

ABSTRAK

Hasil penelitian menyebutkan bahwa BPJS Ketenagakerjaan DIY melakukan strategi *Customer Relationship Management (CRM)* melalui serangkaian proses yaitu mengumpulkan data konsumen, analisis data konsumen dan identifikasi konsumen yang disasar, pengembangan program *Customer Relationship Management (CRM)*. Tiga tingkatan CRM yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan adalah CRM Strategis dengan melakukan pembagian tugas atau *job description* yang jelas serta budaya kerja Iman ETHIKA yaitu Iman, Ekselen, Teladan, Harmoni, Integritas, Kepedulian dan Antusias. Pada CRM Oprasional dengan melakukan Otomatisasi pemasaran yang memanfaatkan teknologi pada proses-proses pemasaran dengan menggunakan perangkat lunak dan adanya otomatisasi layanan yaitu melalui pelayanan online seperti penggunaan aplikasi kepesertaan jaminan, *Customer Service*, Media sosial dan melalui SMS untuk melayani keluhan ataupun untuk menjaga hubungan dengan konsumen. Serta pada CRM Analitis dengan menggunakan *database* peserta jamninan yang digunakan untuk menyimpan data konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan strategi *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan memiliki dampak yang baik bagi perusahaan dan bagi peserta jaminan (konsumen) dibuktikan dengan serangkaian proses yang telah dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dan adanya peningkatan pada jumlah peserta jaminan yang yang membayar iuran secara tepat waktu sebesar 30% dari total peserta yang tertib membayar iuran jaminan setiap bulan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management (CRM)*, CRM Strategis, CRM Oprasional, CRM Analitis.

ABSTRACT

The result of the research shows that BPJS Employment DIY performs Customer Relationship Management (CRM) strategy through a series of processes: collecting consumer data, consumer data analysis and targeted consumer identification, Customer Relationship Management (CRM) program development. Three levels of CRM by BPJS Employment is Strategic CRM by performing a clear division of tasks or job description and work culture of Faith ETHIKA ie Faith, Ekselen, Example, Harmony, Integrity, Caring and Enthusiasm. At CRM Oprasional by doing Marketing Automation that utilize technology in marketing process by using software and existence of service automation that is through online service like usage application of guarantee assurance, Customer Service, Social Media and SMS to serve complaint or to keep relationship with consumer . As well as on CRM Analtis by using a database of participants jamninan used to store consumer data. The conclusion of this research is the implementation of Customer Relationship Management (CRM) strategy conducted by BPJS Employment has good impact for the company and for the participant of guarantee (consumer) is proved by a series of processes that have been done BPJS Employment and an increase in the number of participants who pay dues in a timely manner of 30% of total participants who regularly pay monthly guarantee fee.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), Strategic CRM, Oprasional CRM, Analytical CRM.*