

Evaluasi Efektivitas Sistem Manajemen Pelanggan (CRM) pada Perusahaan Telekomunikasi Indonesia Segmen *Private Banking Service* dalam Meningkatkan Pengawasan Order

Nur Fahmi¹, Debi Irawan², Febriyansyah Ramadhan³, Muhammad iqbal⁴, Firdiansyah Sundawa⁵,

Universitas Indonesia Membangun, Indonesia

Email: nurfahmiSK@student.inaba.ac.id¹, debi.irawan@inaba.ac.id²,
febriansyah.ramadhan@inaba.ac.id³, Muhammad.iqbal@inaba.ac.id⁴,
Firdiansyah.Sundawa5@inaba.ac.id⁵

Abstrak

Perusahaan telekomunikasi di Indonesia menghadapi tantangan dalam pengelolaan layanan private banking, seperti ketidaksinkronan data, proses pelacakan manual, dan koordinasi antarunit yang tidak efisien. Kondisi ini berdampak pada keterlambatan layanan dan penurunan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengembangan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang terintegrasi menjadi solusi krusial untuk meningkatkan efisiensi pengawasan order dan kolaborasi lintas unit. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sistem CRM yang dikembangkan secara internal dalam meningkatkan pengawasan order pelanggan pada segmen *private banking*, serta menganalisis persepsi pengguna terhadap sistem tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan dukungan kuesioner terstruktur berdasarkan model evaluasi *DeLone and McLean*. Data diperoleh dari 20 responden dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kemudahan penggunaan memperoleh skor tinggi, yang mencerminkan penerimaan pengguna yang baik. Namun, indikator kepuasan dan manfaat bersih menunjukkan perlunya peningkatan lanjutan. Secara umum, sistem berhasil mengintegrasikan data order, meningkatkan akses lintas unit, dan mendukung pemantauan kolaboratif. Temuan ini memperkuat potensi adopsi jangka panjang dan arah pengembangan sistem ke depan.

Kata kunci: sistem CRM; *Private Banking*; Pengawasan Order; Evaluasi Sistem; Persepsi Pengguna

Abstract

Telecommunications companies in Indonesia face challenges in managing private banking services, such as data insynchronization, manual tracking processes, and inefficient coordination between units. This condition has an impact on service delays and decreased customer satisfaction. Therefore, the development of an integrated Customer Relationship Management (CRM) system is a crucial solution to improve the efficiency of order escort and cross-unit collaboration. This research aims to evaluate the effectiveness of internally developed CRM systems in improving customer order escort in the private banking segment, as well as analyze user perceptions of the system. The research method utilized a descriptive quantitative approach supported by a structured questionnaire based on the DeLone and McLean Information System Success Model. Data were collected from 20 respondents and analyzed using descriptive statistics. The results showed high average scores for system quality, information quality, and ease of use, indicating strong user acceptance. However, the indicators for user satisfaction and net benefit suggested a need for further system enhancement. Overall, the system succeeded in centralizing order data, improving accessibility across units, and facilitating collaborative monitoring. The findings support the system's potential for long-term adoption and future development.

Keywords: CRM System; *Private Banking*; Order Monitoring; System Evaluation; User Perception

PENDAHULUAN

Teknologi informasi mengalami perkembangan pesat dan menjadi elemen penting dalam mendukung operasional berbagai sektor industri, termasuk bidang pelayanan pelanggan (Rai et al., 2020). Di tengah era digitalisasi, kemampuan dalam mengelola data dan informasi secara cepat serta akurat menjadi aspek strategis dalam meningkatkan daya saing (Chong et al., 2021). Dalam dunia usaha telekomunikasi, pengelolaan interaksi dengan pelanggan melalui sistem Customer Relationship Management (CRM) menjadi elemen krusial, terutama bagi layanan berskala premium seperti segmen private banking (Rahman & Aziz, 2020). Pelanggan di kategori ini mengharapkan layanan yang presisi, responsif, serta terkoordinasi dengan baik, sehingga perusahaan perlu menyediakan sistem manajemen layanan yang terstruktur dan terotomatisasi (Sulianta, 2025). Pemanfaatan teknologi informasi secara optimal tidak hanya mendukung peningkatan kualitas pelayanan, tetapi juga mampu mengefisienkan proses bisnis yang kompleks dan multidivisi, yang selama ini menjadi tantangan dalam pengelolaan hubungan pelanggan (Zhang et al., 2019; Boulding et al., 2021). Dengan mengintegrasikan CRM yang efektif, perusahaan dapat mencapai pelayanan pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Jain & Ahuja, 2020). Oleh karena itu, implementasi teknologi CRM menjadi kunci untuk memastikan keberhasilan dalam menghadapi tantangan di sektor telekomunikasi dan layanan premium (Kumar & Shah, 2021).

