliki perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik yang kita kenal dengan PT PLN (Persero) yang eksistensinya sangat dibutuhkan oleh publik. Semakin maju dan modern

Pengambilan Keputusan Strategi Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar Pada PLN UP3 Tanjung Karang

Tri Lestira Putri Warganegara, Sendi Septiadi

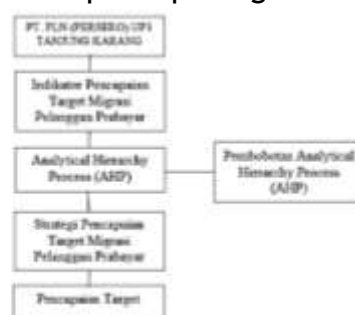
DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.241>

perkembangan zaman di masa ini mengakibatkan segala informasi, sumber daya serta teknologi semakin meningkat. Oleh sebab itu PT PLN (Persero) dituntut untuk serba cepat dan dapat terus beradaptasi, mengetahui betapa pesatnya perubahan terjadi, inovasi serta strategi dari perusahaan sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan termasuk pemenuhan kebutuhan layanan tenaga listrik. Hal ini sejalan dengan pendapat Warganegara dan Dita (2021) yang menjelaskan strategi yang serasi dengan karakter dan sifat pasar harus dimiliki oleh perusahaan.

Agar pelayanan yang dimiliki perusahaan konsisten untuk terus berkembang, PT PLN (Persero) membangun inovasi yang berguna untuk mempertahankan keberadaan serta untuk kemajuan perusahaan dalam menghadirkan pelayanan kepada publik atau masyarakat luas. Wujud inovasi yang dikeluarkan PT PLN (Persero) ialah dengan menciptakan listrik Pintar atau yang biasa dikenal dengan Listrik Prabayar. Listrik prabayar merupakan sarana penggunaan listrik dengan cara pelanggan pln membayar beban biaya diawal demi memperoleh energi listrik untuk dipergunakan atau menggunakan sistem token, sehingga pelanggan tidak perlu terbebani dengan pembayaran listrik bulanan serta mampu mempermudah pelanggan dalam pengontrolan penggunaan listrik dan listrik prabayar juga diharapkan mampu untuk menekan keterlambatan bayar atau yang dapat disebut tunggakan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang diketahui realisasi migrasi prabayar selama periode Januari - September 2021 menunjukkan angka yang tidak stabil dan belum menunjukkan terealisasinya target sesuai dengan data yang sudah ditentukan. Kondisi ini mampu dilihat dari target yang harus dicapai sebanyak 7200 pelanggan, namun realisasinya sebanyak 5445 pelanggan atau sebesar 76% dari target yang diharapkan. Hal ini menjadi tantangan bagi PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang terutama bagian Pelayanan Pelanggan dan Niaga untuk meningkatkan jumlah migrasi pelanggan prabayar. Strategi yang baik diperlukan untuk tercapainya target ini.

Menurut Kurniawan dalam Hefniy dan Fairus (2019) menjelaskan bahwa terdapat tiga tahap dalam manajemen strategi sebagai berikut: 1) Formulasi Strategi, 2) Implementasi Strategi, 3) Evaluasi Strategi. Pada penelitian kali ini peneliti menerapkan kerangka konseptual pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategis

Menurut David yang dikutip Effri Novianto (2019:13) mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni untuk memenuhi sasaran perusahaan dengan cara merumuskan, melaksanakan dan mengevaluasi keputusan-keputusan.

Keputusan

Menurut Sudjiman dan Sudjiman (2018) keputusan adalah suatu alur pemilihan dari beragam alternatif yang tersedia dan termasuk kualitatif atau kuantitatif untuk mendapatkan suatu keputusan final yang dapat dipergunakan menyelesaikan persoalan.

Pengambilan Keputusan

Menurut Sweeney dan Devi dalam Indriany dan Afriansyah (2019) Pengambilan keputusan ialah proses mengevaluasi alternatif yang ada dengan maksud mendapatkan hasil yang terbaik.

