

Customer Relationship Management (CRM) Analysis of a Public Complaint Service Website at the Public Service Mall of South Lampung Regency

Firdaus Chaniago¹, M. Natsir Hendy Tri Putra¹, Hafina Oktaviani¹, Tri Winarti¹,
M. Said Hasibuan^{1*}

¹Department of Master of Technology Management, Institut Informatika dan Bisnis
Darmajaya, Bandar Lampung

msaid@darmajaya.ac.id

Keywords:

CRM;
Public Complaint Service;
Public Service Mall;
Digital Public Service

ABSTRACT

Public complaint service websites play an important role in supporting the improvement of digital-based public services, particularly within the Public Service Mall (PSM) environment that integrates multiple service institutions. Managing public complaints not only as administrative records but also as a means of managing relationships between government and citizens remains a key challenge in integrated public service delivery. This study aims to analyze Customer Relationship Management (CRM) on the Public Complaint Service Website of the Public Service Mall of South Lampung Regency. This research employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through system observation, interviews with service administrators, and document analysis. The data were analyzed descriptively using a CRM framework consisting of operational CRM, analytical CRM, and collaborative CRM dimensions. The results of the analysis indicate that operational CRM is the most prominent dimension, as reflected in the availability of a structured and well-documented complaint submission process. Meanwhile, analytical CRM and collaborative CRM have not been optimally utilized, particularly in terms of using complaint data for service performance evaluation and strengthening interactive follow-up communication mechanisms. The findings suggest that while the public complaint website has functioned effectively from an operational service perspective, further enhancement is required to enable the system to serve as a strategic instrument for improving the quality of digital public services.

Kata Kunci

CRM;
Layanan Pengaduan Masyarakat;
Mall Pelayanan Publik;
Pelayanan Publik Digital

ABSTRAK

Website layanan pengaduan masyarakat merupakan salah satu instrumen penting dalam mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik berbasis digital, khususnya pada lingkungan Mall Pelayanan Publik (MPP) yang melibatkan berbagai instansi pelayanan. Pengelolaan layanan pengaduan yang tidak hanya berorientasi pada pencatatan administratif, tetapi juga pada pengelolaan hubungan antara pemerintah dan masyarakat, menjadi tantangan dalam penyelenggaraan pelayanan publik terpadu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Customer Relationship Management (CRM) pada Website Layanan Pengaduan Masyarakat di Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi sistem, wawancara dengan pengelola layanan, dan studi dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif menggunakan kerangka CRM yang mencakup dimensi operasional CRM, analytical CRM, dan collaborative CRM. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi operasional CRM merupakan aspek yang paling menonjol, ditunjukkan oleh tersedianya alur layanan pengaduan yang terstruktur dan terdokumentasi dengan baik. Sementara itu, dimensi analytical CRM dan collaborative CRM belum dimanfaatkan secara optimal, khususnya dalam pemanfaatan data pengaduan

untuk evaluasi kinerja layanan dan penguatan mekanisme komunikasi tindak lanjut. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa website pengaduan masyarakat telah berfungsi efektif dari sisi operasional layanan, namun masih memerlukan penguatan agar dapat berperan lebih optimal sebagai instrumen strategis peningkatan kualitas pelayanan publik digital.

Corresponding Author :

M. Said Hasibuan,
Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Darmajaya,
Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kec.
Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141
Email: msaid@darmajaya.ac.id

1. PENDAHULUAN

Optimalisasi pelayanan publik merupakan agenda strategis pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat. Salah satu inovasi yang dikembangkan untuk mendukung tujuan tersebut adalah pembentukan Mall Pelayanan Publik (MPP), yang mengintegrasikan berbagai jenis layanan administrasi dari berbagai instansi dalam satu lokasi guna meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kepuasan masyarakat (Kementerian PANRB, 2020). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, MPP juga didorong untuk menyediakan layanan berbasis digital, termasuk layanan pengaduan masyarakat, sebagai sarana komunikasi antara masyarakat dan penyelenggara pelayanan publik.

