ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI BPJS KETENAGAKERJAAN KANTOR CABANG MERANGIN

Salsabillah Izmirafifah Nurin[1], Fatima Felawati[2]
salsabillanurin@gmail.com[1] , fatimafelawati@uinjambi.ac.id[2]
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin memberikan pelayanan kepada peserta melalui pelayanan langsung di kantor dan pelayanan digital melalui aplikasi Jamsostek Mobile (JMO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis dilakukan berdasarkan dimensi CRM yang meliputi *Marketing, Sales, Service and Support,* serta *Information Technology/Information System*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan langsung BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin memperoleh kategori sangat baik, ditunjukkan oleh tingginya tingkat kepuasan pelanggan terhadap kejelasan informasi, kecepatan pelayanan, keramahan petugas, dan keamanan sistem pelayanan. Sebaliknya, pelayanan digital melalui aplikasi JMO masih memperoleh penilaian yang relatif rendah, terutama pada aspek kemudahan penggunaan aplikasi, aksesibilitas fitur, kecepatan respons sistem, dan keamanan layanan digital. Dengan demikian, penerapan CRM pada pelayanan langsung telah berjalan efektif dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, diperlukan upaya peningkatan kualitas layanan digital melalui aplikasi JMO agar pelayanan yang diberikan lebih optimal, mudah digunakan, serta mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management (CRM),* Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, BPJS Ketenagakerjaan, Jamsostek Mobile (JMO).

ABSTRACT

The Merangin Branch Office of BPJS Ketenagakerjaan provides services to participants through in-person services and digital services through the Jamsostek Mobile (JMO) application. This study aims to analyze the level of customer satisfaction with the services provided using Customer Relationship Management (CRM) methods. The study employed a quantitative approach with data collection techniques including observation, interviews, questionnaires, and documentation. The analysis was conducted based on CRM dimensions, including Marketing, Sales, Service and Support, and Information Technology/Information Systems. The results show that the direct services of the Merangin Branch Office of BPJS Ketenagakerjaan were categorized as very good, indicated by high levels of customer satisfaction with information clarity, speed of service, staff friendliness, and system security. Conversely, digital services through the JMO application received relatively low ratings, particularly in aspects of application ease of use, feature accessibility, system response speed, and digital service security. Thus, the implementation of CRM in direct services has been effective and has increased customer satisfaction. However, efforts are needed to improve the quality of digital services through the JMO application to optimize services, make them easier to use, and improve overall customer satisfaction.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), Customer Satisfaction, Service Quality, BPJS Employment, Jamsostek Mobile (JMO).*

PENDAHULUAN

Organisasi publik di era transformasi digital seperti sekarang dituntut untuk mampu mengintegrasikan teknologi digital dengan layanan konvensional guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Secara mendasar dualitas pelayanan menjadi faktor utama penentu keberhasilan suatu instansi, karena berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan, loyalitas, serta citra organisasi dimata masyarakat. Kepuasan pelanggan muncul dari kesusuaian diantara harapan dan kinerja layanan yang pelanggan dapatkan sehingga konsistensi kualitas layanan menjadi hal yang sangat krusial. Transformasi digital saat ini tidak sekedar menjadi kebutuhan, namun telah menjadi strategj penting dalam meningkatkan efisiensi operasional serta mutu pelayanan kepada masyarakat. Penggunaan teknologi digital dalam pelayanan dapat memperbaiki pengalaman pelanggan dengan kemudahan akses informasi dan interaksi lebih cepat (Kotler & Keller, 2020).

Kualitas layanan sesuai penjelasan (Tjiptono, Fandy; Chandra, 2016) berperan penting dalam mendorong terbentuknya hubungan yang berjangka panjang diantara pelanggan dengan perusahaan dengan sifat saling menguntungkan. Hubungan tersebut membentuk sebuah kedekatan emosional yang akan menunjang perusahaan untuk memahami harapan, kebutuhan, dan juga keinginan pelanggan dengan lebih mendalam. Dengan pemahaman tersebut, perusahaan mampu menaikkan tingkat kepuasan dari pelanggannya melalui penyediaan pengalaman layanan lebih bernilai, menyenangkan, serta mampu meminimalkan pengalaman tidak memuaskan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh keberadaan program jaminan sosial ketenagakerjaan yang memberi rasa aman sekaligus menjamin keberlangsungan hidup pekerja. Kepuasan peserta sendiri bisa dipahami dengan tingkat perasaan yang muncul sesudah pelanggan memadankan hasil ataupun kinerja yang dia terima kepada harapan yang dimiliki. Sehingga kualitas layanan ini termasuk sebagai faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

