

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang kian pesat mendorong adanya persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini juga terjadi pada bisnis telekomunikasi. Adanya perang tarif antar operator telekomunikasi merupakan salah satu ciri bahwa persaingan di bisnis telekomunikasi semakin ketat. Tuntutan masyarakat yang makin kritis membuat para pemain bisnis telekomunikasi harus mempersiapkan strategi-strategi. Tujuannya agar badan usaha dapat terus bertahan bahkan berkembang di tengah persaingan. Membangun hubungan dengan konsumen melalui komunikasi adalah salah satu strategi yang banyak dilakukan badan usaha untuk tetap mempertahankan konsumen maupun mencari konsumen baru. Strategi tersebut adalah *customer relationship management*.

Pada umumnya implementasi *customer relationship management* identik dengan pemanfaatan teknologi informasi. Namun, kesuksesan *customer relationship management* tidak hanya berkaitan dengan teknologi informasi tetapi juga proses dan sumber daya manusia (SDM). Badan usaha perlu menekankan pada SDM untuk membangun budaya badan usaha untuk mencapai visi dari badan usaha secara efektif dan efisien. Strategi CRM memerlukan adanya kompetensi dan kemampuan dari SDM pada pelaksanaan strategi *customer relationship management*.

Dalam implementasinya, muncul masalah-masalah pada diri SDM dapat menghambat pelaksanaan *customer relationship management*. Sebagai solusi meminimalkan masalah tersebut badan usaha juga menerapkan system pengendalian manajemen. Sistem pengendalian manajemen dapat membantu untuk dapat mendorong motivasi kinerja karyawan dan mengarahkan perilaku karyawan bekerja sesuai dengan tujuan badan usaha. Pada skripsi ini penulis akan menjabarkan peranan sistem pengendalian manajemen untuk mendukung *customer relationship management*.