Layanan pengaduan masyarakat memiliki peran penting sebagai mekanisme partisipasi publik dalam pengawasan dan evaluasi kinerja pelayanan pemerintah. Sistem pengaduan yang tidak dikelola secara efektif berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan, seperti keterlambatan respons terhadap keluhan, kurangnya transparansi dalam proses tindak lanjut, serta menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pelayanan publik (Dwiyanto, 2018). Oleh karena itu, pengelolaan layanan pengaduan tidak hanya menuntut ketersediaan teknologi, tetapi juga pendekatan manajerial yang mampu membangun hubungan berkelanjutan antara pemerintah dan masyarakat sebagai pengguna layanan.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan strategis yang berfokus pada pengelolaan hubungan antara organisasi dan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi, integrasi proses bisnis, serta analisis data pelanggan secara sistematis (Buttle & Maklan, 2019). Dalam konteks sektor publik, konsep CRM dapat diadaptasi untuk mengelola interaksi antara instansi pemerintah dan masyarakat dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan, responsivitas, serta kepuasan pengguna layanan (Alshibly, 2014). Pendekatan ini memungkinkan instansi pemerintah untuk mendokumentasikan riwayat interaksi, mengelola pengaduan secara terstruktur, serta melakukan evaluasi layanan berbasis data.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan CRM pada sistem berbasis web mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Namun, sebagian besar kajian tersebut lebih menekankan pada aspek teknis sistem atau pengukuran tingkat kepuasan pengguna, sementara pengelolaan hubungan antara penyedia layanan publik dan masyarakat sebagai pengguna layanan belum banyak dianalisis secara menyeluruh, khususnya dalam konteks layanan pengaduan masyarakat.

Website Layanan Pengaduan Masyarakat pada Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan berfungsi sebagai kanal digital bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan, saran, dan aspirasi terkait pelayanan publik. Meskipun sistem ini telah digunakan sebagai media komunikasi antara masyarakat dan pengelola layanan, pemanfaatannya masih perlu dikaji lebih lanjut dari perspektif pengelolaan hubungan pengguna, pengolahan data pengaduan, serta mekanisme interaksi dan tindak lanjut layanan yang dilakukan oleh pengelola.

Sejalan dengan kondisi tersebut, analisis terhadap Website Layanan Pengaduan Masyarakat pada Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan dilakukan dengan menggunakan pendekatan Customer Relationship Management (CRM). Analisis ini difokuskan pada penerapan CRM dari aspek operasional, analitis, dan kolaboratif untuk melihat bagaimana sistem mendukung pengelolaan interaksi dengan masyarakat, pemanfaatan data pengaduan, serta koordinasi antara pengelola layanan dan pengguna. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran CRM dalam meningkatkan kualitas pengelolaan layanan pengaduan masyarakat berbasis website pada lingkungan pelayanan publik daerah.

Pelayanan publik merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh instansi pemerintah dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik tidak hanya berorientasi pada pemenuhan prosedur administratif, tetapi juga pada kualitas layanan, transparansi, akuntabilitas, serta kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan (Dwiyanto, 2018).

Dalam konteks pemerintahan modern, pelayanan publik dituntut untuk bersifat responsif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Digitalisasi pelayanan publik menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan efisiensi proses layanan sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap layanan pemerintah. Mall Pelayanan Publik (MPP) merupakan bentuk konkret dari upaya integrasi pelayanan publik yang menggabungkan berbagai jenis layanan dalam satu sistem pelayanan terpadu, baik secara fisik maupun digital (Kementerian PANRB, 2020).

Layanan pengaduan masyarakat merupakan salah satu instrumen penting dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan, saran, maupun aspirasi terkait pelayanan yang diterima. Keberadaan layanan pengaduan mencerminkan komitmen pemerintah dalam mewujudkan pelayanan publik yang transparan, partisipatif, dan akuntabel (Dwiyanto, 2018).

Selain sebagai media penyampaian keluhan, layanan pengaduan masyarakat juga berperan sebagai sumber informasi strategis bagi instansi pemerintah dalam mengevaluasi kinerja pelayanan. Data pengaduan yang dikelola secara sistematis dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan pelayanan, kelemahan prosedur, serta aspek-aspek layanan yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, layanan pengaduan tidak dapat dipandang hanya sebagai mekanisme administratif, tetapi sebagai bagian dari proses peningkatan kualitas pelayanan publik.