Berdasarkan observasi di lingkungan kerja, masih terdapat kendala dalam pengelolaan alur layanan pelanggan (Khotima et al., 2023). Pencatatan dan pemantauan progres pesanan dilakukan dengan cara manual, menggunakan berkas spreadsheet dan komunikasi tidak terpusat, yang mengakibatkan lambatnya aliran informasi (Hasan, Anita, et al., 2025). Ketidaksinkronan antarunit menjadi masalah umum yang menimbulkan tumpang tindih pekerjaan, keterlambatan pelayanan, serta ketidakakuratan data. Permasalahan ini menunjukkan perlunya solusi digital untuk menyederhanakan dan menyatukan proses bisnis yang berkaitan dengan pengawasan pesanan pelanggan di segmen layanan bernilai tinggi. Proses manual juga menyulitkan dalam penelusuran histori order dan sering kali membuat koordinasi lintas fungsi menjadi tidak efisien, menyebabkan adanya potensi kehilangan peluang layanan dan kepuasan pelanggan yang menurun drastis (Ramadhan & Wahyudi, 2023).

Penelitian ini mengkaji efektivitas penerapan sistem CRM dalam menangani pengawasan proses pesanan pelanggan pada perusahaan telekomunikasi nasional. Sistem yang dikembangkan dirancang untuk mengintegrasikan proses pemantauan dan pembaruan data, sehingga seluruh unit terkait dapat bekerja dalam satu platform yang sama (Sundawa, 2022). Pengguna dari berbagai divisi diberikan akses terhadap informasi yang sama, memungkinkan pemantauan dan pengambilan keputusan dilakukan secara kolaboratif. Sistem ini diharapkan mampu mereduksi hambatan komunikasi serta meningkatkan efisiensi dalam penyelesaian layanan. Selain itu, kehadiran sistem yang terpusat dan terdokumentasi dengan baik memberikan nilai tambah berupa kemudahan dalam proses audit internal serta evaluasi performa tiap unit kerja terhadap tanggung jawab layanan masing-masing.

Manfaat dari sistem CRM tidak terbatas pada peningkatan fungsi teknis operasional, melainkan juga berperan dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Melalui pencatatan data historis, analisis kebiasaan pelanggan, dan penyediaan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik (Iqbal, 2022). Dalam konteks segmen private banking, kecepatan

serta presisi dalam merespons menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Implementasi sistem berbasis CRM diharapkan dapat memperkuat daya saing perusahaan dalam memberikan pelayanan unggulan. Pelanggan yang merasa dipantau dan dilayani secara personal cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi, dan ini berpengaruh langsung pada pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Studi-studi sebelumnya telah mengkaji penerapan sistem CRM dalam berbagai konteks, termasuk peningkatan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional (Sulianta, 2025; Iqbal, 2022). Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada aspek umum CRM tanpa menyelami tantangan spesifik di segmen *private banking*, seperti kompleksitas alur kerja dan kebutuhan akan keamanan data yang tinggi. Selain itu, penelitian terdahulu kurang mengeksplorasi integrasi sistem CRM dengan proses pengawasan order yang melibatkan banyak unit kerja (Ramadhan & Wahyudi, 2023). Kesenjangan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik dan terukur untuk menilai efektivitas CRM dalam konteks yang spesifik.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengembangkan dan mengevaluasi sistem CRM yang dirancang khusus untuk mengatasi tantangan unik di segmen *private banking* perusahaan telekomunikasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, sistem ini diuji langsung di lingkungan kerja aktual dengan melibatkan berbagai unit seperti layanan pelanggan, teknis, dan pengawasan. Selain itu, penelitian ini menggunakan model evaluasi *DeLone and McLean* untuk mengukur keberhasilan sistem secara komprehensif, mencakup aspek teknis dan persepsi pengguna (Hasan, Vanessa, et al., 2025). Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih utuh tentang dampak sistem terhadap efisiensi operasional dan kolaborasi lintas unit.

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menilai keberhasilan sistem CRM dalam meningkatkan efektivitas proses pengawasan pesanan. Selain itu, penelitian juga bertujuan mengetahui tanggapan pengguna terhadap kemudahan operasional sistem, kecepatan akses informasi, serta ketepatan data yang dihasilkan (Maliki et al., 2024). Evaluasi dilakukan terhadap pengaruh sistem dalam memperlancar koordinasi antarunit kerja, khususnya dalam menciptakan keselarasan informasi secara waktu nyata. Hasil evaluasi dapat menjadi acuan untuk perbaikan sistem dan strategi pengembangannya ke depan. Penilaian terhadap keberhasilan sistem tidak hanya terbatas pada parameter fungsional, tetapi juga mencakup persepsi pengguna dan dampaknya terhadap kualitas keputusan yang diambil oleh tiap unit kerja (Sagala et al., 2024).

Metodologi dalam penelitian ini mencakup observasi langsung terhadap implementasi sistem dan pengumpulan data melalui wawancara serta penyebaran kuesioner kepada pengguna dari berbagai divisi. Analisis data dilakukan secara kombinatif, menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh gambaran komprehensif terkait fungsionalitas sistem. Beberapa aspek penting yang dikaji meliputi kemudahan penggunaan, keandalan informasi, kecepatan proses, serta dampaknya terhadap produktivitas dan sinergi antarunit kerja (Tjahjanto et al., 2025). Temuan dari analisis ini menjadi dasar untuk pengambilan kebijakan pengembangan sistem lanjutan. Data yang dikumpulkan juga akan dibandingkan dengan standar kualitas layanan yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan untuk melihat tingkat kesesuaian implementasi sistem dengan target organisasi.