BPJS Ketenagakerjaan yaitu sebuah badan yang bertugas menyelenggarakan jaminan sosial ketenagakerjaan, yang dulu disebut JAMSOSTEK (Persero) dan kemudian bertransformasi menyesuaikan Undang-Undang No. 24 Tahun 2011 (Putri, Anisa; Hidayat, 2019). Sebagai lembaga yang menyelenggarakan jaminan sosial, BPJS Ketenagakerjaan menyediakan perlindungan untuk pekerja melalui mekanisme asuransi sosial yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan pekerja. Kualitas pelayanan dalam pelaksanaannya menjadi aspek krusial sebab langsung berhubungan kepada tingkat kepuasan peserta. Pelayanan berkualitas bukan hanya mampu menjawab kebutuhan peserta, namun juga tuurut mendorong terbentuknya hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara peserta dan organisasi dalam jangka panjang.

BPJS Ketenagakerjaan juga terus melakukan inovasi melalui penerapan strategi Hybrid Service, yaitu kombinasi antara layanan digital dan layanan tatap muka secara langsung. Implementasi ini diwujudkan dalam aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) yang mana mengutamakan kecepatan, kemudahan akses, dan efisiensi, serta pelayanan langsung di kantor cabang yang berfokus pada penyelesaian permasalahan kompleks dan interaksi personal dengan peserta.

Pada tahun 2021, pihak BPJS Ketenagakerjaan mengeluarkan aplikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Aplikasi yang dikeluarkan ini bernama Jamsostek Mobile (JMO) yang bertujuan untuk memudahkan askes peserta kepada layanan tanpa perluu hadir langsung di kantor. Inovasi Jamsostek Mobile (JMO) ini menjadi wujud kelanjutan dari pengembangan aplikasi sebelumnya yaitu BPJSKU yang diluncurkan pada tahun 2016. Sebelum adanya aplikasi BPJSKU dan Jamsostek Mobile (JMO) tersebut, pelanggan mendatangkan kantor BPJS Ketenagakerjaan secara langsung untuk mendapatkan pelayanan dan keterangan secara jelas mengenai keterlambatan proses

administrasi pelanggan, kurangnya ketepatan informasi yang ada pada aplikasi tersebut.

Kantor cabang BPJS Ketenagakerjaan Merangin, termasuk sebagai kantor cabang yang telah mengimplemnetasikan strategi Hybrid Service itu, dengan melaksanakan pelayanan secara digital serta tatap muka. Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan Merangin ini memiliki lokasi yang bertepatan di Jalan Lintas Sumatera KM.2, Kelurahan Pasar Bangko, Kecamatan Bangko, Kabupaten Merangin, Jambi. Adapun permasalahan yang sering kali terjadi di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin, ialah seperti : keterlambatan dalam proses administrasi peserta, kurangnya ketepatan informasi, panjangnya jumlah antrian. Hal tersebut mengakibatkan proses administrasi menjadi terhambat. Berdasarkan observasi awal yang diselenggarakan 31 Oktober 2025 kepada salah satu peserta BPJS Ketenagakerjaan kantor cabang Merangin yang bernama Romi Hidayat menyatakan bahwa permasalahan yang masih sering terjadi adalah lamanya waktu proses administrasi dan kurang ketepatan dalam pemaparan informasi. Peneliti juga melakukan observasi awal kepada kepala kantor BPJS Ketenagakerjaan kantor cabang Merangin yang bernama Bapak Dimas Agung Ibrahim yang menyatakan bahwa permasalahan yang sering terjadi dikarenakan kurang lengkapnya berkas persyaratan dan jumlah antrian yang panjang, maka itulah yang menjadi penyebab keterlambatan proses pencairan administrasi pelanggan.

Ketimpangan kualitas antara kedua layanan ini berpotensi menimbulkan pengalaman pelanggan yang tidak konsisten. Apabila salah satu pelayanan memiliki kualitas yang lebih rendah, maka hal tersebut akan berdampak langsung kepada penurunan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Kondisi ini juga diperkuat oleh kejadian langsung yang terjadi di BPJS Ketenagakerjaan kantor cabang Merangin, seperti lamanya waktu proses administrasi dan kurang ketepatan dalam pemaparan informasi yang dikeluhkan oleh pelanggan yang ada.