Dalam praktiknya, pengelolaan layanan pengaduan masyarakat sering menghadapi berbagai kendala, seperti keterlambatan respons, ketidakjelasan status tindak lanjut, serta kurangnya koordinasi antarunit kerja. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara pelayanan publik dan mengurangi efektivitas fungsi pengaduan sebagai sarana pengawasan (Dwiyanto, 2018).

Perkembangan teknologi informasi mendorong transformasi layanan pengaduan masyarakat dari sistem manual menuju sistem berbasis digital, salah satunya melalui website. Layanan pengaduan berbasis website memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan pengaduan secara lebih mudah, cepat, dan terdokumentasi. Selain itu, sistem berbasis website juga memberikan peluang bagi instansi pemerintah untuk mengelola data pengaduan secara terintegrasi dan transparan.

Meskipun demikian, keberhasilan layanan pengaduan berbasis website tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh bagaimana sistem tersebut dikelola dan dimanfaatkan. Pengelolaan pengaduan yang berorientasi pada pengguna layanan menuntut adanya pendekatan manajerial yang mampu membangun hubungan berkelanjutan antara pemerintah dan masyarakat, sehingga layanan pengaduan tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dan berkelanjutan.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan strategis yang berorientasi pada pengelolaan hubungan antara organisasi dan pelanggan secara terintegrasi melalui pemanfaatan teknologi informasi, proses bisnis, dan data pelanggan. CRM bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan menempatkan pelanggan sebagai pusat dari seluruh aktivitas organisasi, bukan sekadar sebagai objek transaksi (Buttle & Maklan, 2019).

CRM tidak dapat dipahami hanya sebagai sistem atau aplikasi teknologi, melainkan sebagai strategi manajemen yang mencakup perubahan cara organisasi berinteraksi dengan pelanggan. Pendekatan ini menuntut integrasi antara manusia, proses, dan teknologi agar interaksi dengan pelanggan dapat dikelola secara konsisten, terdokumentasi, dan berorientasi pada peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

Dalam konteks sektor publik, konsep CRM mengalami adaptasi dengan memposisikan masyarakat sebagai pengguna layanan (*citizen as customer*). Penerapan CRM dalam pelayanan publik bertujuan untuk meningkatkan responsivitas pemerintah terhadap kebutuhan masyarakat, memperbaiki kualitas interaksi, serta membangun kepercayaan publik melalui pengelolaan hubungan yang transparan dan berkesinambungan (Alshibly, 2014). Dengan demikian, CRM menjadi pendekatan yang relevan untuk mendukung reformasi birokrasi dan peningkatan kualitas pelayanan publik.

CRM umumnya terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu operational CRM, analytical CRM, dan collaborative CRM, yang saling melengkapi satu sama lain. Operational CRM berfokus pada dukungan proses layanan operasional, seperti pengelolaan data pengguna, penerimaan dan penanganan pengaduan,

serta komunikasi layanan. Dimensi ini memastikan bahwa interaksi antara organisasi dan pengguna layanan dapat berlangsung secara efisien dan terdokumentasi dengan baik.

Analytical CRM berperan dalam pengolahan dan analisis data yang dihasilkan dari interaksi pengguna dengan sistem layanan. Dalam konteks layanan pengaduan masyarakat, analytical CRM memungkinkan pengelola layanan untuk menganalisis jenis pengaduan, frekuensi keluhan, waktu penyelesaian, serta pola permasalahan yang muncul. Hasil analisis ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja layanan dan pengambilan keputusan strategis berbasis data.

Sementara itu, collaborative CRM menekankan pada koordinasi dan kolaborasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam proses pelayanan, baik internal organisasi maupun dengan pihak eksternal. Dalam layanan pengaduan masyarakat, collaborative CRM mendukung komunikasi dua arah antara masyarakat dan pengelola layanan, serta koordinasi lintas unit atau instansi dalam proses penanganan pengaduan. Dimensi ini berperan penting dalam memastikan bahwa pengaduan ditangani secara terpadu dan berkelanjutan.

