

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pasien termasuk kepada indikator utama keberhasilan pelayanan kesehatan, terutama bagi peserta BPJS. Namun, tantangan seperti waktu tunggu panjang, kurangnya transparansi, dan minimnya umpan balik sering mengurangi kepuasan. Implementasi Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) menawarkan solusi dengan meningkatkan efisiensi layanan dan hubungan pasien melalui teknologi seperti antrian *online* dan umpan balik digital. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh komunikasi organisasi, kepercayaan, dan komitmen terhadap implementasi CRM serta dampaknya pada kepuasan pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan.

Menurut penelitian yang ada, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan ketika sudah melakukan perbandingan dari hasil atau kinerja yang dirasakan kepada hasil yang diharapkan, menurut Sofiati (2023). Menurut Gunawan (2022), kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan, yang secara signifikan dapat memengaruhi pertumbuhan bisnis. Ini terutama berlaku dalam industri yang sangat kompetitif. Sebagai contoh, Oliver (1997) menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh evaluasi kinerja produk atau layanan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan dalam penelitian Wairimu (2019).

Kepuasan pelanggan juga penting untuk mempertahankan hubungan dengan jangka yang panjang kepada konsumen dan mengurangi sensitivitas harga menurut Patel (2021) dan Peng (2019). Dengan demikian, topik ini relevan untuk diangkat dalam penelitian, khususnya di sektor pelayanan kesehatan BPJS, karena meningkatkan kepuasan pasien dapat meningkatkan loyalitas, menurunkan keluhan, dan memperbaiki citra layanan kesehatan menurut Sofiati (2023).

Dalam penelitian ini, beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan telah diidentifikasi, seperti yang ditemukan dalam berbagai penelitian.

Salah satu faktor utama adalah kualitas layanan yang mencakup pelayanan dari staf, proses pengiriman, dan penanganan pengembalian produk. Mutu pelayanan yang baik terbukti berdampak signifikan kepada kepuasan pelanggan menurut Yo (2021) dan Sanny (2020). Selain itu, promosi pelayanan juga dijadikan faktor penting yang mendorong konsumen membeli jasa pelayanan berulang. Promosi yang menarik bisa menambah tingkat kepuasan pelanggan melalui memberi nilai tambah bagi pengalaman mereka dalam pelayanan menurut Sanny (2020).

Dalam penelitian mengenai pelayanan jasa, terdapat beberapa faktor penting yang memengaruhi *customer satisfaction*. Faktor-faktor ini termasuk kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, kemudahan penggunaan, dan harga produk. Kualitas pelayanan yang baik, diukur dari responsivitas, keandalan, dan profesionalisme dalam memberikan layanan, memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Selain itu, kepercayaan yang dibangun melalui pengalaman positif pelanggan juga berkontribusi signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan mereka. Faktor lain seperti kemudahan akses dan kemudahan penggunaan dalam layanan digital juga berpengaruh besar kepada kepuasan pelanggan. Pelanggan biasanya mendapat kepuasan ketika layanan yang mereka gunakan mudah dijangkau serta intuitif menurut Utama (2023). Selain itu, harga juga merupakan faktor penting, di mana keseimbangan antara harga dan kualitas yang ditawarkan bisa menaikkan tingkat persepsi kepuasan serta nilai.

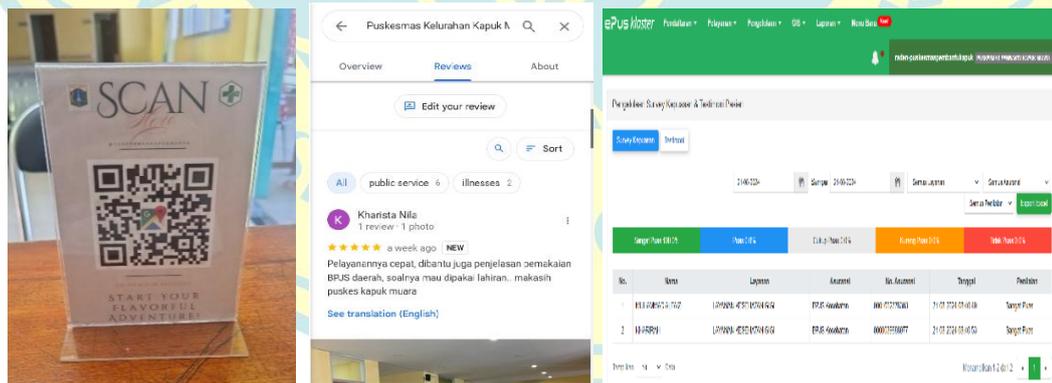
Penelitian ini penting dilakukan karena melalui pemahaman mendalam mengenai berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam pelayanan jasa, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi mereka dalam menaikkan tingkat loyalitas serta kepuasan pelanggan, yang nantinya dapat meningkatkan keberhasilan bisnis.

