

Perancangan Prototipe Dashboard untuk Analisis Pelayanan Nasabah dan Strategi Digital Marketing pada Agen BRILink Cuan Komunika

Rosmini¹, Tedi Budiman²

^{1,2}Sistem Informasi, Institut Pendidikan Indonesia, Indonesia
rosminiandrian12@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima September 2025

Direvisi November 2025

Disetujui Desember 2025

Diterbitkan Desember 2025

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed how BRILink agents provide services and implement marketing strategies. This study designs a dashboard prototype to evaluate customer service performance, including transfer and cash withdrawal transactions, and to support data-driven decision-making. The research applies a design-based methodology, with data collected through surveys, interviews, and user needs analysis. The dashboard prototype, developed using Figma, presents service indicators, transaction metrics, and digital marketing performance in real-time through interactive visualizations. The evaluation results indicate that the dashboard facilitates monitoring service quality and supports more accurate digital marketing strategic planning. This research contributes to the development of digital tools aimed at enhancing service performance and marketing effectiveness for BRILink agents by integrating key metrics such as Conversion Rate, Customer Satisfaction Index (CSI), and Average Transaction Value (ATV).

Keywords : BRILink; Customer Service; Dashboard; Digital Marketing; Transactions.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara agen BRILink melayani nasabah dan menjalankan strategi pemasaran. Penelitian ini merancang *prototipe dashboard* untuk mengevaluasi kinerja layanan nasabah, termasuk transaksi transfer dan tarik tunai, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Metode penelitian menggunakan design-based research dengan pengumpulan data melalui survei, wawancara, dan analisis kebutuhan pengguna. Prototipe dashboard yang dikembangkan menggunakan Figma menampilkan indikator layanan, transaksi, dan metrik pemasaran digital secara real-time melalui visualisasi interaktif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dashboard memudahkan pemantauan kualitas layanan dan mendukung perencanaan strategi pemasaran digital yang lebih akurat. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan alat digital untuk meningkatkan kinerja layanan dan efektivitas pemasaran pada agen BRILink melalui integrasi metrik kunci seperti *Conversion Rate*, *Customer Satisfaction Index*, dan *Average Transaction Value*.

Kata Kunci : BRILink; Dashboard; Digital Marketing; Layanan Nasabah; Transaksi.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada sektor jasa keuangan di Indonesia, termasuk dalam strategi pemasaran dan pola pelayanan nasabah. Peralihan dari metode pemasaran tradisional ke digital membuka peluang bagi lembaga keuangan untuk menjangkau audiens yang lebih

luas, melakukan segmentasi pasar secara tepat, serta memanfaatkan data sebagai dasar pengambilan keputusan strategis[1], [2]. Strategi digital marketing terbukti memberikan dampak signifikan terhadap pengelolaan layanan keuangan dan loyalitas nasabah di era transformasi digital[3].

Dalam dunia perbankan, keberhasilan strategi pemasaran digital tidak hanya bergantung pada promosi produk, tetapi juga pada kualitas layanan yang diberikan secara konsisten melalui platform digital (*e-service quality*). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *e-service quality* dan citra bank memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Selain itu, *e-service quality* juga terbukti memengaruhi *e-loyalty* secara tidak langsung melalui *e-satisfaction*, seperti yang ditemukan pada pengguna aplikasi *New Livin by Mandiri* [4]. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan digital merupakan faktor penting dalam mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Agen BRILink berperan penting dalam mendorong inklusi keuangan, terutama di wilayah yang sulit dijangkau layanan perbankan resmi, termasuk Kota Garut. Namun, banyak agen, termasuk BRILink Cuan Komunika, belum memiliki sistem analisis terintegrasi untuk memantau indikator layanan nasabah, terutama transaksi transfer dan tarik tunai, serta metrik pemasaran digital secara *real-time*. Hal ini menyebabkan pengambilan keputusan pemasaran dan peningkatan kualitas layanan masih bergantung pada intuisi dan laporan manual.

Peralihan dari metode pemasaran tradisional ke digital membuka peluang bagi lembaga keuangan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, melakukan segmentasi pasar secara tepat, serta memanfaatkan data sebagai dasar pengambilan keputusan pemasaran dan peningkatan kualitas layanan masih bergantung pada intuisi dan laporan manual. Tren global juga menunjukkan bahwa perkembangan fintech, *e-wallet*, dan digital payment menjadi faktor utama dalam membentuk lanskap digital banking masa depan keputusan strategis[5].