Penerapan CRM pada layanan pengaduan masyarakat berbasis website memungkinkan pengelolaan hubungan dengan masyarakat dilakukan secara lebih sistematis dan terstruktur. Website sebagai media digital berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyampaian pengaduan, tetapi juga sebagai platform untuk mendokumentasikan interaksi, memantau tindak lanjut pengaduan, serta menyampaikan informasi layanan secara transparan kepada masyarakat.

Dalam konteks Mall Pelayanan Publik, CRM menjadi kerangka konseptual yang relevan untuk menganalisis bagaimana layanan pengaduan masyarakat dikelola dalam lingkungan pelayanan terpadu lintas instansi. Dengan menggunakan pendekatan CRM, analisis dapat difokuskan pada efektivitas pengelolaan interaksi dengan masyarakat, pemanfaatan data pengaduan untuk evaluasi layanan, serta mekanisme kolaborasi dalam penanganan pengaduan. Oleh karena itu, CRM digunakan sebagai landasan teori utama dalam penelitian ini untuk memahami pengelolaan layanan pengaduan masyarakat pada Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan.

2. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Website Layanan Pengaduan Masyarakat di Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan. Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu objek spesifik yang memiliki karakteristik layanan publik terpadu dan konteks kelembagaan yang jelas.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Objek penelitian ini adalah Website Layanan Pengaduan Masyarakat yang digunakan pada Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian difokuskan pada fitur dan alur layanan pengaduan yang tersedia pada website, meliputi informasi layanan, pengisian data pelapor, pemilihan instansi atau gerai layanan, pengisian detail pengaduan, serta mekanisme pengiriman laporan pengaduan oleh masyarakat.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung fitur dan alur layanan pada Website Pengaduan Masyarakat untuk memahami proses interaksi pengguna dengan sistem. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pengelola layanan pengaduan untuk memperoleh informasi mengenai proses pengelolaan pengaduan, pemanfaatan data, serta mekanisme tindak lanjut laporan. Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah dokumen pendukung yang berkaitan dengan pengelolaan layanan pengaduan masyarakat di Mall Pelayanan Publik.

3.3 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan kerangka Customer Relationship Management (CRM). Analisis difokuskan pada kesesuaian fitur Website Layanan Pengaduan Masyarakat dengan prinsip-prinsip CRM, khususnya dalam pengelolaan data pelapor, klasifikasi layanan dan instansi, dokumentasi pengaduan, serta mekanisme interaksi antara masyarakat dan pengelola layanan. Analisis dilakukan dengan memetakan temuan hasil observasi dan wawancara ke dalam tiga dimensi CRM, yaitu operational CRM, analytical CRM, dan collaborative CRM. Selanjutnya, instrumen penelitian yang

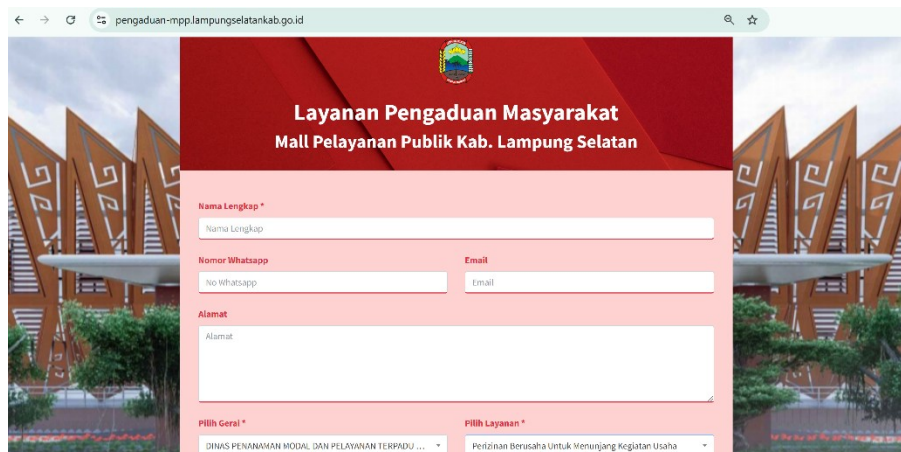
digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi fitur dan alur layanan Website Pengaduan Masyarakat, pedoman wawancara semi-terstruktur untuk pengelola layanan, serta matriks analisis berbasis dimensi CRM. Instrumen tersebut disusun untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan dengan tujuan penelitian dan kerangka analisis yang digunakan.