Pemanfaatan sistem berbasis digital memungkinkan setiap divisi dalam perusahaan untuk

bekerja lebih efektif dalam mengawal proses layanan pelanggan. Akses informasi yang seragam mempercepat proses pengambilan keputusan dan mengurangi kesalahan akibat miskomunikasi. Di sisi lain, pelanggan akan memperoleh manfaat dari layanan yang lebih cepat, transparan, dan tepat sasaran. Kolaborasi yang terjadi melalui sistem yang terintegrasi menciptakan budaya kerja yang lebih adaptif dan berbasis data. Sistem ini juga dapat menjadi alat ukur yang objektif dalam menilai kinerja tiap individu atau tim kerja berdasarkan data real-time yang tercatat secara otomatis dan terstandar (Brilian & Novalita, 2025).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan operasional, khususnya dalam konteks pelayanan pelanggan. Dengan mengevaluasi sistem CRM yang diterapkan pada segmen layanan private banking, penelitian ini menyajikan pendekatan praktis dalam menjawab tantangan nyata di lingkungan profesional. Selain menjadi referensi untuk pengembangan sistem di masa mendatang, penelitian ini juga dapat dijadikan dasar penerapan solusi serupa di berbagai sektor industri lainnya. Dampak jangka panjang dari adopsi sistem ini berpotensi memperkuat tata kelola informasi internal perusahaan, mendorong inovasi layanan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul dan berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif. Tujuannya adalah untuk menilai tingkat keberhasilan dari penerapan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang dirancang secara internal oleh tim teknis perusahaan untuk mendukung kegiatan pemantauan dan pengawasan pesanan pelanggan pada segmen private banking. Lokasi pelaksanaan penelitian berada di kantor pusat layanan korporat salah satu perusahaan telekomunikasi di Jakarta. Waktu pelaksanaan berlangsung selama dua bulan, mencakup fase implementasi, pengumpulan data dari pengguna, serta analisis efektivitas penggunaan sistem.

Sistem CRM yang dikembangkan merupakan solusi digital yang dibuat berdasarkan kebutuhan internal organisasi, khususnya untuk mengatasi proses pencatatan manual, ketidakterpaduan informasi, dan hambatan koordinasi antarunit (Brilian & Novalita, 2025). Aplikasi ini telah diterapkan di lingkungan kerja melalui jaringan lokal perusahaan dan dapat diakses oleh berbagai unit yang terlibat dalam pengawasan order. Uji coba sistem dilaksanakan langsung dalam aktivitas operasional, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi riil dari penggunaan aplikasi di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan dengan dua teknik utama, yakni penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam. Kuesioner diberikan kepada 20 pegawai dari berbagai divisi yang telah menggunakan sistem secara langsung, meliputi bagian layanan pelanggan, teknisi lapangan, serta pengawas order. Sementara itu, wawancara dilakukan terhadap lima orang perwakilan dari unit terkait untuk menggali informasi lebih detail mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan sistem. Penentuan responden dilakukan secara purposif, berdasarkan tingkat keterlibatan mereka dalam proses kerja yang terdigitalisasi melalui sistem CRM (Tjahjanto et al., 2025).

Untuk menilai keberhasilan sistem, digunakan model evaluasi dari DeLone and McLean Information System Success Model. Model ini menilai enam komponen utama: mutu sistem, mutu informasi yang disediakan, tingkat pemanfaatan sistem, tingkat kepuasan pengguna,

manfaat yang dirasakan dari penggunaan sistem, dan keinginan untuk terus menggunakan sistem tersebut (Hasan, Vanessa, et al., 2025). Masing-masing komponen diukur dengan skala Likert lima poin, dan hasilnya dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran menyeluruh terhadap persepsi pengguna.

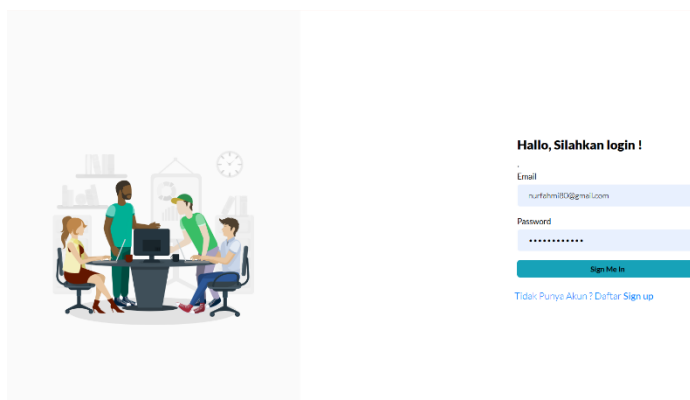
Analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis), yaitu dengan menelaah narasi wawancara untuk mengidentifikasi pola umum, isu penting, dan saran-saran dari pengguna terkait sistem yang digunakan. Hasil wawancara ini digunakan untuk memperdalam pemahaman atas temuan dari kuesioner, serta menambahkan konteks terhadap berbagai aspek yang tidak dapat diukur secara numerik.

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam kuesioner memiliki tingkat keandalan yang baik, dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Langkah ini bertujuan memastikan bahwa setiap item pertanyaan memiliki konsistensi internal yang kuat dan dapat dipercaya sebagai alat ukur dalam menilai efektivitas sistem dari sudut pandang pengguna (Lestari & Handoko, 2024).