Pemasaran

Hutama dan Subagio dalam Atmoko (2018) menjelaskan pemasaran sebagai rangkaian tindakan yang dimulai dari produksi sampai dengan distribusi serta mempunyai nilai bagi perusahaan, konsumen dan masyarakat luas.

Analytical Hierarchy Process

Menurut Saragih (2013) Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu model pendukung keputusan yang menguraikan persoalan multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki. Menurut Barusman (2018) AHP merupakan model pendukung yang diperkenalkan oleh Thomas L yang dapat menyelesaikan suatu persoalan dengan banyak unsur ke dalam suatu hierarki.

METODE

Deskriptif kualitatif adalah metode yang peneliti tentukan dalam menyelesaikan penelitian ini, deskriptif kualitatif Menurut Warganegara (2015) adalah model penelitian yang menjelaskan kegiatan yang dijalankan oleh organisasi berdasarkan fakta yang selanjutnya digarap menjadi sebuah data. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan metode Analytical Hierarchy Process dan alat analisis Expert Choice untuk memberikan pembobotan pada kriteria, sub-kriteria dan alternatif penentu prioritas.

Jenis data yang peneliti aplikasikan dalam merampungkan penelitian kali ini ialah data primer serta sekunder. Data primer ialah data hasil wawancara serta kuesioner yang dilakukan kepada pegawai PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang,

Pengambilan Keputusan Strategi Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar Pada PLN UP3 Tanjung Karang

Tri Lestira Putri Warganegara, Sendi Septiadi

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.241>

Dosen (Akademisi) dan Pelanggan. Data sekunder pada penelitian kali ini ialah realisasi migrasi prabayar periode Januari 2021-September 2021.

Menurut (Ozcalina et all, 2019) Narasumber adalah individu atau kelompok organisasi yang memiliki kapasitas serta memenuhi syarat tertentu dalam proses pembuatan data yang akan diambil. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tujuh narasumber sebagai berikut:

Tabel 1. Narasumber Dalam Penelitian

No	Nama Narasumber	Jabatan
1	Majit Ibrahim	SPV Adm Niaga dan Costumer Experience
2	Ahmad Apandi	SPV Pemasaran
3	Lolyta Destisa Dianty	Assistand Pengendalian Piutang
4	Muqsita Ghaniya Rahma	SPV Keuangan dan Akuntansi
5	Hari Sulastio	SPV PP ULP Kalianda
6	Vonny Tiara Narundana. SE., M.Si	Dosen (Akademisi)
7	Marniyati	Pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam upaya pencapaian target migrasi pelanggan prabayar dibutuhkan pertimbangan pada kriteria dan sub-kriteria yang dimasukkan.