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil observasi sistem, wawancara dengan pengelola layanan, serta data yang diperoleh dari studi dokumentasi. Triangulasi dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas temuan penelitian serta memastikan konsistensi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data.

3. HASIL DAN ANALISIS

4.1 Hasil Observasi Website Layanan Pengaduan Masyarakat MPP

Website Layanan Pengaduan Masyarakat Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan merupakan sistem berbasis website yang digunakan sebagai media penyampaian keluhan, saran, dan aspirasi masyarakat terkait pelayanan publik. Website ini diakses melalui alamat “<https://pengaduan-mpp.lampungselatankab.go.id/>”. Gambar 1 merupakan tampilan Website Layanan Pengaduan Masyarakat Mall Pelayanan sebagai berikut.



Gambar 1. Tampilan Website Layanan Pengaduan Masyarakat

Berdasarkan hasil observasi, website ini menyediakan formulir pengaduan yang terstruktur dan sistematis. Fitur yang tersedia meliputi informasi umum layanan, pengisian data pelapor, pemilihan instansi atau gerai layanan, pengisian detail pengaduan, serta mekanisme pengiriman laporan. Struktur tersebut menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk mendukung proses pengaduan masyarakat secara formal dan terdokumentasi. Selain itu, website dilengkapi dengan fitur verifikasi reCAPTCHA serta tautan privasi dan persyaratan layanan, yang menunjukkan adanya perhatian terhadap aspek keamanan dan perlindungan data pengguna. Ketersediaan pilihan instansi atau gerai layanan juga memungkinkan pengaduan diarahkan secara spesifik sesuai dengan unit pelayanan yang bertanggung jawab, sehingga mendukung alur penanganan pengaduan yang lebih terfokus. Temuan hasil observasi ini menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut terhadap penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Website Layanan Pengaduan Masyarakat, yang dibahas pada subbab berikutnya berdasarkan dimensi operational CRM, analytical CRM, dan collaborative CRM.

4.2 Analisis Operational CRM pada Website Pengaduan Masyarakat

Berdasarkan hasil observasi, Website Layanan Pengaduan Masyarakat MPP Kabupaten Lampung Selatan telah menjalankan fungsi operational CRM dengan cukup baik. Hal ini terlihat dari tersedianya fitur pengisian data pelapor yang mencakup nama lengkap, nomor WhatsApp, email, dan alamat, yang memungkinkan pengelola layanan untuk mengidentifikasi pengguna serta melakukan tindak lanjut pengaduan secara langsung. Selain itu, mekanisme pemilihan instansi atau gerai layanan menunjukkan adanya proses klasifikasi layanan yang jelas. Masyarakat dapat memilih instansi yang relevan dengan jenis pengaduan yang disampaikan, sehingga pengaduan dapat langsung diarahkan ke unit yang berwenang. Fitur

pengisian judul, isi pengaduan, serta unggahan lampiran juga mendukung dokumentasi keluhan secara lengkap dan sistematis.

Terlihat dalam Gambar 2 secara operasional, keberadaan formulir pengaduan yang terstruktur menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk memfasilitasi pencatatan interaksi layanan secara konsisten. Setiap elemen isian pada formulir berfungsi sebagai bagian dari proses layanan yang terstandar, sehingga meminimalkan kesalahan input dan meningkatkan keterlacakan pengaduan. Kondisi ini memperkuat peran website sebagai sarana utama dalam pengelolaan interaksi awal antara masyarakat dan pengelola layanan publik.

Gambar 2. Tampilan Website Fitur Pengisian Pengaduan Masyarakat

Proses pengiriman pengaduan melalui tombol “Kirim Pengaduan” menandai berakhirnya interaksi awal antara masyarakat dan sistem. Secara operasional, alur ini menunjukkan bahwa website telah berfungsi sebagai sarana pencatatan interaksi layanan antara masyarakat dan pengelola pelayanan publik, yang merupakan inti dari penerapan operational CRM.