Seluruh tahapan penelitian dimulai dengan perumusan kebutuhan sistem berdasarkan kondisi aktual di lapangan, kemudian dilanjutkan dengan proses pengembangan dan uji coba sistem oleh pengguna terpilih. Setelah sistem diimplementasikan secara terbatas, proses pengumpulan data dilakukan untuk mengevaluasi performanya. Analisis data dan pelaporan hasil menjadi penutup rangkaian penelitian, dengan tujuan utama untuk menilai apakah sistem telah memberikan manfaat nyata dalam peningkatan efisiensi kerja dan kolaborasi lintas unit dalam proses pengawasan order pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

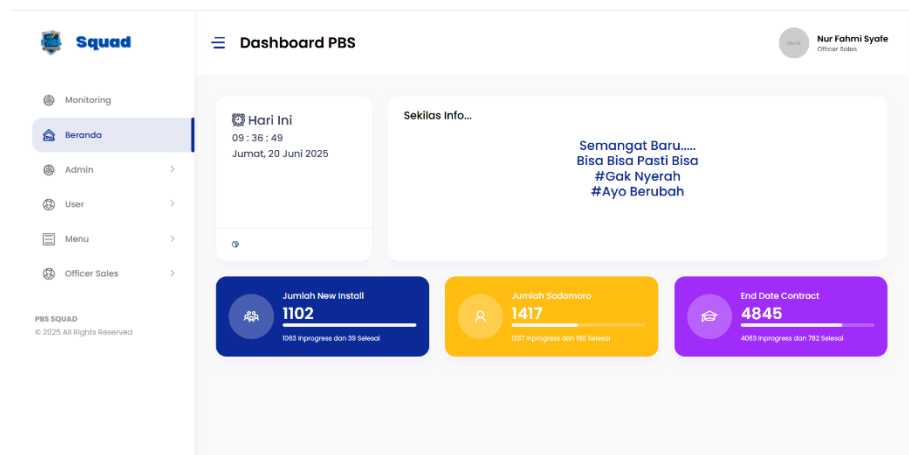
Bagian ini menyajikan implementasi dan evaluasi sistem *Customer Relationship Management (CRM)* yang dikembangkan secara internal, ditinjau dari tampilan antarmuka hingga fungsionalitas sistem dalam mendukung proses pengawasan order di segmen *private banking service*. Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil uji coba langsung di lingkungan operasional perusahaan dan tanggapan pengguna terhadap berbagai fitur utama dalam sistem. Analisis mencakup kemudahan akses, struktur navigasi menu, pemantauan progres layanan, serta fungsi pelaporan dan pencadangan data.



Gambar 1. Tampilan Halaman Login Aplikasi CRM

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti untuk kebutuhan studi (2025)

Tampilan pada Gambar 1 merupakan halaman awal sistem CRM yang berfungsi sebagai pintu masuk bagi pengguna yang telah terdaftar. Proses login memerlukan input berupa alamat *email* dan *kata sandi* sebagai bentuk autentikasi akses. Fitur ini menjadi langkah awal dalam memastikan bahwa hanya pengguna yang berwenang yang dapat mengakses data dan informasi di dalam sistem. Desain antarmuka dibuat sederhana namun informatif, dengan elemen visual yang merepresentasikan kolaborasi kerja tim. Kehadiran fitur login ini mencerminkan penerapan prinsip *access control* dalam sistem informasi, yang penting untuk menjaga kerahasiaan dan integritas data pelanggan, terutama dalam layanan berbasis *private banking* yang menuntut keamanan tinggi.



Gambar 2. Tampilan Menu Utama Aplikasi CRM

Sumber: Dokumen internal perusahaan telekomunikasi (2025)

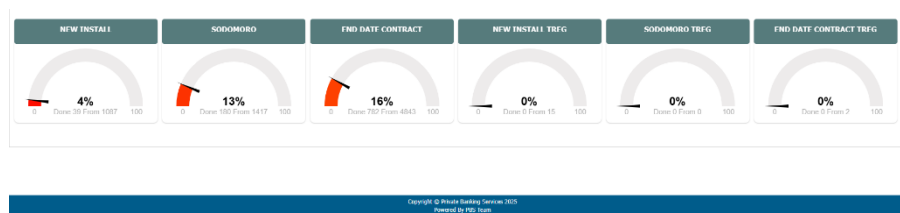
Gambar 2 menampilkan antarmuka utama dari sistem CRM, yang dirancang untuk menampilkan informasi penting secara ringkas dan terstruktur. Pada halaman ini, pengguna dapat langsung melihat status harian, jumlah pemasangan baru, data kategori layanan tertentu seperti *Sodomo* dan *End Date Contract*, serta informasi motivasi kerja. Desain antarmuka memanfaatkan kombinasi warna yang berbeda untuk setiap blok informasi, sehingga memudahkan pengguna dalam mengenali dan membedakan setiap fitur. Navigasi pada sisi kiri layar juga menyediakan akses cepat ke fungsi penting seperti monitoring, admin, dan data pengguna. Struktur menu yang rapi dan intuitif ini mendukung pengalaman pengguna yang baik dan sejalan dengan temuan dari hasil kuesioner, di mana aspek kemudahan penggunaan dan kenyamanan navigasi memperoleh skor tinggi.