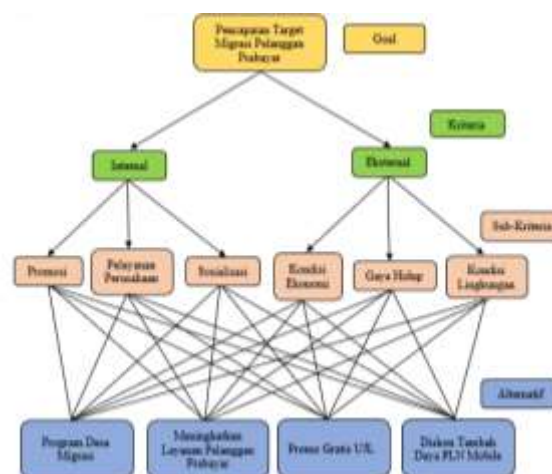
Tabel 2. Definisi Kriteria

No	Kriteria, Sub Kriteria dan Alternatif	Definisi
1	Internal	Kriteria yang mempengaruhi pencapaian target migrasi pelanggan prabayar di PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang.
2	Eksternal	Kriteria yang mempengaruhi pencapaian target migrasi pelanggan prabayar di PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang.
3	Promosi	Upaya untuk membujuk, memberikan informasi, dan mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan.
4	Pelayanan Perusahaan	Memberikan pelanggan pln pelayanan yang baik berdasarkan kebutuhan.
5	Sosialisasi	Memperkenalkan kepada masyarakat mengenai program listrik prabayar dengan mensosialisasikannya kepada kelompok masyarakat.
6	Kondisi Ekonomi	Salah satu faktor penentu dari pengambilan keputusan individu atau masyarakat.
7	Gaya Hidup	Pola tingkah laku hidup individu yang ditunjukkan dengan aktivitas, minat dan ketertarikan yang membedakan dirinya dengan orang lain.

8	Kondisi Lingkungan	Kondisi lingkungan yang dapat memotivasi diri kita untuk mengambil suatu keputusan.
9	Program Desa Migrasi	Dengan memigrasikan desa yang sebelumnya sudah terlaksananya suatu kesepakatan.
10	Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	Memberi perhatian lebih kepada pelanggan prabayar yang dimulai dari tambah daya, pembelian token listrik dan mengatasi keluhan pelanggan.
11	Promo Gratis UJL	Memberikan free token kompensasi UJL (Uang Jaminan Langganan) untuk pelanggan yang melakukan migrasi ke prabayar.
12	Diskon Tambah Daya PLN Mobile	Memberikan diskon kepada pelanggan yang melakukan tambah daya melalui aplikasi PLN Mobile

Sumber Data Diolah Tahun 2022

Adapun struktur hierarki yang digunakan dalam menentukan strategi dalam upaya pencapaian target migrasi pelanggan prabayar adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Hierarki Penelitian

Berdasarkan hierarki diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan (Goal) adalah pencapaian target migrasi pelanggan prabayar.
2. Kriteria adalah komponen dari Tujuan (Goal), kriteria pada penelitian kali ini adalah internal dan eksternal.
3. Sub kriteria merupakan komponen internal serta eksternal berdasarkan kriteria. Dalam penelitian ini terdapat enam sub kriteria yang bersumber melalui wawancara dengan narasumber antara lain Promosi, Pelayanan Perusahaan, Sosialisasi, Kondisi Ekonomi, Gaya Hidup, Kondisi Lingkungan.
4. Alternatif merupakan komponen berbeda serta memiliki peluang yang setara untuk dipilih dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini terdapat empat alternatif antara lain Program Desa Migrasi, Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar, Promo Gratis UJL serta Promo Tambah Daya PLN Mobile.

Pengambilan Keputusan Strategi Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar Pada PLN UP3 Tanjung Karang

Tri Lestira Putri Warganegara, Sendi Septiadi

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.241>

Tabel 3. Pembobotan Berdasarkan Kriteria Internal dan Eksternal

Alternatif Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar	Internal (L : 0,298)	Eksternal (L : 0,702)
Program Desa Migrasi	0,183	0,257
Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,342	0,267
Promo Gratis UJL	0,245	0,237
Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,230	0,239

Sumber Data Diolah Tahun 2022

Tabel 4. Pembobotan Berdasarkan Sub-Kriteria Internal

Alternatif Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar	Promosi (L : 0,181)	Pelayanan Perusahaan (L : 0,364)	Sosialisasi (L : 0,455)
Program Desa Migrasi	0,152	0,120	0,217
Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,422	0,544	0,238
Promo Gratis UJL	0,200	0,190	0,280
Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,227	0,146	0,265

Sumber Data Diolah Tahun 2022

Tabel 5. Pembobotan Berdasarkan Sub-Kriteria Eksternal

Alternatif Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar	Kondisi Ekonomi (L : 0,402)	Gaya Hidup (L : 0,325)	Kondisi Lingkungan (L : 0,272)
Program Desa Migrasi	0,238	0,071	0,583
Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,188	0,475	0,176
Promo Gratis UJL	0,316	0,160	0,135
Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,259	0,294	0,106