Dalam analisis kepuasan pelanggan ini peneliti menggunakan metode CRM, dimana Customer Relationship Management (CRM) bertujuan menciptakan pengalaman pelanggan secara unggul, memperkuat loyalitas mereka, serta mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan (Sari, Dian; Prakoso, 2021). Implementasi CRM mencakup proses pengumpulan dan analisis data pelanggan, serta pemanfaatan informasi tersebut guna mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam pemberian layanan maupun penawaran produk dan jasa. Dalam tahapan analisis tersebut CRM memiliki beberapa tahapan terdiri dari proses pengumpulan informasi pelanggan, segmentasi serta analisis data, dan interaksi yang berfokus pada akuisisi, peningkatan nilai, mempertahankan pelanggan, peningkatan konversi, dan penggunaan dan berbaikan berkelanjutan. Proses ini bertujuan untuk menciptakan hubungan berjangka panjang dengan sifat saling menguntungkan dari adanya pemahaman secara mendalam terhadap kebutuhan dan perilaku pelanggan.

Dengan diterapkannya strategi yakni menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM) perusahaan akan mendapatkan keunggulan kompetitif (Nugroho, Rudi; Lestari, 2022). Keunggulan kompetitif bisa diterapkan sebagai strategi yang krusial bagi perusahaan untuk berhadapan pada persaingan dan mempertahankan posisinya di pasar. Melalui keunggulan tersebut, perusahaan dapat mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan secara lebih efektif. Pada dasarnya, perusahaan berupaya mengoptimalkan seluruh proses bisnis, baik melalui peningkatan kualitas pelayanan maupun penguatan hubungan dengan pelanggan, sehingga mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari pemaparan diatas, maka judul yang diambil oleh penulis ialah “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Menggunakan Metode *Customer Relationship Management* (CRM) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin. Penelitian dilaksanakan di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin, Jambi, dengan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi literatur. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan atau peserta yang memperoleh pelayanan di kantor tersebut, sedangkan sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan statistik dan karakteristik populasi.

Variabel penelitian terdiri dari Customer Relationship Management (CRM) dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, serta loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Pengukuran data menggunakan skala nominal dan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta menggunakan analisis deskriptif atau persentase untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan. Hasil analisis digunakan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan BPJS Ketenagakerjaan serta penerapan CRM dalam mendukung pelayanan kepada pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pengumpulan Data

Proses untuk mengumpulkan data dilaksanakan melalui penggunaan kuesioner selaku instrumen utamanya penelitian. Kuesioner peneliti susun berdasarkan indikator-indikator yang terdapat pada variabel Customer Relationship Management (CRM) dan kepuasan pelanggan, untuk kemudian diberikan kepada responden, yaitu peserta aktif dari BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin. Data yang didapat melalui kuesioner tersebut kemudian diterapkan menjadi landasan dalam melakukan analisis hubungan diantara penerapan CRM dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Kuesioner peneliti sebarkan dengan cara online mempergunakan media Google Form serta secara langsung pada responden yang sedang menerima pelayanan di kantor cabang. Tujuannya yaitu agar data yang didapat lebih representatif dan akurat menyesuaikan kondisi sebetulnya pada lapangan.

Pelaksanaan pengumpulan data berlangsung selama 1 bulan 18 hari, yakni dari 15 Januari sampai 28 Februari 2026. Sepanjang periode tersebut, peneliti berhasil mendapatkan data melalui responden sesuai pada banyaknya sampel yang sebelumnya telah ditetapkan.

Banyaknya responden yang diperoleh pada penelitian ini yaitu 100 responden. Keseluruhan responden yaitu pelanggan aktif BPJS Ketenagakerjaan yang telah menerima pelayanan, baik dengan layanan langsung pada kantor cabang ataupun dengan layanan digital seperti aplikasi Jamsostek Mobile (JMO).