Berbagai penelitian telah menunjukkan efektivitas *dashboard* interaktif sebagai alat pemantau kinerja layanan dan pengambilan keputusan berbasis data. Sebagai contoh merancang sistem *Business Intelligence* untuk agen BRILink menggunakan metode *Framework for the Application of System Thinking* (FAST) yang memvisualisasikan data jenis transaksi, volume, hingga demografi pelanggan [6]. Namun, solusi tersebut belum mengintegrasikan metrik pemasaran digital yang krusial untuk mengevaluasi efektivitas promosi dan konversi nasabah. Celah inilah yang menjadi fokus dalam penelitian ini, dengan menambahkan indikator spesifik seperti *Conversion Rate* dan *Customer Satisfaction Index* ke dalam *prototipe* yang dirancang. Studi Purwandari menekankan bahwa aspek strategi pemasaran digital belum diintegrasikan[7].

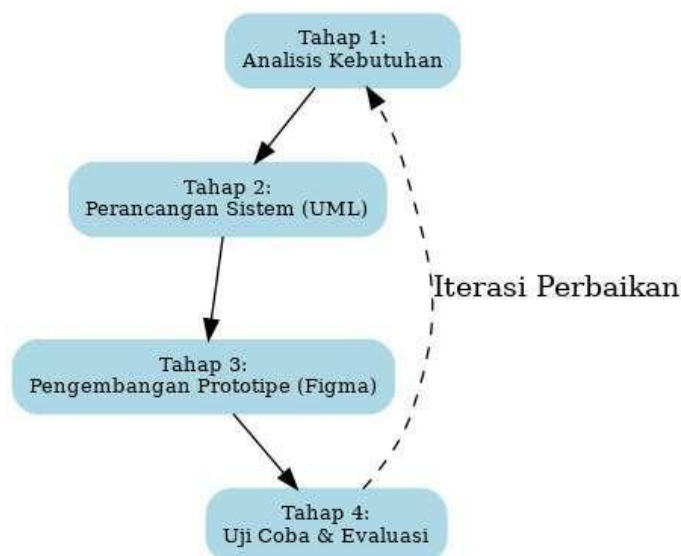
Selain itu, dukungan teknologi seperti *Figma* juga memberikan peluang besar dalam pengembangan *prototipe dashboard*. *Figma* sebagai *platform* berbasis *cloud* memfasilitasi desain antarmuka dan kolaborasi *real-time*, sehingga memungkinkan pembuatan *prototipe* yang interaktif tanpa memerlukan keterampilan pemrograman[8]. Untuk mendukung perancangan sistem secara sistematis,

digunakan pula *Unified Modeling Language* (UML) yang dapat menggambarkan alur transaksi, interaksi pengguna, dan proses layanan secara visual[9][10].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang *prototype dashboard* analisis pelayanan nasabah yang terintegrasi dengan data transaksi transfer, tarik tunai, serta metrik pemasaran digital. *Prototype* ini diharapkan dapat menampilkan data secara real-time, sehingga membantu agen BRILink Cuan Komunika dalam memantau kinerja pelayanan, meningkatkan kualitas layanan, dan mendukung strategi pemasaran digital berbasis data.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design-Based Research* (DBR), yang terdiri atas beberapa tahap iteratif untuk merancang dan menguji *prototype dashboard*. Penelitian dilakukan dalam dua siklus iterasi DBR untuk memastikan setiap komponen sistem telah melalui tahap pengujian dan perbaikan yang mendalam. Setiap tahap saling berhubungan dan memungkinkan adanya perbaikan berkelanjutan berdasarkan hasil evaluasi pada setiap siklusnya. Adapun tahapan penelitian secara detail ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Portal Alur DBR

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan agen BRILink Cuan Komunika, survei terhadap 30 responden pelanggan, serta analisis dokumen transaksi. Hasil analisis kebutuhan dirangkum dalam tabel yang memuat aspek layanan, permasalahan, dan solusi berbasis dashboard. Adapun perancangan sistem dengan UML meliputi tahapan :

1. *Use Case Diagram* untuk memetakan peran aktor (agen, pelanggan, admin).
2. *Activity Diagram* untuk menjelaskan alur proses layanan dan navigasi menu.
3. *Sequence Diagram* untuk menggambarkan interaksi sistem dalam pemrosesan data transaksi dan pembuatan laporan.