Gambar 3. Tampilan Menu Utama 1 pada Aplikasi CRM

Sumber: Hasil pengembangan sistem CRM oleh tim teknis perusahaan (2025)

Gambar 3 memperlihatkan salah satu tampilan utama dalam aplikasi CRM yang menyajikan data operasional secara visual dan informatif. Pada halaman ini, pengguna dapat melihat tabel pelanggan yang mendekati masa berakhir kontrak serta informasi *whitelist* dan *will suspend* yang membantu tim memantau kelangsungan layanan. Selain itu, sistem menampilkan estimasi nilai pendapatan (*net scaling*) dan koreksi per kategori status, yang berguna dalam proyeksi pendapatan dan evaluasi performa. Visualisasi juga memperlihatkan urutan tiga teratas pengguna berdasarkan jumlah order dalam berbagai kategori layanan seperti *new install*, *sodormoro*, dan *end date contract*, baik yang sudah ditutup maupun yang sedang berjalan (*baso started*). Penyajian data yang beragam ini mendukung pengambilan keputusan secara cepat dan terarah karena seluruh informasi penting dapat diakses dalam satu tampilan. Fitur ini menunjukkan bahwa sistem tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai dashboard analitik yang meningkatkan efisiensi kerja, selaras dengan tanggapan positif dari pengguna mengenai kelengkapan dan keakuratan informasi dalam system

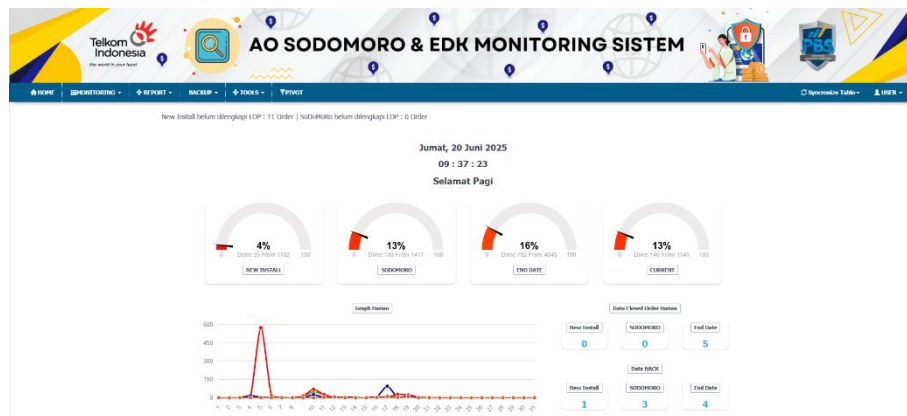


Gambar 4. Tampilan Menu Utama 2 pada Aplikasi CRM

Sumber: Implementasi sistem CRM pada segmen private banking (2025)

Tampilan pada Gambar 4 menunjukkan fitur visualisasi progres pekerjaan dalam bentuk meteran indikator (*gauge chart*) yang menampilkan persentase penyelesaian berbagai kategori order, seperti *New Install*, *Sodormoro*, dan *End Date Contract*, termasuk masing-masing versi regional (*TREG*). Setiap indikator menampilkan jumlah order yang sudah selesai dibandingkan dengan total order masuk, sehingga memudahkan tim untuk mengevaluasi capaian secara cepat dan kuantitatif. Berdasarkan data yang ditampilkan, persentase penyelesaian masih tergolong rendah, terutama pada kategori *New Install* dan *TREG*, yang dapat menjadi indikator adanya kendala operasional atau distribusi beban kerja yang belum merata. Penggunaan tampilan grafis semacam ini mendukung efisiensi dalam pemantauan progres harian karena dapat

langsung ditafsirkan tanpa membaca laporan teks panjang. Secara ilmiah, visualisasi data ini sejalan dengan prinsip *data-driven monitoring*, di mana pengambilan keputusan ditopang oleh penyajian informasi yang akurat dan mudah dipahami secara visual.



Gambar 5. Tampilan Menu Monitoring dalam Sistem CRM

Sumber: Data operasional perusahaan yang diolah melalui sistem CRM (2025)

Menu Monitoring pada Gambar 5 menyajikan data progres pelaksanaan order dalam bentuk visual interaktif, seperti *gauge chart* dan grafik harian. Empat kategori utama yang ditampilkan meliputi *New Install*, *Sodomoro*, *End Date*, dan *Current*, masing-masing disertai jumlah order yang selesai dibandingkan total yang diterima. Selain itu, ditampilkan pula metrik tambahan seperti data order harian yang ditutup dan jumlah order yang termasuk dalam kategori *NACK* (Not Acknowledged). Tampilan ini memudahkan pengguna dalam mengevaluasi performa layanan secara real-time dan mendeteksi keterlambatan eksekusi berdasarkan angka persentase yang relatif rendah pada beberapa kategori. Sistem ini mendukung prinsip *performance tracking* dalam manajemen layanan pelanggan, di mana evaluasi kerja dilakukan berbasis data aktual dan grafik yang mudah dipahami. Informasi yang disajikan secara ringkas namun lengkap dalam satu halaman ini memungkinkan pengambilan keputusan cepat serta mendorong akuntabilitas antarunit kerja yang terlibat.