Penelitian ini akan berkonsentrasi pada penerapan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) di Puskesmas Penjaringan dengan tujuan meningkatkan kepuasan pasien Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) dengan menggunakan teknologi digital dan umpan balik online. Penelitian ini relevan untuk dilakukan karena peningkatan kepuasan pasien BPJS sangat penting. Kajian ini bisa memberi wawasan secara mendalam terkait cara meningkatkan kualitas

layanan kesehatan dan memperkuat hubungan dengan pasien dengan mengetahui apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pelayanan kesehatan di Puskesmas Penjaringan sering kali menghadapi beberapa permasalahan, terutama pada waktu menunggu yang cukup lama, kurangnya transparansi informasi, serta kurangnya saluran secara efektif untuk menyalurkan keluhan atau umpan balik pasien. Masalah-masalah ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pasien, khususnya untuk pasien yang menggunakan kartu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang mengharapkan pelayanan yang efisien dan transparan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, implementasi sistem CRM menjadi sangat penting. Sistem CRM berperan dalam membangun hubungan yang lebih baik antara Puskesmas dan pasien dengan mengutamakan kepuasan dan kepercayaan pasien. Salah satu solusi yang diterapkan di Puskesmas Penjaringan adalah penggunaan *e-Puskesmas*, yang memungkinkan pasien mendaftarkan secara online melalui sistem antrian, sehingga waktu tunggu dapat diminimalisir. Selain itu, *e-Puskesmas* juga memungkinkan pasien memberikan *review* pelayanan kesehatan dan menyampaikan umpan balik, yang membantu Puskesmas untuk terus meningkatkan kualitas layanan.



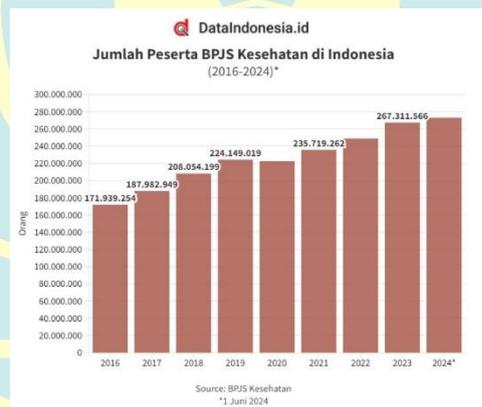
Gambar 1.1 Sistem *e-Puskesmas* dan *Google Review* di Puskesmas Penjaringan

Sumber: Penulis

Tidak hanya itu, *google review* juga dipergunakan sebagai alat untuk mengumpulkan masukan dari pasien secara lebih luas sehingga puskesmas dapat

mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Dengan adanya sistem CRM yang terintegrasi seperti ini, Puskesmas Penjaringan dapat meningkatkan kepuasan pasien secara signifikan, menciptakan proses layanan yang lebih efisien, dan meningkatkan kualitas hubungan antara pasien dengan fasilitas kesehatan.

Menurut data, jumlah pengguna kartu BPJS di DKI Jakarta terus terjadi kenaikan secara signifikan tiap tahunnya, khususnya sejak tahun 2016 hingga 2024. Pertumbuhan jumlah peserta ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang mengandalkan BPJS untuk mendapatkan akses layanan kesehatan yang terjangkau dan berkualitas. Namun, seiring dengan peningkatan jumlah peserta, beban pelayanan di fasilitas kesehatan, termasuk di Puskesmas Penjaringan, juga semakin bertambah. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas layanan jika tidak diimbangi dengan sistem manajemen yang baik.