Sumber Data Diolah Tahun 2022

Dari tujuh narasumber yang terdiri dari SPV Adm Niaga dan Costumer Experience, SPV Pemasaran, Assisstand Pengendalian Piutang, SPV Keuangan dan Akuntansi, SPV Pelayanan Pelanggan ULP Kalianda, Dosen (Akademisi), dan Pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang, maka dibuat suatu kombinasi permodelan pengambilan keputusan didapat hasil sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Penggabungan Pengisian Kuesioner

Level 1	Level 2	Alts	Prty
	Promosi (L : 0,181)	Program Desa Migrasi	0,008
		Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,021
		Promo Gratis UJL	0,010
		Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,012
Internal (L : 0,298)	Pelayanan Perusahaan (L : 0,364)	Program Desa Migrasi	0,010
		Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,043
		Promo Gratis UJL	0,015
		Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,012
	Sosialisasi (L : 0,455)	Program Desa Migrasi	0,042
		Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,046
		Promo Gratis UJL	0,054

		Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,051
Kondisi Ekonomi (L : 0,402)		Program Desa Migrasi	0,084
		Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,067
		Promo Gratis UJL	0,113
		Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,092
Eksternal (L : 0,702)	Gaya Hidup (L : 0,325)	Program Desa Migrasi	0,014
		Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,091
		Promo Gratis UJL	0,031
		Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,056
	Kondisi Lingkungan (L : 0,272)	Program Desa Migrasi	0,076
		Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,023
		Promo Gratis UJL	0,018
		Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,014

Overall Inconsistency: 0,02

Tabel 7. Pembobotan Alternatif Prioritas Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar

Alternatif Prioritas Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar	Bobot
Program Desa Migrasi	0,233
Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar	0,291
Promo Gratis UJL	0,240
Diskon Tambah Daya PLN Mobile	0,236

Sumber Data Diolah Tahun 2022

Bersumber pada hasil data yang telah di dapat melalui penggabungan semua nilai yang diberikan narasumber dan telah diolah menunjukkan alternatif prioritas yang lebih utama adalah Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar dengan bobot sebesar (0,291), dilanjutkan dengan Promo Gratis UJL dengan bobot sebesar (0,240), kemudian Diskon Tambah Daya PLN Mobile dengan bobot sebesar (0,236), selanjutnya Program Desa Migrasi dengan bobot sebesar (0,233). Disini dapat dilihat bahwa PT. PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang memiliki 1 (satu) alternatif prioritas yang lebih diutamakan yaitu Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar dilanjutkan dengan 3 (tiga) alternatif lain yang dapat digunakan.

1. Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar adalah alternatif prioritas yang lebih diutamakan dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar pada PT. PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang. Dengan meningkatkan layanan pelanggan prabayar dengan mempercepat proses PB (Pasang Baru) yang biasanya dilakukan maksimal 14 hari dari proses pembayaran menjadi maksimal 5 hari setelah proses pembayaran dan jika melebihi batas hari maksimal akan dikenakan TMP (Tingkat Mutu Pelayanan) sesuai yang telah ditetapkan oleh pemerintah, serta mempermudah proses tambah daya pelanggan mulai dari pendaftaran sampai dengan penambahan daya listrik pelanggan, sehingga pelanggan akan semakin cepat menggunakan listrik untuk kebutuhannya, memberikan tagging di kwh meter pelanggan sehingga petugas PLN akan merespon dengan cepat pelanggan yang memberikan keluhan mengenai listrik prabayar yang digunakan, mempermudah pembelian token listrik melalui

Pengambilan Keputusan Strategi Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan Prabayar Pada PLN UP3 Tanjung Karang