4.3 Analisis Analytical dan Collaborative CRM pada Website Pengaduan Masyarakat

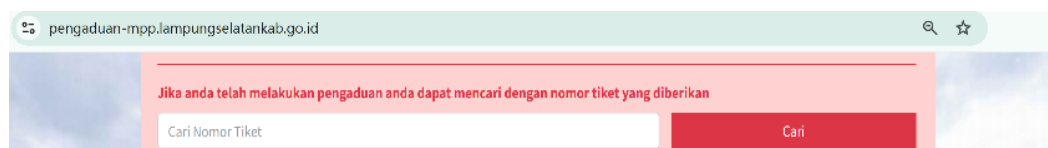
Berdasarkan hasil observasi sistem, Website Layanan Pengaduan Masyarakat MPP Kabupaten Lampung Selatan telah mengumpulkan data pengaduan secara terstruktur melalui komponen isian yang mencakup identitas pelapor, pemilihan instansi atau gerai layanan, detail pengaduan, serta lampiran pendukung. Struktur data tersebut menunjukkan bahwa sistem telah memenuhi prasyarat utama penerapan analytical CRM, yaitu tersedianya data interaksi layanan yang dapat dimanfaatkan untuk evaluasi dan pengambilan keputusan berbasis data.

Selain fitur pengajuan pengaduan, hasil observasi juga menunjukkan adanya fitur “Cek Pengaduan” yang memungkinkan masyarakat untuk menelusuri status pengaduan yang telah dikirimkan. Fitur ini terdiri atas tiga komponen utama, yaitu pemberitahuan bahwa pencarian dapat dilakukan menggunakan nomor tiket pengaduan, kolom isian untuk memasukkan nomor tiket, serta tombol “Cari” untuk menampilkan hasil penelusuran. Keberadaan fitur ini menunjukkan bahwa sistem tidak hanya berfungsi sebagai media input pengaduan, tetapi juga sebagai sarana akses informasi lanjutan bagi pelapor.

Dari perspektif analytical CRM, fitur “Cek Pengaduan” mencerminkan pemanfaatan data pengaduan yang telah tersimpan dalam basis data sistem. Nomor tiket berperan sebagai identitas unik yang menghubungkan pelapor dengan data pengaduannya, sehingga memungkinkan sistem menampilkan kembali informasi pengaduan yang relevan. Secara teoritis, mekanisme ini merupakan bagian dari proses pemanfaatan data layanan, meskipun saat ini masih berfokus pada pencarian individual dan belum diarahkan pada analisis agregat seperti tren pengaduan atau kinerja penanganan secara periodik. Namun demikian, berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola layanan, pemanfaatan data pengaduan melalui fitur ini masih terbatas pada fungsi penelusuran status oleh pelapor. Belum terdapat mekanisme yang secara sistematis mengolah data hasil pengaduan dan status penyelesaiannya untuk menghasilkan laporan evaluatif atau indikator kinerja layanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa fungsi analytical CRM telah tersedia secara teknis, tetapi belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi strategis pelayanan publik.

Dari sisi collaborative CRM, fitur “Cek Pengaduan” memiliki peran penting dalam membangun komunikasi antara masyarakat dan pengelola layanan. Dengan adanya akses bagi pelapor untuk memeriksa status pengaduannya, sistem mendukung transparansi layanan dan mengurangi ketergantungan pada

komunikasi manual. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa interaksi yang difasilitasi masih bersifat satu arah, yaitu penyampaian informasi status, tanpa disertai mekanisme komunikasi lanjutan atau umpan balik dua arah yang memungkinkan dialog antara pelapor dan pengelola layanan.



Gambar 3. Cek Aduan pada Layanan Pengaduan MPP

Terlihat dalam Gambar 3, Keberadaan fitur “Cek Pengaduan” menunjukkan bahwa Website Layanan Pengaduan Masyarakat MPP Kabupaten Lampung Selatan telah menyediakan mekanisme akses data pengaduan bagi masyarakat sebagai pelapor, khususnya dalam hal penelusuran status laporan menggunakan nomor tiket. Dari perspektif Customer Relationship Management (CRM), fitur ini mencerminkan penerapan awal prinsip analytical CRM melalui pemanfaatan data pengaduan individual, sekaligus mendukung aspek collaborative CRM dalam bentuk transparansi informasi layanan. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pemanfaatan fitur tersebut masih terbatas pada penyampaian informasi status pengaduan secara satu arah dan belum diarahkan untuk mendukung analisis data secara agregat maupun komunikasi tindak lanjut yang lebih interaktif.