Gambar 6. Tampilan List Tab Monitoring pada Sistem CRM

Sumber: Antarmuka sistem CRM yang dirancang untuk pemantauan real-time (2025)

Gambar 6 menampilkan daftar submenu dalam fitur *Monitoring*, yang terdiri dari beberapa kategori, yaitu *Monitoring AM*, *Monitoring Customer*, *Monitoring SubType*, dan *Monitoring Offering*. Setiap tab memiliki fungsi spesifik untuk membantu pengguna dalam memantau aspek tertentu dari proses layanan pelanggan, baik berdasarkan akun manajer, jenis pelanggan, subtype layanan, maupun penawaran produk. Penyusunan tab-tab monitoring ini memberikan fleksibilitas tinggi dalam pengawasan operasional, memungkinkan analisis yang

lebih terfokus dan tersegmentasi sesuai kebutuhan. Pendekatan ini mendukung prinsip *modular information monitoring*, di mana data diklasifikasikan agar dapat diakses secara efisien oleh pengguna dengan kepentingan yang berbeda. Ketersediaan menu yang jelas dan terstruktur seperti ini memudahkan proses pelacakan, pelaporan, serta pengambilan keputusan berbasis data yang akurat dan terperinci.



Gambar 7. Tampilan List Tab Report pada Sistem CRM

Sumber: Fitur pelaporan otomatis dalam sistem CRM (2025)

Gambar 7 memperlihatkan struktur menu pelaporan pada sistem CRM yang terbagi dalam beberapa subfitur, seperti *Report*, *Report Query*, *LOP Return*, *Non Populasi Revas*, *LOP Current*, *Rekap By Cust*, dan *Est Sodomoro (%)*. Menu ini dirancang untuk mendukung kebutuhan analisis dan dokumentasi berdasarkan kategori yang berbeda-beda, mulai dari data populasi pelanggan hingga estimasi performa tertentu. Dengan sistem pelaporan yang tersegmentasi seperti ini, pengguna dapat mengekstrak informasi secara lebih terarah, baik untuk keperluan evaluasi berkala maupun pengambilan keputusan strategis. Fitur ini mencerminkan pentingnya penyediaan laporan otomatis dan fleksibel dalam sistem manajemen pelanggan modern, yang tidak hanya berfungsi sebagai pencatat data, tetapi juga sebagai alat bantu pelaporan yang akurat dan efisien. Pemisahan subkategori pada tab *Report* juga memperkuat aspek keterlacakan (*traceability*) dan akuntabilitas data, sejalan dengan prinsip transparansi dalam pengelolaan layanan pelanggan.



Gambar 8. Tampilan List Tab Backup pada Sistem CRM

Sumber: Modul pencadangan data sistem CRM (2025)

Gambar 8 memperlihatkan submenu dalam fitur *Backup*, yaitu *Backup By AM* dan *Backup By Support*, yang dirancang untuk memfasilitasi proses pencadangan data berdasarkan peran pengguna. Fitur ini memungkinkan penyimpanan data secara terstruktur sesuai tanggung jawab masing-masing pihak, baik dari sisi Account Manager maupun tim pendukung teknis. Keberadaan fungsi ini menunjukkan bahwa sistem CRM tidak hanya berfokus pada proses operasional dan pelaporan, tetapi juga memberikan perhatian terhadap aspek keberlanjutan dan keamanan data. Dengan adanya mekanisme pencadangan, risiko kehilangan data akibat kesalahan sistem atau intervensi manusia dapat diminimalkan. Pendekatan ini selaras dengan prinsip *data redundancy* dan *fail-safe system design* yang umum diterapkan dalam pengelolaan sistem informasi modern untuk menjamin kontinuitas layanan.

Analisis dan Pembahasan Data Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengevaluasi efektivitas sistem *Customer Relationship Management (CRM)* yang dikembangkan secara internal dalam mendukung proses pengawasan order pelanggan di segmen *Private Banking Service*. Instrumen kuesioner mengacu pada kerangka evaluasi *DeLone and McLean Information System Success Model*, yang terdiri dari enam indikator utama: Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Penggunaan Sistem, Kepuasan Pengguna, Manfaat Bersih, dan Niat Menggunakan Ulang. Setiap indikator diwakili oleh sejumlah pernyataan dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju).

Sebanyak 20 responden berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, yang terdiri dari pengguna aktif sistem di berbagai unit kerja. Setiap responden memberikan jawaban terhadap 25 pertanyaan, yang dikelompokkan ke dalam enam indikator.