Prototype dashboard dikembangkan menggunakan Figma dengan memanfaatkan fitur *real-time collaboration*, komponen interaktif, serta visualisasi indikator layanan seperti jumlah transaksi, waktu layanan, dan *success rate*, serta

metrik digital marketing. Visualisasi yang ditampilkan merepresentasikan simulasi data *real-time* yang dirancang berdasarkan kebutuhan sistem, di mana data transaksi dan metrik pemasaran diasumsikan berasal dari database transaksi dan API pemasaran digital. *Prototipe* ini berfungsi sebagai *representasi konseptual* dan visual dari sistem dashboard yang dirancang, bukan sebagai sistem operasional yang telah terintegrasi langsung dengan backend BRI. Pengujian dilakukan melalui:

1. *Black Box Testing* digunakan untuk memverifikasi fungsi utama prototipe dashboard tanpa melibatkan pengujian kode program. Validasi dilakukan oleh 1 orang ahli sistem informasi dan 1 orang agen BRILink Cuan Komunika sebagai pengguna domain, dengan cakupan pengujian meliputi fitur login, navigasi menu, data transaksi, analisis pelayanan, strategi digital marketing, laporan, pusat bantuan, kontak agen, dan logout.
2. *System Usability Scale* (SUS) digunakan untuk mengevaluasi tingkat kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kepuasan pengguna terhadap prototipe dashboard. Evaluasi SUS melibatkan 10 responden, yang terdiri dari agen BRILink Cuan Komunika dan pengguna potensial sistem.

Hasil evaluasi digunakan untuk iterasi perbaikan pada tahap analisis kebutuhan berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan

Analisis ini dilakukan dengan cara wawancara dengan Agen BRILink dan survei pelanggan. Hasilnya disajikan pada Tabel 1.

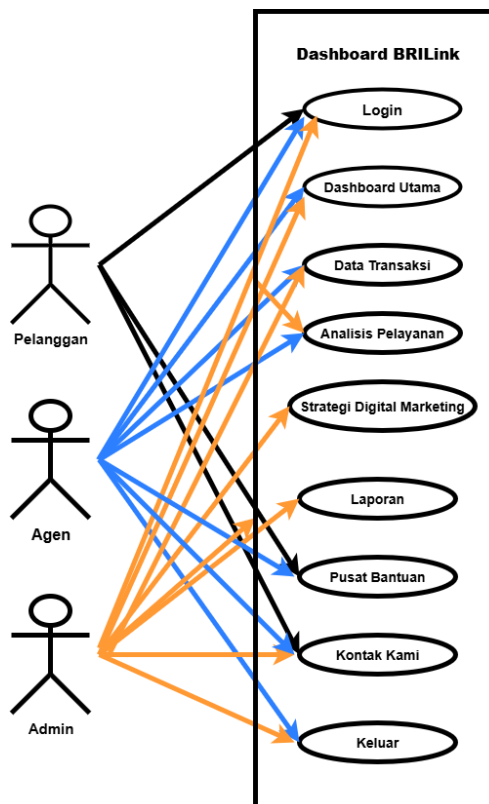
Tabel 1. Analisis Kebutuhan Agen BRILink Cuan Komunika

Aspek	Kebutuhan Agen/Pelanggan	Permasalahan Saat Ini	Solusi Dashboard
Layanan Transaksi	Pemantauan jumlah transaksi transfer dan tarik tunai harian	Laporan transaksi masih manual dan rawan kesalahan	Visualisasi transaksi berbasis <i>dashboard</i> (simulasi data <i>real-time</i>)
Kecepatan Layanan	Dokumentasi waktu rata-rata layanan transaksi	Waktu layanan tidak terdokumentasi	Indikator waktu layanan
Keberhasilan Transaksi	Informasi persentase transaksi berhasil dan gagal	Tidak tersedia data keberhasilan transaksi	Indikator <i>success rate</i> transaksi
Digital Marketing	Pemantauan interaksi media sosial (<i>reach</i> dan <i>engagement</i>)	Tidak tersedia alat monitoring pemasaran digital	Integrasi metrik digital marketing ke dashboard
Laporan	Laporan otomatis mingguan dan bulanan	Proses laporan manual dan membutuhkan waktu lama	Ekspor laporan otomatis (PDF/Excel)
Bantuan & Panduan	Informasi FAQ dan panduan penggunaan sistem	Belum tersedia pusat bantuan terintegrasi	Fitur pusat bantuan dalam <i>dashboard</i>
Kontak Agen	Informasi kontak agen (telepon, email, alamat)	Informasi harus dicari secara manual	Menu khusus "Kontak Kami"

Aspek	Kebutuhan Agen/Pelanggan	Permasalahan Saat Ini	Solusi Dashboard
Keamanan Akses	Mekanisme login dan logout yang aman	Belum ada konfirmasi logout	Konfirmasi <i>logout</i> dan pengalihan ke halaman <i>login</i>