Responden pada tahapan pengumpulan data akan memberikan tanggapan kepada kuesioner yang peneliti sebarkan, yang membuat data yang diperoleh dinilai cukup valid dan representatif untuk digunakan dalam analisis penelitian. Dengan demikian, data yang telah didapat bisa dipergunakan dalam tahapan pengolahan serta analisis data pada bagian selanjutnya.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	52	52%
Laki - Laki	48	48%
Total	**100**	**100%**

Penjelasan :

Dari tabel ini didapati bahwasanya mayoritas responden yaitu perempuan sejumlah 52%, sementara untuk laki-laki yaitu 48%. Sehingga itu memperlihatkan perempuan menjadi pengguna mayoritas dari layanan BPJS Ketenagakerjaan pada penelitian ini.

b. Berdasarkan Rentang Usia

Tabel 2 Rentang Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18 – 25 Tahun	52	52 %
26 – 35 Tahun	22	22 %
36 – 45 Tahun	16	16 %
46 – 52 Tahun	10	10 %
Total	**100**	**100 %**

Penjelasan :

Dari tabel ini didapati bahwasanya mayoritas dari responden ada di usia 18–25 tahun dengan sejumlah 52%, kemudian untuk usia 26–35 tahun sejumlah 22%, 36 – 45 tahun sejumlah 16%, serta 46 – 52 tahun sejumlah 10%. Sehingga itu memperlihatkan mayoritas dari responden berada pada usia produktif.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pelayanan

Tabel 3 Jenis Pelayanan

Jenis Pelayanan	Jumlah	Persentase
Pelayanan Secara Manual	70	70%
Pelayanan Digital (JMO)	30	30%
Total	**100**	**100%**

Dari tabel ini didapati bahwasanya mayoritas responden mempergunakan layanan secara manual di kantor cabang dengan sejumlah 70 responden ataupun 70%. Sementara itu, responden yang menggunakan layanan digital melalui aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) yaitu 30 responden ataupun 30%.

Hal itu memperlihatkan bahwasanya penggunaan layanan secara langsung di kantor cabang tetapi lebih mendominasi dibanding penggunaan layanan digital. Meskipun demikian, penggunaan aplikasi JMO juga menunjukkan adanya peningkatan pemanfaatan teknologi dalam pelayanan BPJS Ketenagakerjaan.

2. Hasil Interpretasi Kuesioner Penelitian

Hasil interpretasi kuesioner menunjukkan bahwa dimensi Marketing pada pelayanan langsung memperoleh penilaian sangat baik. Nilai tertinggi terdapat pada indikator kemudahan memahami informasi yang diberikan staf, sedangkan indikator terkait penyampaian informasi melalui aplikasi JMO memperoleh nilai lebih rendah.

Pada dimensi Service & Support, pelayanan langsung juga memperoleh penilaian sangat baik, terutama pada kemampuan staf dalam memberikan jawaban yang jelas dan detail. Sementara itu, indikator pelayanan melalui aplikasi JMO, seperti kemampuan menyelesaikan kebutuhan layanan secara mandiri dan kelancaran proses pengajuan layanan, memperoleh penilaian lebih rendah.

Pada dimensi Information Technology, sistem pelayanan secara umum dinilai sangat baik, terutama dalam kemudahan penggunaan dan kemampuan mempercepat proses pelayanan. Namun, indikator yang berkaitan dengan aplikasi JMO, seperti kemudahan akses

menu dan fitur serta kecepatan loading, memperoleh penilaian lebih rendah.

3. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas yaitu sebuah metode yang dipergunakan dalam mengetahui tingkat keakuratan sebuah instrumen sebagai pengukur untuk variabel yang tengah peneliti pelajari. Instrumen dikatakan valid bila tiap butir dari pertanyaannya bisa merepresentasikan konstruk ataupun konsep yang memang akan peneliti ukur, agar data yang didapat mampu menyajikan kondisi yang sebetulnya menyesuaikan tujuan pelaksanaan penelitian. Sehingga pengujian validitas berfungsi untuk memastikan instrumen penelitian layak dipergunakan sebagai alat pengumpulan data.