Rata-rata Skor per Indikator

Hasil pengolahan data menunjukkan rata-rata skor sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil pengolahan data

Indikator	Jumlah Pertanyaan	Skor Rata-rata
Kualitas Sistem	5	4.14
Kualitas Informasi	5	4.16
Penggunaan Sistem	4	4.19
Kepuasan Pengguna	4	3.91
Manfaat Bersih	4	3.96
Niat Menggunakan Ulang	3	4.03

Sumber: Analisis data kuesioner berdasarkan model DeLone and McLean (2025)

Interpretasi Hasil

1. Kualitas Sistem dan Informasi menunjukkan nilai rata-rata di atas 4, yang menandakan bahwa pengguna menilai sistem ini andal, mudah diakses, serta mampu menyajikan informasi yang akurat dan relevan. Hal ini mencerminkan bahwa sistem telah memenuhi ekspektasi dalam hal fungsionalitas dan kemudahan penggunaan.
2. Penggunaan Sistem memperoleh skor tertinggi (4.19), yang menunjukkan bahwa pengguna merasa sistem sangat membantu dalam tugas sehari-hari dan dapat dioperasikan tanpa hambatan teknis yang berarti. Ini mengindikasikan bahwa dari sisi *user experience*, sistem sudah cukup matang dan diterima dengan baik oleh pengguna.
3. Kepuasan Pengguna dan Manfaat Bersih memperoleh skor mendekati 4, namun relatif lebih rendah dibanding indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem mudah digunakan, tidak semua pengguna sepenuhnya merasakan dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi kerja atau kinerja unit secara keseluruhan. Kemungkinan, sebagian pengguna masih membutuhkan waktu adaptasi atau dukungan pelatihan lanjutan untuk memaksimalkan pemanfaatan sistem.
4. Niat Menggunakan Ulang memiliki skor stabil (4.03), yang berarti pengguna cenderung akan terus menggunakan sistem ini dan bahkan merekomendasikannya untuk digunakan

secara lebih luas. Hal ini menjadi indikator positif bahwa sistem memiliki prospek keberlanjutan.

Analisis Ilmiah

Temuan ini mendukung teori bahwa keberhasilan implementasi sistem informasi tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh persepsi dan pengalaman pengguna terhadap sistem. Evaluasi yang tinggi pada kualitas informasi dan kegunaan sistem memperkuat pernyataan bahwa sistem yang intuitif, akurat, dan mudah diakses dapat meningkatkan keterlibatan pengguna (*user engagement*).

Namun, skor pada dimensi manfaat dan kepuasan menunjukkan bahwa pengaruh sistem terhadap produktivitas dan hasil kerja masih belum merata di seluruh unit. Hal ini sejalan dengan studi-studi terdahulu yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi tidak selalu langsung berbanding lurus dengan peningkatan kinerja, terutama jika belum didukung oleh budaya kerja berbasis data atau pelatihan sistematis.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sistem Customer Relationship Management (CRM) yang dikembangkan secara internal untuk mendukung pengawasan order pelanggan pada segmen Private Banking Service. Berdasarkan analisis data kuesioner dari 20 responden aktif, ditemukan bahwa sistem menunjukkan kinerja yang baik pada aspek kualitas sistem, kualitas informasi, dan kemudahan penggunaan. Rata-rata skor pada indikator tersebut berada di atas angka 4 (skala 1–5), yang mencerminkan bahwa pengguna merasa terbantu dan nyaman menggunakan sistem dalam aktivitas sehari-hari. Meskipun demikian, tingkat kepuasan dan persepsi terhadap manfaat sistem secara menyeluruh masih dapat ditingkatkan. Beberapa responden belum merasakan dampak maksimal terhadap efisiensi dan kinerja unit secara umum, yang mengindikasikan perlunya strategi lanjutan seperti pelatihan penggunaan sistem, perluasan fitur analitik, atau integrasi dengan sistem pendukung lainnya. Secara keseluruhan, sistem CRM yang dikembangkan telah memenuhi sebagian besar tujuan penelitian, yakni memberikan sarana kolaboratif antarunit, menyederhanakan proses monitoring order, serta meningkatkan kecepatan dan transparansi layanan. Ke depan, pengembangan sistem dapat diarahkan pada peningkatan fitur notifikasi otomatis, pemetaan beban kerja, serta perluasan dashboard evaluatif untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data secara lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, P., Sitorus, T., & Alamsyah, F. (2020). Environmental restoration and sustainable development in the mining sector. *Environmental Management Review*, 15(2), 45–56.
- Asian Development Bank. (2021). *Southeast Asia's mining sector: Current issues and reclamation challenges*. <https://www.adb.org/publications>
- Arifin, Z., & Syarif, F. (2021). Barriers to effective mine reclamation in developing countries: A case study of Indonesia. *Environmental Policy and Governance*, 31(2), 122–134. <https://doi.org/10.1002/eet.1935>
- Boulding, W., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (2021). A dynamic model of service quality and customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 58(3), 450–464.