Perancangan Sistem dengan UML

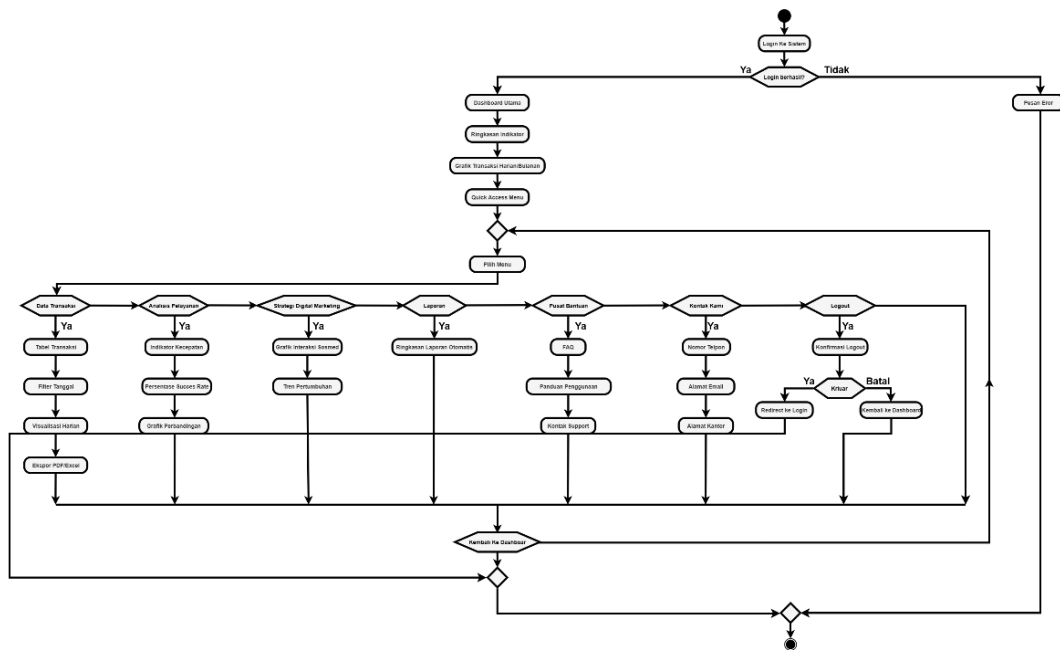
Pemodalan sistem dilakukan dengan tiga jenis diagram UML, yaitu *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, dan *Sequence Diagram*. Diagram ini digunakan untuk menjelaskan peran aktor, alur proses layanan, serta interaksi antar komponen sistem pada BRILink Cuan Komunika.



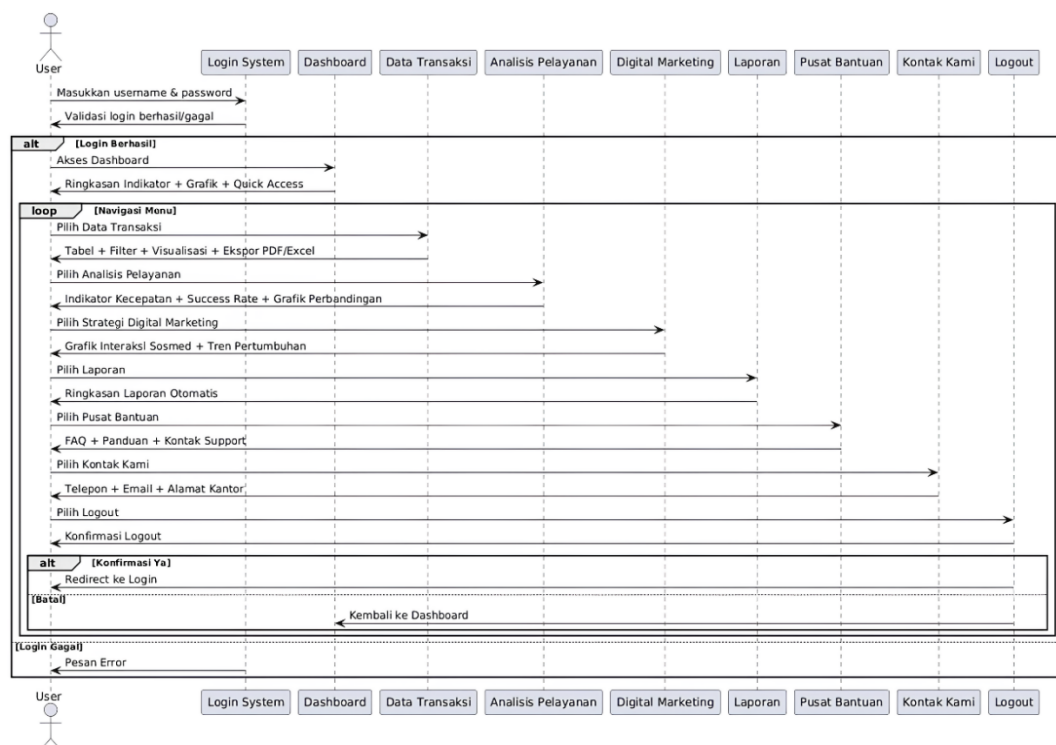
Gambar 2. Use Case Diagram Sistem BRILink