Sehingga uji validitas diselenggarakan guna memastikan bahwasanya alat ukur yang dipergunakan mempunyai tingkat ketepatan yang tergolong baik, sehingga hasil penelitian dapat dianggap sahih dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah

Peneliti telah menyelenggarakan pengujian validitas kepada 100 responden, berikut hasil keseluruhan uji validitas yang dilakukan kepada 100 responden. Kemudian dalam menetapkan hasil dari pengujian validitas, dipergunakan rumus berupa:

$$r_{xy} \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r_{xy} = koefisien korelasi diantara skor item (X) serta skor total (Y)
- N = banyaknya responden
- $\sum XY$ = hasil perkalian skor X dan Y
- $\sum X$ = total skor item
- $\sum Y$ = total skor total
- $\sum X^2$ = total kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = total kuadrat skor total

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Manual				
Variabel	Kode	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
Marketing (Komunikasi, Penyampaian Informasi)	P1	1,09	0,196	Valid
	P2	1,05		
	P3	1,27		
	P4	1,11		
	P5	1,30		
	P6	6,38		
	P7	6,40		
	P8	6,46		
	P9	6,38		
Service & Support (Sikap Petugas, penanganan keluhan dan kenyamanan pelanggan)	P1	1,28	0,196	Valid
	P2	1,45		
	P3	1,02		
	P4	1,45		
	P5	0,76		
	P6	7,62		
	P7	7,62		
	P8	7,35		
	P9	7,43		
	P1	2,03	0,196	Valid
	P2	1,96		

Information Technologi / information system (Sistem informasi, teknologi dan dukungan digital)	P3	1,67		
	P4	1,55		
	P5	1,48		
	P6	6,51		
	P7	6,73		
	P8	6,73		
	P9	6,53		

Setelah melakukan uji validitas, untuk mencari nilai r_{tabel} pada pengguna manual dengan jumlah 100 responden dan tingkat signifikansi 5% (0,05), diperoleh nilai r_{tabel} = 0,196. Berdasarkan hasil perhitungan, seluruh nilai hitung $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel pengguna manual dinyatakan valid.

Sehingga bisa ditentukan bahwasanya interpretasi kuesioner pada pengguna manual layak digunakan karena valid, sedangkan pada pengguna JMO perlu dilakukan perbaikan atau revisi pada item pertanyaan agar dapat memenuhi kriteria validitas.

4. Hasil Uji Reabilitas

Tujuan dilaksanakannya pengujian reliabilitas yaitu selaku pengukur kestabilan dan konsistensi dari instrumen untuk menghasilkan data yang terpercaya. Pengujian dilaksanakan guna memastikan instrumen mampu menyajikan hasil yang cenderung sama bila dipergunakan dalam situasi serupa. Pengujian ini akan dilangsungkan melalui penggunaan metode *Cronbach Alpha*, karena instrumen yang dipergunakan yaitu kuesioner yang disertai skala Likert. Instrumen akan ditetapkan reliable bila didapatkan *Cronbach Alpha* dengan nilai > 0,60 yang menandakan instrumen itu layak untuk dipergunakan menjadi alat pengumpul data. Kemudian dalam menghitung hasil dari pengujian reabilitas maka dipergunakan rumus berupa:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Dimana:

- r_{11} = koefisien reabilitas instrument
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = banyaknya masing masing varian butir
- σ_t^2 = varians total

Table 5 Kriteria Pengujian Reliabilitas

Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,21 – 0,40	Agak Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

Table 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel A

Cronbach Alpha	*N for item*
.68	9

Hasil dari pengujian memperlihatkan *cronbach alpha* (0,68) > 0,60 untuk tiap pernyataan dari variabel *Marketing* (Komunikasi, Penyampaian Informasi), sehingga bisa ditetapkan reliabel.

Table 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel B

Cronbach Alpha	*N for item*
.70	9

Hasil dari pengujian memperlihatkan *cronbach alpha* (0,70) > 0,60 untuk tiap pernyataan dari *variabel service & support* (sikap petugas, penanganan keluhan dan kenyamanan pelanggan).

Table 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel C

Cronbach Alpha	N for item
.70	9

Hasil dari pengujian memperlihatkan *cronbach alpha* (0,70) > 0,60 untuk tiap pernyataan dari variabel *Information Technologi / information system* (Sistem informasi, teknologi dan dukungan digital)

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum diselenggarakan analisis regresi linear berganda, terlebih dulu dibutuhkan pelaksanaan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi. Pengujian ini diperlukan agar model yang dipergunakan telah dipastikan sesuai dengan asumsi statistik yang dibutuhkan, agar hasil analisis yang didapat bisa dinyatakan valid, akurat, serta bisa dipergunakan menjadi landasan pengambilan kesimpulan.

a. Hasil Uji *Normalitas*

Pengujian normalitas dilakukan melalui penggunaan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang mengacu kepada nilai signifikansi residual. Hasil yang didapat dari pengujian ini bisa diperhatikan dengan:

Table 9 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	**Nilai**
N	100
Mean	0,000000
Std. deviation	0,980
Test.statistic	0,115
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Hasil dari pengujian normalitas ini memperlihatkan signifikansi dengan nilai 0,200 > 0,05 yang menyatakan bahwasanya data residual termasuk memiliki distribusi yang normal.

b. Hasil Uji *Multikolinearitas*

Pengujian *multikolinearitas* ini diselenggarakan guna memahami adakah sebuah hubungan dengan sifat yang tinggi diantara variabel bebas. Pengujian akan mengacu kepada nilai *Tolerance* serta VIF.