4.4 Pembahasan Analisis Customer Relationship Management (CRM)

Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Website Layanan Pengaduan Masyarakat Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan paling menonjol pada dimensi operational CRM. Temuan ini tercermin dari tersedianya alur layanan pengaduan yang terstruktur, mulai dari pengisian data pelapor, pemilihan instansi atau gerai layanan, pengisian detail pengaduan, hingga pengiriman laporan. Secara teoritis, kondisi tersebut sejalan dengan konsep operational CRM yang menekankan otomatisasi dan standarisasi proses layanan sebagai fondasi utama pengelolaan interaksi antara organisasi dan pengguna layanan.

Dominasi operational CRM menunjukkan bahwa pengembangan website masih berorientasi pada pemenuhan fungsi administratif dan operasional layanan pengaduan. Pendekatan ini lazim dijumpai pada tahap awal digitalisasi pelayanan publik, di mana fokus utama diarahkan pada kemudahan akses, pencatatan pengaduan, serta efisiensi proses penerimaan laporan. Dari sudut pandang pelayanan publik, kondisi ini telah memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dalam menyampaikan keluhan secara lebih mudah dan terdokumentasi dibandingkan mekanisme manual.

Sebaliknya, dimensi analytical CRM belum dimanfaatkan secara optimal meskipun sistem telah mengumpulkan data pengaduan yang cukup kaya dan terstruktur. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, data pengaduan masih digunakan terutama untuk penanganan kasus individual dan belum diarahkan menjadi dasar evaluasi kinerja layanan secara periodik. Padahal, dalam kerangka CRM, analytical CRM memiliki peran strategis dalam mengubah data interaksi menjadi pengetahuan (insight) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola permasalahan layanan, tren pengaduan, serta prioritas perbaikan pelayanan publik. Ketidaktermanfaatannya fungsi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan data dan pemanfaatan data dalam pengambilan keputusan layanan.

Pada dimensi collaborative CRM, website telah berfungsi sebagai media penghubung formal antara masyarakat dan instansi pelayanan di lingkungan Mall Pelayanan Publik. Keberadaan fitur pengajuan pengaduan dan cek pengaduan memungkinkan terjadinya komunikasi dasar antara pelapor dan pengelola layanan. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa mekanisme kolaborasi tersebut masih bersifat satu arah dan terbatas pada penyampaian informasi status pengaduan. Dalam perspektif CRM, kolaborasi yang efektif tidak hanya mencakup distribusi informasi, tetapi juga menciptakan interaksi berkelanjutan yang memungkinkan umpan balik, klarifikasi, dan peningkatan kepercayaan antara pengguna layanan dan penyelenggara pelayanan publik.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Website Layanan Pengaduan Masyarakat MPP Kabupaten Lampung Selatan saat ini lebih berperan sebagai sistem pengaduan administratif dibandingkan sebagai instrumen strategis pengelolaan hubungan layanan publik. Temuan ini konsisten dengan kerangka teori CRM yang menempatkan operational CRM sebagai tahap dasar, sementara analytical dan collaborative CRM merupakan tahap lanjutan yang menentukan kualitas hubungan jangka panjang antara organisasi dan

pengguna layanan. Dengan demikian, penguatan pemanfaatan data pengaduan secara agregat dan peningkatan mekanisme komunikasi tindak lanjut menjadi faktor penting untuk mendorong transformasi layanan pengaduan menuju pendekatan CRM yang lebih komprehensif.