Diagram ini menampilkan aktor utama (Pelanggan, Agen, Admin) beserta fungsi dasar sistem yang sesuai dengan *prototipe dashboard*, yaitu *dashboard* utama, data transaksi, analisis pelayanan, strategi marketing, dan laporan.

Berdasarkan gambar 3, diagram aktivitas menggambarkan alur navigasi utama mulai dari *login*, pemilihan menu (*dashboard* utama, data transaksi, analisis pelayanan, starategi marketing, laporan, pusat bantuan, kontak kami), hingga *logout*. Dengan demikian, alur sistem tidak hanya menjelaskan transaksi, tetapi juga fitur analisis dan pelaporan sesuai kebutuhan agen.



Gambar 3. Activity Diagram Transaksi BRILink



Gambar 4. Sequence Diagram Proses Transaksi BRILink

Diagram urutan memperlihatkan interaksi antara Agen/Admin dengan Sistem *Dashboard*. Proses mencakup login, pengambilan data transaksi dari database, analisis *performa* layanan, integrasi data kampanye digital dari API marketing, hingga pembuatan laporan otomatis. Diagram ini memperkuat gambaran *prototype dashboard* yang menampilkan informasi *real-time*.

Pengembangan *Prototype Dashboard*

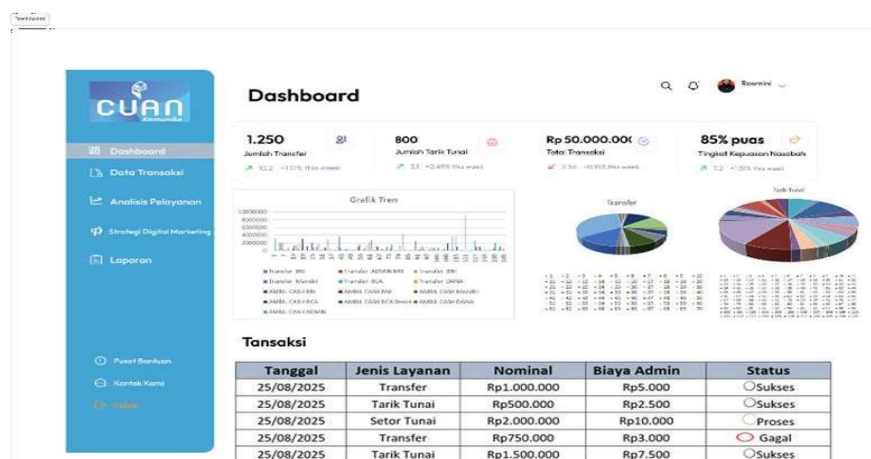
Prototype dashboard dikembangkan menggunakan Figma dengan mengacu pada kebutuhan Agen BRI Link Cuan Komunika yang diperoleh dari wawancara, survei, dan analisis dokumen transaksi. Desain *Prototype* dibagi menjadi beberapa halaman utama sesuai dengan menu navigasi yang terdapat pada sistem, yaitu:

1. Halaman *Login*



Gambar 5. Halaman *Login Prototype Dashboard*

2. Halaman *Dashboard Utama*



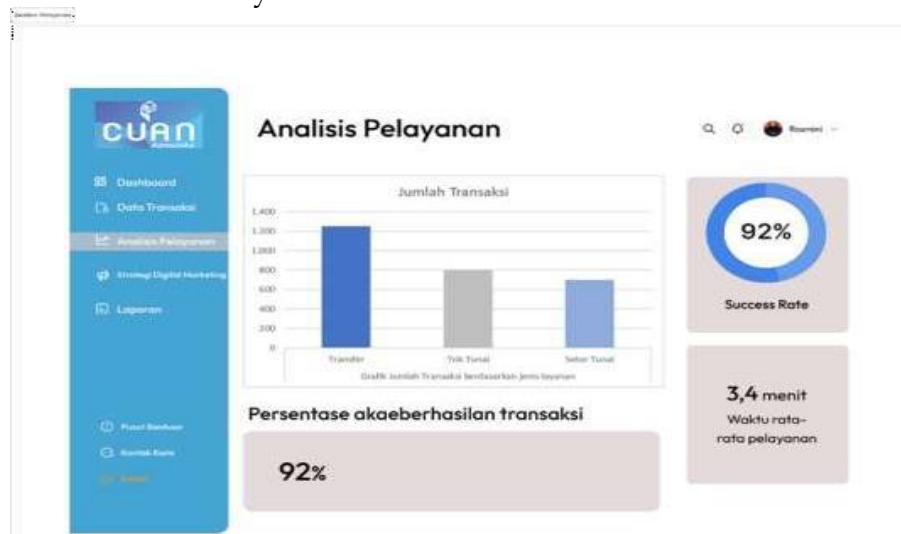
Gambar 6. Halaman *Dashboard Utama*

3. Halaman *Data Transaksi*

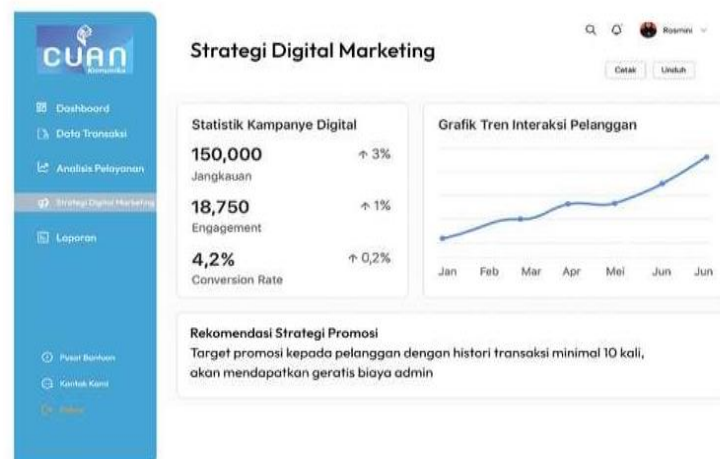
Tanggal	Jenis Layanan	Jumlah Nominal	Biaya Admin	Status
01 Agustus 2025	Pembayaran	100,000	2,500	Sukses
02 Agustus 2025	Top Up	500,000	5,000	Pending
03 Agustus 2025	Pembayaran	75,000	1,000	Gagal
04 Agustus 2025	Top Up	800,000	5,000	Sukses
05 Agustus 2025	Pembayaran	25,000	1,000	Gagal
06 Agustus 2025	Top Up	100,000	2,500	Gagal
07 Agustus 2025	Pembayaran	80,000	3,000	Pagal