Gambar 1.2 Total Pengguna BPJS di DKI Jakarta

Sumber: <https://dataindonesia.id/kesehatan/detail/data-jumlah-peserta-bpjs-kesehatan-di-indonesia-hingga-1-juni-2024>

Untuk itu, implementasi sistem CRM menjadi sangat penting di Puskesmas Penjaringan. Sistem CRM dapat membantu mengelola hubungan dengan pasien secara lebih efektif, memungkinkan peningkatan kualitas pelayanan melalui sistem yang lebih terstruktur dan terfokus pada kebutuhan pasien. Dengan adanya sistem *e-Puskesmas* yang mencakup antrian online, *review* pelayanan kesehatan, dan umpan balik dari pasien, Puskesmas Penjaringan dapat merespons peningkatan jumlah pengguna BPJS dengan pelayanan yang lebih efisien dan terarah.

Implementasi ini tidak hanya memperbaiki pengalaman pasien tetapi juga menambah tingkat kepuasannya kepada pelayanan kesehatan yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, variabel *organizational communication* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dalam berbagai sektor. Jansom (2022) meneliti penggunaan *chatbot e-services* dan menemukan bahwa upaya pemasaran melalui interaksi komunikasi yang kredibel meningkatkan kepuasan pelanggan di sektor ritel pakaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif melalui chatbot berperan penting dalam memotivasi kredibilitas komunikasi dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, penelitian oleh Frimpong (2023) menegaskan bahwa alat komunikasi pemasaran yang efektif secara signifikan mempengaruhi kualitas layanan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. Studi ini menyoroti bahwa penggunaan alat komunikasi yang tepat bisa menaikkan tingkat hubungan diantara pelanggan serta perusahaan maupun memastikan kualitas layanan yang lebih baik. Gizella (2023) juga menemukan bahwa komunikasi persuasif memainkan peran krusial untuk menaikkan tingkat kepuasan pelanggan di sektor pendidikan. Studi ini menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dan persuasif dari pelanggan (dalam hal ini, orang tua siswa) serta pemberi layanan berdampak positif terhadap tingkat kepuasannya kepada pelayanan yang ditawarkan. Penelitian lain dari Belinda (2023) menyatakan bahwa komunikasi pemasaran yang positif dan kredibel berdampak signifikan kepada kepuasan pelanggan. Studi ini menyoroti hal terpenting dari komunikasi yang efektif untuk menjalin hubungan secara baik kepada konsumen serta menaikkan tingkat loyalitas konsumen

Majumder (2023) menegaskan bahwa kemampuan komunikasi dari penyedia layanan, terutama di sektor kesehatan, adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna layanan. Komunikasi secara baik antara penyedia layanan dan pelanggan dapat membantu mengurangi kesenjangan dalam kualitas layanan dan memastikan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, berbagai penelitian mendukung peran penting komunikasi dalam meningkatkan

kepuasan pelanggan, yang menjadi dasar kuat bagi pemilihan variabel komunikasi dalam penelitian ini.

