

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi strategi dan implementasi Customer Relationship Management (CRM) serta digitalisasi di PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) Branch Pekalongan dalam upaya meningkatkan kinerja organisasi di sektor telekomunikasi. Dengan pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini mengkaji bagaimana strategi CRM dan digitalisasi direncanakan dan diterapkan, serta tantangan internal dan eksternal yang dihadapi selama pelaksanaannya.

Temuan menunjukkan bahwa CRM dan digitalisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan inovasi layanan. Namun, implementasi strategi tersebut menghadapi berbagai hambatan seperti kesenjangan talenta, disparitas infrastruktur, dan kurangnya integrasi sistem. Penelitian ini memberikan rekomendasi manajerial untuk mengatasi tantangan tersebut serta menekankan pentingnya pendekatan yang berfokus pada pelanggan, tangkas, dan berbasis data untuk menjamin keberlanjutan dan keunggulan bersaing perusahaan.

Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), Digitalisasi, Kinerja Operasional, Telekomunikasi, Telkomsel