Table 10 Hasil Uji Miltikolinearitas

Variabel	**Tolerance**	**VIF**
Marketing (A)	0,621	1,611
Service & Support (B)	0,587	1,703
System Quality (C)	0,655	1,527

Temuan tersebut memperlihatkan keseluruhan variabel memperoleh tolerance dengan nilai > 0,10 serta VIF < 10 yang mengungkapkan bahwasanya model terhindar dengan *multikolinearitas*.

c. Hasil Uji *Hetetorkedastisitas*

Pengujian *heteroskedastisitas* ini diselenggarakan melalui penggunaan metode Glejser, yakni dengan berdasar pada signifikansi tiap variabel bebas.

Table 11 Hasil Uji Hetetorkedastisitas

Variabel	**Sig**
Marketing (A)	0,312
Service & Support (B)	0,441

System Quality (C)	0,287

Temuan ini mengungkapkan bahwasanya keseluruhan dari variabel memperoleh signifikansi dengan nilai > 0,05 yang mengungkapkan model terhindar dengan *heteroskedastisitas*.

d. Hasil Uji *Autokorelasi*

Pengujian *autokorelasi* ini diselenggarakan melalui penggunaan metode *Durbin-Watson* guna memahami adakah sebuah korelasi diantara residual pada model.

Table 12 Hasil Uji Autokorelasi

Keterangan	Nilai
Durbin-watson	1,921

Hasil dari pengujian *autokorelasi* memperlihatkan nilai D-W *sejumlah* 1,921 yang letaknya ada diantara 1,5 hingga 2,5 sehingga itu mengungkapkan model terhindar dengan *autokorelasi*.

6. Pembahasan

Pembahasan untuk hasil pelaksanaan penelitian ini berfokus kepada kesesuaian tujuan penelitian, kepuasan pengguna, metode analisis, dan hasil pengujian dari kepuasan pengguna. Berdasarkan temuan dari pengumpulan data yang dilaksanakan dengan observasi, wawancara, serta dokumentasi, diketahui bahwa proses pelayanan yang dilakukan ada dua cara yaitu pelayanan secara langsung dan menggunakan aplikasi jamsotek mobile (JMO), pada aplikasi jamsostek mobile (JMO) masih ada kekurangan terhadap pemahaman pelanggan terhadap proses pelayanan sehingga diperlukan pelayanan secara langsung dengan cara datang ke kantor cabang salah satunya kantor cabang Merangin. Berdasarkan dari kondisi ini perlunya melakukan uji kepuasan pelanggan terhadap pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian, pelayanan langsung yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin menunjukkan kinerja yang sangat baik pada seluruh dimensi Customer Relationship Management (CRM). Pada dimensi Marketing (Komunikasi dan Penyampaian Informasi), indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Informasi yang diberikan oleh staff pelayanan mudah dipahami" dengan persentase sebesar 89%. Selanjutnya, pernyataan "Informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan" memperoleh nilai 88,2%, sedangkan pernyataan "Staff pelayanan memberikan informasi secara transparan" memperoleh nilai 85%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa proses komunikasi yang dilakukan petugas pelayanan telah berjalan secara efektif, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Namun demikian, pada pelayanan digital melalui aplikasi Jamsostek Mobile (JMO), beberapa indikator seperti penyampaian informasi terbaru, pembaruan informasi, dan notifikasi layanan hanya memperoleh nilai antara 25% hingga 27% yang masuk di kategori tidak baik. Kondisi itu mengungkapkan penyebaran informasi melalui aplikasi JMO masih belum optimal dan memerlukan peningkatan baik dari segi kualitas informasi maupun sosialisasi penggunaan aplikasi kepada peserta.