Pembahasan ini menegaskan bahwa penerapan CRM pada layanan pengaduan masyarakat tidak cukup hanya dengan menyediakan sistem digital, tetapi juga memerlukan strategi pengelolaan data dan interaksi yang terintegrasi. Dalam konteks Mall Pelayanan Publik, optimalisasi analytical dan collaborative CRM berpotensi memperkuat fungsi pengaduan sebagai alat evaluasi pelayanan lintas instansi serta sarana membangun kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara pelayanan publik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis Customer Relationship Management (CRM) pada Website Layanan Pengaduan Masyarakat Mall Pelayanan Publik Kabupaten Lampung Selatan menunjukkan bahwa dimensi operational CRM merupakan aspek yang paling menonjol. Hal ini tercermin dari alur pengaduan yang terstruktur, terdokumentasi, serta mendukung pencatatan interaksi antara masyarakat dan pengelola layanan. Website telah berfungsi secara efektif sebagai media pengelolaan pengaduan masyarakat berbasis digital dari sisi operasional layanan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa dimensi analytical CRM dan collaborative CRM belum dimanfaatkan secara optimal. Data pengaduan yang tersedia masih digunakan terutama untuk penanganan kasus individual dan penelusuran status laporan, serta belum diarahkan secara sistematis untuk evaluasi kinerja layanan berbasis data dan penguatan komunikasi tindak lanjut yang bersifat dua arah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan layanan pengaduan masih lebih berorientasi administratif dibandingkan sebagai instrumen strategis pengelolaan hubungan layanan publik. Implikasi dari hasil analisis ini menunjukkan perlunya penguatan pemanfaatan data pengaduan secara agregat serta pengembangan mekanisme komunikasi layanan yang lebih transparan dan responsif agar website pengaduan masyarakat dapat berfungsi secara lebih optimal sebagai sarana evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan publik digital. Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus objek tunggal dan penggunaan pendekatan kualitatif, sehingga penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian atau mengombinasikan metode penelitian untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- [1] H. H. Alshibly, "Customer relationship management success: An exploratory study," *International Journal of Marketing Studies*, vol. 6, no. 5, pp. 148–159, 2014, doi: 10.5539/ijms.v6n5p148.
- [2] F. Buttle and S. Maklan, *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*, 4th ed. London, U.K.: Routledge, 2019.
- [3] A. Dwiyanto, *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta, Indonesia: Gadjah Mada University Press, 2018.
- [4] Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, *Kebijakan Mall Pelayanan Publik*. Jakarta, Indonesia: KemenPANRB, 2020.
- [5] T. A. Kurniawan, "Mewujudkan pelayanan publik yang responsif melalui sistem pengaduan masyarakat," *Jurnal Administrasi Negara*, vol. 23, no. 2, pp. 85–98, 2017.
- [6] D. Linders, "From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media," *Government Information Quarterly*, vol. 29, no. 4, pp. 446–454, 2012, doi: 10.1016/j.giq.2012.06.003.
- [7] OECD, *Digital Government Index: 2019 Results*. Paris, France: OECD Publishing, 2020, doi: 10.1787/4de9f5bb-en.
- [8] I. H. Osman, A. L. Anouze, Z. Irani, H. Lee, A. Balci, T. D. Medeni, and V. Weerakkody, "A cognitive analytics management framework for the transformation of electronic government services," *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 27, no. 5, pp. 469–493, 2014, doi: 10.1108/JEIM-01-2014-0001.

- [9] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [10] J. Rowley, "E-government stakeholders—Who are they and what do they want?" *International Journal of Information Management*, vol. 31, no. 1, pp. 53–62, 2011, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.005.
- [11] B. Setiawan and Suryanto, "Evaluasi sistem pengaduan masyarakat berbasis web pada instansi pemerintah daerah," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 15, no. 2, pp. 101–112, 2019.
- [12] X. Tan, S. L. Pan, and E. T. K. Lim, "Managing stakeholder interests in e-government implementation: A multi-perspective view," *Journal of Strategic Information Systems*, vol. 24, no. 3, pp. 206–226, 2015, doi: 10.1016/j.jsis.2015.05.003.
- [13] United Nations, *E-Government Survey 2022: The Future of Digital Government*. New York, NY, USA: United Nations, 2022.
- [14] B. W. Wirtz, P. Daiser, and B. Binkowska, "E-government service quality: A systematic literature review and future research agenda," *International Journal of Public Administration*, vol. 41, no. 1, pp. 1–17, 2018, doi: 10.1080/01900692.2016.1250557.
- [15] M. Yildiz, "E-government research: Reviewing the literature, limitations, and ways forward," *Government Information Quarterly*, vol. 24, no. 3, pp. 646–665, 2007, doi: 10.1016/j.giq.2007.01.002.