Tri Lestira Putri Warganegara, Sendi Septiadi

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.241>

aplikasi PLN Mobile serta memperluas kerja sama PLN dengan E-Commerce serta Mobile Banking dan bebas biaya admin yang sebelumnya hanya di PLN Mobile guna mempermudah pelanggan dalam pembelian token listrik, meningkatkan keamanan pelanggan prabayar dengan fitur anti konsleting listrik yang dipasang pada kwh meter prabayar sehingga dapat terhindar dari potensi kebakaran akibat konsleting listrik, dan meminimalisir terjadinya kesalahan pencatatan pemakaian listrik karena pelanggan memegang kontrol sepenuhnya pemakaian listrik pada kwh meter prabayar, membebaskan pelanggan dari biaya abodemen yang ada di listrik pascabayar, sehingga dengan beberapa hal tersebut PT. PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang akan semakin cepat mendapatkan pencapain target migrasi pelanggan prabayar.

2. Promo Gratis UJL adalah alternatif prioritas kedua yang lebih diutamakan untuk pencapain target migrasi pelanggan prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang. Adanya promo gratis UJL ini akan membebaskan pelanggan prabayar dari kewajiban UJL yang biasanya dibebankan kepada pelanggan pascabayar, apabila terdapat selisih UJL maka pelanggan akan mendapatkan konversi UJL dalam bentuk token yang bisa digunakan untuk pemakaian tenaga listrik.
3. Diskon Tambah Daya PLN Mobile adalah alternatif prioritas selanjutnya untuk pencapaian target migrasi pelanggan prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang. Adanya promo ini akan memberikan diskon kepada pelanggan prabayar sehingga mendorong konsumen pelanggan pascabayar untuk bermigrasi ke prabayar. Sedangkan pelanggan existing prabayar sudah dapat menikmati promo tersebut.
4. Program Desa Migrasi adalah alternatif terakhir yang dapat digunakan dalam pencapaian target migrasi pelanggan prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang. Dengan program ini PLN melakukan benchmarking terhadap desa - desa yang seluruhnya merupakan pelanggan prabayar, desa - desa tersebut akan menjadi pilot project untuk pengembangan desa dengan support PLN.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat untuk pengambilan keputusan strategi pemasaran dalam upaya pencapaian target migrasi pelanggan prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang. Alternatif strategi pencapaian target migrasi pelanggan prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang yaitu: 1) Meningkatkan Layanan Pelanggan Listrik Prabayar, 2) Promo Gratis UJL, 3) Diskon Tambah Daya PLN Mobile, 4) Program Desa Migrasi. Hasil dari analisis dengan menggunakan metode AHP alternatif strategi prioritas pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang dalam upaya mencapai target migrasi pelanggan prabayar yaitu Meningkatkan Layanan Pelanggan Prabayar.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Barusman, M. Y.. (2018). *Soft Systems Methodology Solusi untuk Kompleksitas Manajemen*. Bandar Lampung. Universitas Bandar Lampung.
- Hefniy, H., & Fairus, R. N. (2019). Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepegawaian. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 169-197.
- Indriany, F., & Afriansyah, H. (2019). Faktor Internal Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.
- Novianto, Efri (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Redaputri, A. P., & Alfarizi, D. (2021). Analisis Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Langgang. *(JMK) Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 47-58.
- Saragih, S. H. (2013). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop. *Pelita Informatika Budi Darma*, 4(2), 82-88.
- Sudjiman, P. E., & Sudjiman, L. S. (2018). Analisis sistem informasi manajemen berbasis komputer dalam proses pengambilan keputusan. *TelKa*, 8(2), 55-66.
- Warganegara, T. L. P., Wahyuningsih, F., & Narundana, V. T. (2021). Analisis Kinerja Karyawan Berdasarkan Key Performance Indicator Dengan Menggunakan Metode Human Resources Scorecard (HRSC) Pada PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 73-81.

**Pengambilan Keputusan Strategi Dalam Pencapaian Target Migrasi Pelanggan
Prabayar Pada PLN UP3 Tanjung Karang**

Tri Lestira Putri Warganegara, Sendi Septiadi

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.241>