Pada dimensi Service & Support (Pelayanan dan Dukungan), pelayanan langsung juga memperoleh penilaian yang sangat baik. Pernyataan "Staff menjawab pertanyaan pelanggan dengan jelas dan detail" memperoleh persentase tertinggi sebesar 88,4%, sedangkan indikator terkait keramahan petugas memperoleh nilai 88,2%. Selain itu, tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima mencapai 83,4%. Hasil tersebut mengungkapkan petugas BPJS Ketenagakerjaan telah menyajikan pelayanan secara profesional, cepat tanggap, dan mampu membantu pelanggan dalam menyelesaikan berbagai kebutuhan layanan. Sebaliknya, pada pelayanan digital melalui aplikasi JMO,

indikator kemampuan pelanggan dalam menyelesaikan kebutuhan layanan secara mandiri, kelancaran proses pengajuan layanan, dan kepuasan terhadap pelayanan digital hanya memperoleh nilai antara 25% hingga 26%, yang termasuk kategori tidak baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan masih lebih memilih pelayanan secara langsung dibandingkan pelayanan digital karena fitur layanan mandiri pada aplikasi JMO belum mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

Selanjutnya, pada dimensi Information Technology / Information System, pelayanan langsung memperoleh hasil yang sangat memuaskan. Pernyataan "Sistem pelayanan membantu mempercepat proses layanan" memperoleh nilai tertinggi sebesar 88,4%, diikuti oleh indikator kemudahan penggunaan sistem sebesar 88,2%, keamanan data pelanggan sebesar 87,4%, serta kepuasan pelanggan terhadap sistem pelayanan sebesar 85,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sistem informasi yang digunakan dalam pelayanan langsung telah mampu mendukung proses pelayanan secara efektif, efisien, dan memberikan rasa aman kepada pelanggan. Sementara itu, pada aplikasi JMO, indikator kemudahan akses menu dan fitur, kecepatan respons sistem, serta keamanan data pribadi hanya memperoleh nilai antara 25% hingga 25,6% yang tergolong di kategori tidak baik. Temuan tersebut memperlihatkan masih terdapatnya berbagai kendala pada aspek teknologi digital yang berdampak kepada kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan pelanggan pada penggunaan aplikasi JMO.

KESIMPULAN

Sesuai hasil dari analisis pada ketiga dimensi CRM tersebut, dapat disimpulkan bahwa Customer Relationship Management (CRM) mampu mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan pada sistem Hybrid Service di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin. Pelayanan langsung terbukti memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik pada seluruh dimensi yang diteliti. Sebaliknya, pelayanan digital melalui aplikasi JMO masih memerlukan berbagai perbaikan. Beberapa permasalahan utama yang teridentifikasi meliputi belum optimalnya penyampaian informasi secara digital, rendahnya efektivitas layanan mandiri, kesulitan dalam mengakses fitur aplikasi, lambatnya respons sistem, serta masih rendahnya tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan data pada aplikasi JMO. Sehingga diperlukan upaya pengembangan serta penyempurnaan layanan digital supaya sistem Hybrid Service yang diterapkan dapat berjalan lebih optimal dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Dengan demikian, penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin telah berjalan cukup baik, terutama pada pelayanan langsung, namun pelayanan digital melalui aplikasi JMO masih memerlukan pengembangan dan perbaikan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat secara menyeluruh.

Saran

Dari hasil pelaksanaan penelitian ini, penulis bisa menyampaikan sejumlah saran seperti:

1. BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Merangin diharap mampu menjaga kualitas pelayanan secara langsung, khususnya pada komunikasi pelayanan, kecepatan pelayanan, serta keramahan staff.
2. BPJS Ketenagakerjaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan digital melalui aplikasi Jamsostek Mobile (JMO), seperti memperbaiki kecepatan sistem, kemudahan penggunaan aplikasi, dan pembaruan informasi layanan secara berkala.
3. Perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada pelanggan mengenai penggunaan aplikasi JMO agar pelanggan lebih memahami fitur-fitur layanan digital yang tersedia.

4. BPJS Ketenagakerjaan diharapkan dapat meningkatkan keamanan sistem digital agar pelanggan merasa lebih aman dan percaya dalam menggunakan layanan melalui aplikasi JMO.
5. Peneliti mendatang diharap mampu melakukan pengembangan kepada penelitian ini melalui penambahan variabel lainnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan serta pelayanan digital agar hasil yang didapat lebih mendalam dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

Abbasimehr, H., & Shabani, M. (2021). Customer Behavior Segmentation as the Foundation for Effective CRM Strategy. Journal of Retailing and Consumer Services, 61, 102–118.

Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C., & Ali, F. (2023). The Role of CRM in Enhancing Customer Personalization and Engagement. Journal of Business Research, 160, 113–124.

Daryanto, A.; Setyobudi, D. (2014). Pengertian dan Karakteristik Pelanggan dalam Konteks Pemasaran Modern. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Terapan, 5(2), 45–53.

Firmansyah, R. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran, 6(2), 58–68.

Habibi, Ahmad; Aprilian, R. (2020). Analisis sebagai Proses Penyelidikan dan Penafsiran dalam Penelitian Ilmiah. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 8(2), 55–64.

Haryono, B. (2016). Definisi dan Peran Pelanggan dalam Aktivitas Bisnis. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kontemporer, 4(1), 20–28.

Indrasari, M. (2019). Konsep Pelayanan dalam Upaya Pemenuhan Kebutuhan dan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, 10(2), 55–63.

Kasmir. (2019). Customer Service Excellent: Teori dan Praktik.

Khedkar, E. B. (2015). Customer Relationship Management: A Tool to Enhance Customer Satisfaction and Loyalty. International Journal of Applied Research, 1(13), 747–750.

Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). Marketing Management (Edisi 15).

Krisnawati, D. (2021). Konsep dan Proses Analisis dalam Penelitian Ilmiah. Jurnal Metodologi Penelitian Sosial, 9(1), 22–30.

Laksmana, I. G. E., Kusuma, I. W., & Landra, N. (2018a). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 3(2), 112–121.

Laksmana, I. G. E., Kusuma, I. W., & Landra, N. (2018b). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) sebagai Strategi Berorientasi Pelanggan. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 3(2), 112–121.

Lallo, L. (2015). Konsep Pelayanan dalam Pemenuhan Kepentingan Masyarakat. Jurnal Ilmu Administrasi Dan Pelayanan Publik, 2(1), 1–10.

Manalu, R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Melalui Pemberian Nilai. Jurnal Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, 7(2), 66–75.

Nilahi, S., Ramadhani, D., & Putra, R. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Teknologi Informasi untuk Membangun Hubungan Jangka Panjang dengan Pelanggan. Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen, 11(1), 25–34.

Nugroho, Rudi; Lestari, M. (2022). Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Perusahaan. Jurnal Strategi Dan Inovasi Bisnis, 8(1), 33–44.

Oliver, R. L. (2019). Konsep Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kesesuaian Antara Harapan dan Kinerja. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 32(1), 1–14.

Putra, A. (2019). Etimologi dan Konsep Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Pemasaran. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pemasaran, 7(1), 11–20.

Putri, Anisa; Hidayat, R. (2019). BPJS Ketenagakerjaan adalah Perusahaan jaminan sosial tenaga kerja yang dulunya bernama JAMSOSTEK (Persero) namun sekarang telah berubah dibawah kewenangan UU No.24, 2011. Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik, 7(2), 45–56.

Sardjono, B., Wibowo, A., & Prasetyo, R. (2021). Penerapan Customer Relationship Management

(CRM) dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 7(2), 145–156.
Sari, Dian; Prakoso, B. (2021). Penerapan Metode Customer Relationship Management (CRM) dalam Analisis Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Inovasi Pelayanan, 6(3), 78–90.
Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods).
Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif.
Tjiptono, Fandy; Chandra, G. (2016). Kualitas Layanan dan Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, 9(2), 1–12.
Wibowo, A. (2018). Pengertian dan Asal Usul Istilah Analisis dalam Kajian Ilmiah. Jurnal Ilmu Dan Metodologi Penelitian, 4(2), 10–18.
Yang, Y., & Han, J. (2020). The Role of Customer Data Management in Enhancing Customer Relationship and Loyalty. Journal of Business and Management Research, 8(2), 98–107.
Yati, N. (2022). Konsep Dasar Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Manajemen Pemasaran. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Modern, 10(1), 12–22.
Zeithaml, Valarie A.; Bitner, Mary Jo; Gremler, D. D. (2018). Konsep Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Pemasaran Jasa. Jurnal Pemasaran Dan Layanan Konsumen, 12(1), 1–15.
Zulyanti NR, & Irawan MRN. (2021). Customer Relationship Management : Literature Review. International Journal of Science, 884–892.