<https://doi.org/10.1177/00222437211017322>

- Brilian, F., & Novalita, D. P. (2025). Strategi penanganan keluhan wisatawan dalam menjaga citra dan loyalitas di Hotel Grafika Cikole, Lembang. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
- Chong, A. Y. L., Lin, B., & Shiau, W. L. (2021). Exploring the impact of customer relationship management (CRM) capabilities on customer satisfaction and business performance. *International Journal of Information Management*, 58, 102308. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102308>
- Hasan, G., Anita, A., Jolinn, C., Javita, J., Natalya, N., & Serly, S. (2025). Dampak penerapan customer relationship management (CRM) terhadap kinerja pada PT Champion Mattress Indonesia Manufacturing. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 837–844.
- Hasan, G., Vanessa, V., Filrando, A., Christina, C., Reandy, D., & Ferdawson, F. (2025). Analisis strategi customer relationship management pada PT. Alpha Central Propertindo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 5(2), 698–717.
- Haryanto, A., Widodo, H., & Martono, D. (2021). Challenges in post-mining land rehabilitation: Perspectives from Indonesia. *Resources Policy*, 71, 101835. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2021.101835>
- Iqbal, M. (2022). Rancangan sistem monitoring dan control smart garden hidroponik dengan LabVIEW. *Jurnal Informatika dan Komputasi: Media Bahasan, Analisa dan Aplikasi*, 16(2), 102–108.
- ICMM. (2022). *Reclamation success: A global comparison of post-mining land rehabilitation*. International Council on Mining and Metals.
- Jain, A., & Ahuja, V. (2020). Customer relationship management in service industries: A critical review of CRM frameworks. *Journal of Services Marketing*, 34(2), 135–147. <https://doi.org/10.1108/JSM-12-2018-0355>
- Khotima, F. L., Nugraha, I. N. A., & Wardhana, Z. F. (2023). Analisis Alur Pelayanan Pasien Rawat Jalan BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Mata Bali Mandara. *Bali Medika Jurnal*, 10(1), 43–60. <https://doi.org/10.36376/bmj.v10i1.278>
- Kumar, V., & Shah, D. (2021). Building customer loyalty in the digital era: The role of CRM systems. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(5), 858–875. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00734-4>
- Kusuma, D., Setiawan, A., & Hasan, A. (2021). Post-mining land reclamation: A critical analysis of regulations and practices in developing countries. *Journal of Environmental Management*, 277, 111356. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111356>
- Lestari, D. C., & Handoko, B. (2024). Analisis penerapan strategi customer relationship management (CRM) perusahaan City Trans Utama pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2).
- Levine, J. R., Johnson, A., & Smith, M. (2019). Environmental impacts of mining: A global review. *Journal of Environmental Science and Technology*, 23(5), 238–249.
- Maliki, I., Lestari, G. C., Irawan, D., & Wasid, A. (2024). Perancangan sistem informasi berbasis web pada bimbingan belajar (BIMBEL) “BNF.” *Jurnal Informatika dan Komputasi: Media Bahasan, Analisa dan Aplikasi*, 18(2), 72–85.
- Mokhtar, A., & Yahaya, R. (2020). Economic contribution of the mining industry and environmental impact assessment. *Journal of Industrial Economics*, 17(2), 88–98.
- Queensland Government. (2021). *Progressive Rehabilitation and Closure Plan (PRCP) Guideline*. Department of Resources.
- Rahman, M. M., & Aziz, N. (2020). The effectiveness of CRM systems in private banking: A study of customer satisfaction and service quality. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(4), 158–173.
- Rai, A., Awasar, R., & Khilnani, M. (2020). Impact of information technology on the service

- industry: A case study of CRM systems. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 16(4), 58–75.
- Ramadhan, F., & Wahyudi, R. (2023). Sistem monitoring nirkabel volume cairan infus pasien menggunakan mikrokontroler ATmega328. *Infotech Journal*, 9(1), 215–222.
- Sagala, N. A., Lestari, G. C., Wasid, A., & Irawan, D. (2024). Implementasi keamanan jaringan dan filtering web server menggunakan pfSense pada PT. Televisi Transformasi Indonesia. *Jurnal Informatika dan Komputasi: Media Bahasan, Analisa dan Aplikasi*, 18(2), 67–71.
- Santosa, D., & Fauzi, D. (2020). Sustainable mining practices in Indonesia: Bridging the gap between regulation and implementation. *Environmental Science & Policy*, 113, 56–64.
- Setiawan, M., Wibowo, Y., & Indriani, N. (2020). Economic growth vs environmental sustainability in developing countries: A review of mining sector impacts. *Sustainable Development*, 28(4), 1122–1134.
- Sulianta, F. (2025). *Dasar dan konsep customer relationship management*. Feri Sulianta.
- Sundawa, F. (2022). Rancang bangun sistem informasi berbasis web pada bengkel Try Motor Racing menggunakan metode waterfall. *Jurnal Informatika dan Komputasi: Media Bahasan, Analisa dan Aplikasi*, 16(2), 64–73.
- Sutanto, A., & Agustin, R. (2020). Comparative study of mining reclamation success in developed countries. *Journal of Mining & Environment*, 12(3), 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.jme.2020.07.005>
- Thompson, R., Mitchell, S., & Harris, M. (2021). Post-mining land rehabilitation: A long-term approach for environmental recovery. *Journal of Mining & Environment*, 8(1), 60–70.
- Tjahjanto, S., Yulistiawan, B. S., Krisnanik, E., & Faizi, R. R. (2025). *Buku sistem informasi manajemen*. Penerbit Widina.
- Wibowo, A., Prabowo, P., & Nugroho, Y. (2019). Regulatory frameworks and enforcement in mining reclamation: A comparative study. *Environmental Policy and Governance*, 29(5), 332–345. <https://doi.org/10.1002/eet.1912>
- World Bank. (2020). *Mining and the environment: Global perspectives*. <https://www.worldbank.org/mining-environment>
- Zhang, Y., Li, H., & Zhao, L. (2019). The role of information technology in transforming customer relationship management. *Journal of Business Research*, 102, 162–175. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.036>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)