Gambar 7. Halaman *Data Transaksi*

4. Halaman Analisis Pelayanan

Gambar 8. Halaman Analisis Pelayanan *Prototype*

5. Halaman Strategi Digital Marketing

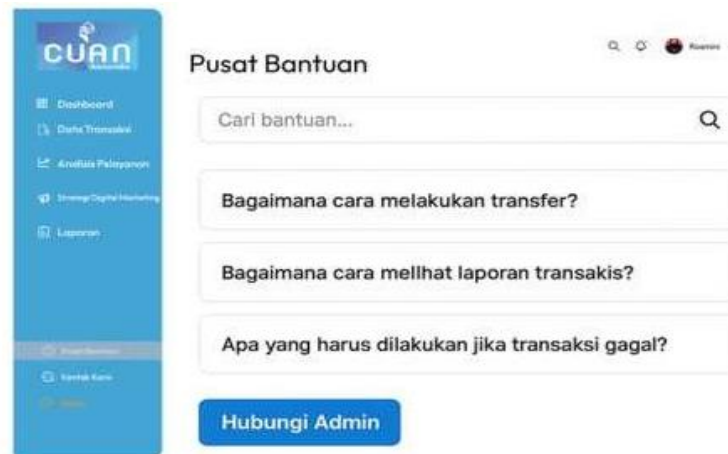


Gambar 9. Halaman Strategi Digital Marketing

6. Halaman Laporan

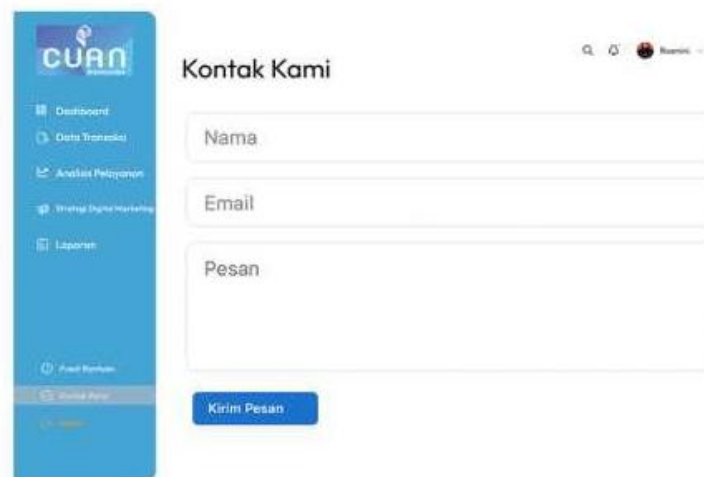
Gambar 10. Halaman Laporan *Prototype*

7. Halaman Pusat Bantuan



Gambar 11. Halaman Pusat Bantuan

8. Halaman Kontak Kami



Gambar 12. Halaman Kontak Kami

9. Halaman Keluar



Gambar 13. Halaman Keluar

Uji Coba dan Evaluasi

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa prototipe dashboard berjalan sesuai dengan kebutuhan agen BRILink Cuan Komunika. Terdapat dua metode utama yang digunakan, yaitu *Black Box Testing* dan *System Usability Scale* (SUS).

1. *Black Box Testing*

Black Box Testing dilakukan untuk memverifikasi fungsi-fungsi utama prototipe dashboard tanpa melibatkan pengujian kode program. Pengujian mencakup fitur login, dashboard utama, data transaksi, analisis pelayanan, strategi digital marketing, laporan, pusat bantuan, kontak agen, dan logout. Setiap fungsi diuji berdasarkan skenario penggunaan untuk memastikan keluaran sistem sesuai dengan rancangan.

Tabel 2. Hasil Pengujian *Black Box Testing*

Fitur	Skenario Uji	Hasil yang Diharapkan	Status
Login	Username dan password valid	Sistem masuk ke halaman <i>dashboard</i>	Berhasil
Dashboard Utama	Membuka ringkasan transaksi harian	Grafik dan indikator tampil sesuai data	Berhasil
Data Transaksi	Membuka data transfer dan tarik tunai	Data transaksi muncul lengkap	Berhasil
Analisis Pelayanan	Membuka analisis kecepatan dan <i>success rate</i>	Indikator tampil sesuai analisis	Berhasil
Strategi Digital Marketing	Membuka metrik reach & engagement media sosial	Grafik interaktif tampil sesuai data	Berhasil
Laporan	Menampilkan file laporan	Terdapat file laporan	Berhasil
Pusat Bantuan	dan panduan penggunaan	Informasi panduan tampil jelas	Berhasil
Kontak Kami	Membuka informasi telepon, email, alamat agen	Informasi kontak muncul lengkap	Berhasil
Logout	Memilih menu keluar	Sistem kembali ke halaman login	Berhasil

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 2, terdapat 9 fungsi utama yang diuji, di mana seluruh fungsi (100%) dinyatakan berhasil dan tidak ditemukan fungsi yang gagal. Hasil ini menunjukkan bahwa prototipe dashboard telah memenuhi kebutuhan fungsional Agen BRILink Cuan Komunika dan layak digunakan sebagai dasar pengembangan pada tahap selanjutnya.

Tabel 3. Ringkasan Hasil *Black Box Tasting*

Kategori Hasil	Jumlah Fungsi	Persentase
Berhasil	9	100%
Gagal	0	0%

2. *System Usability Scale (SUS)*

Evaluasi kegunaan dilakukan dengan memberikan kuesioner SUS kepada 10 responden, yang dimana setiap pernyataan dinilai dalam skala 0-100 dengan kelipatan 1., di mana:

- a. 0 = Sangat tidak setuju
- b. 100 = Sangat Setuju

Tabel 4. Hasil Evaluasi *System Usability Scale (SUS)*

Pernyataan SUS	Skor Rata-Rata (1-5)
Saya akan sering menggunakan dashboard ini jika tersedia	80
Dashboard terasa rumit untuk digunakan	20
Dashboard mudah digunakan	90
Saya membutuhkan bantuan teknis untuk menggunakan dashboard ini	20
Dashboard terasa sulit dipelajari	80
Saya merasa percaya diri saat menggunakan	20
Saya perlu mempelajari banyak hal sebelum dapat menggunakan dashboard ini	90
Dashboard terasa sulit dipelajari	10
Saya merasa percaya diri saat menggunakan dashboard ini	90
Saya perlu mempelajari banyak hal sebelum dapat menggunakan dashboard ini	20

PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan *prototipe dashboard* untuk analisis pelayanan nasabah dan strategi *digital marketing* pada Agen BRILink Cuan Komunika. Hasil *Black Box Testing* menunjukkan bahwa seluruh fungsi utama prototipe (9 fungsi, 100%) berhasil diuji sesuai dengan rancangan, sedangkan hasil evaluasi *System Usability Scale (SUS)* memperoleh skor 84 dengan kategori *Excellent*, yang menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna yang sangat baik. Temuan ini membuktikan bahwa *prototipe dashboard* mampu mendukung pemantauan kinerja layanan dan evaluasi strategi *digital marketing* secara terstruktur melalui visualisasi data yang disimulasikan.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penyediaan model perancangan *prototipe dashboard* analitik berbasis *Design-Based Research (DBR)* yang mengintegrasikan indikator layanan dan metrik *digital marketing* dalam satu antarmuka pada konteks agen layanan keuangan. Model ini memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan desain sistem informasi analitik dan dapat dijadikan acuan dalam penelitian sejenis sebelum tahap implementasi sistem dilakukan. Kedepan, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan prototipe dashboard dengan sistem operasional BRI agar dapat diimplementasikan

secara nyata. Selain itu, pengembangan fitur analisis prediktif berbasis machine learning berpotensi ditambahkan untuk mendukung rekomendasi strategi pemasaran yang lebih adaptif serta personalisasi layanan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Suherman, A. M. Sarusu, M. Wijana, L. W. B. Asbaruna, S. Datau, And J. Z. Hs, "Digital Based Marketing Strategy For Traditional Food Products (Case Study Of Traditional Food Ali Agrem Cake In Rancaekek Bandung)," In *Iqtishaduna International Conference Proceeding*, 2024, Pp. 266-272.
- [2] M. Wijana, "Digital Literacy Training For The Msme Community In Citaman Village In Using Information Technology: Pelatihan Literasi Digital Pada Masyarakat Pelaku Umkm Di Desa Citaman Dalam Menggunakan Teknologi Informasi," *Consen Indones. J. Community Serv. Engagem.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 69-78, 2024.
- [3] A. Muroqi And P. Puspita, "Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Penggunaan Mobile Banking Syariah Mandiri, Bank Bni Syariah, Dan Bank Bri Syariah)," *J. Accounting, Manag. Islam. Econ.*, Vol. 3, No. 1, Pp. 329-344, 2025.
- [4] D. Krisdiyani And S. Rimadiaz, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Nasabah Pengguna Mobile Banking" Livin" By Mandiri Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening," *J. Accounting, Manag. Islam. Econ.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 187-206, 2023.
- [5] B. Raharjo, "Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital," *Penerbit Yayasan Prima Agus Tek.*, Pp. 1-299, 2021.
- [6] A. D. Sabilla, H. T. Yoga, And H. Saputro, "Penerapan Business Intelligence System Pada Transaksi Agen Brilink Fiancelluler," *Logiclink*, Pp. 75-90, 2024.
- [7] A. T. Purwandari, O. N. Samijayani, N. Tsabitah, And N. R. Amalia, "Pelatihan Strategi Pemasaran Untuk Umkm Desa Pagelaran Banten," *J. Res. Appl. Community Serv.*, Vol. 3, No. 1, Pp. 9-18, 2024.
- [8] D. Winanda, "Buku: Penggunaan Metode Design Thinking Dalam Desain Ui/Ux Pada Aplikasi Belajar Online Berbasis Mobile Dimi Winanda," 2025, *Universitas Teknologi Digital Indonesia*.
- [9] A. Aurellia, "Pemanfaatan Uml Dalam Perancangan Sistem Informasi Produk Kreatif Daur Ulang Sampah Berbasis Web," *J. Inform. Dan Tek. Elektro Terap.*, Vol. 13, No. 3s1, 2025.
- [10] J. Jamaludin, M. Wijana, A. I. Nasution, And J. Jalaluddin, "The Implementation Of Digital Productive Zakat Management Strategy At Musa'adatul Ummah," *Jasa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sist. Inf. Akuntansi)*, Vol. 9, No. 2, Pp. 412-421, 2025.