Berdasarkan peneliti sebelumnya, variabel *customer trust* berdampak signifikan kepada *customer satisfaction* di berbagai sektor. Penelitian oleh Ginting (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia berdampak secara positif serta signifikan kepada kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan membantu memperkuat hubungan antara layanan yang diberikan dengan persepsi positif pelanggan, yang nantinya bisa menambah tingkat kepuasan pelanggan. Disisi lain, penelitian oleh Mahaputra (2020) menemukan bahwa *customer trust* adalah salah satu elemen kunci dalam membangun kepuasan pelanggan di sektor perbankan. Penelitian ini memperlihatkan bahwasanya meningginya tingkat kepercayaan pelanggan kepada layanan bank, maka membesar pula kemungkinan pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Penelitian lain oleh Akram (2022) mengungkapkan bahwa kepercayaan pelanggan memainkan peran penting dalam layanan pengiriman barang di Pakistan, di mana kepercayaan terhadap layanan pengiriman berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan yang kuat pada penyedia layanan sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Selain itu, Widodo (2024) juga menegaskan bahwasanya kepercayaan pelanggan berdampak positif kepada kepuasan pelanggan pada konteks layanan logistik di Indonesia. Studi ini menyatakan bahwa kepercayaan yang kuat terhadap perusahaan pengiriman dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas jangka panjang. Penelitian oleh Handayani (2021) pada platform *e-commerce* Shopee juga menemukan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap keamanan dan integritas layanan berkontribusi besar kepada kepuasannya. Hasil ini menguatkan hubungan di antara kepercayaan serta kepuasan pelanggan di sektor layanan digital. Dengan demikian, berbagai penelitian ini mendukung pemilihan variabel *customer trust* dalam penelitian ini, karena kepercayaan sudah dibuktikan berdampak signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai sektor layanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, variabel *customer commitment* berdampak signifikan kepada *customer satisfaction* dalam berbagai sektor, termasuk perbankan dan layanan publik. Penelitian oleh Lambert (2023) memperlihatkan bahwasanya komitmen pelanggan berdampak positif kepada kepuasan pelanggan di sektor perbankan Afrika. Komitmen pelanggan yang tinggi terhadap kepuasan dan menghasilkan peningkatan kualitas layanan, yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Agustin (2022) juga menegaskan bahwa komitmen pelanggan terhadap kualitas layanan berkontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dalam penerapan *Total Quality Management (TQM)*. Komitmen pelanggan yang kuat dalam menjaga kualitas dan perbaikan terus-menerus menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Di Indonesia, penelitian oleh Briliana (2023) di sektor perbankan syariah menunjukkan bahwa komitmen terhadap hubungan jangka panjang dengan nasabah sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hubungan yang baik dan komitmen pelanggan untuk mempertahankan kualitas layanan membuat nasabah merasa lebih puas. Selain itu, penelitian oleh Nugraha (2022) mengungkapkan bahwa komitmen yang kuat terhadap peningkatan kualitas layanan sangat berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Komitmen ini menjadi kunci dalam menciptakan layanan yang dapat memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Dalam konteks perbankan syariah, Afendi (2021) menemukan bahwa komitmen yang kuat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Komitmen tersebut menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi dan membuat nasabah lebih puas dengan layanan yang diberikan. Dengan demikian, penelitian ini mendukung pentingnya variabel komitmen pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, karena komitmen yang kuat terhadap kualitas layanan dan hubungan jangka panjang sangat berperan dalam menciptakan kepuasan yang berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sistem CRM telah terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai sektor, termasuk perbankan dan otomotif, yang memiliki relevansi kuat dengan sektor kesehatan. Penelitian oleh Al-Bashayreh (2022) menunjukkan bahwa penerapan sistem e-

CRM dapat meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan, dan pada akhirnya kepuasan pelanggan. Sistem CRM memainkan peran mediasi penting dalam meningkatkan hubungan pelanggan, yang sangat diperlukan dalam organisasi yang ingin mengutamakan kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, penelitian oleh Zhihong (2019) di sektor perbankan menegaskan bahwa sistem CRM berfungsi untuk mengelola interaksi organisasi dengan pelanggan, meningkatkan efisiensi layanan, serta menciptakan pengalaman yang lebih personal. Ini mengindikasikan bahwasanya sistem CRM berdampak positif langsung kepada kepuasan pelanggan, khususnya dalam mengelola kebutuhan dan memberikan layanan yang disesuaikan. Selain itu, Tarofder (2021) menemukan bahwa kepercayaan yang ditingkatkan melalui e-marketing secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, di mana teknologi digunakan dengan tujuan melahirkan hubungan secara baik kepada pelanggan di sektor perbankan. Ini sejalan dengan upaya sistem CRM yang mengoptimalkan interaksi dan pengalaman pelanggan melalui media elektronik. Penelitian lainnya oleh Limbad (2020) juga menyimpulkan bahwa efektivitas kegiatan sistem CRM di perbankan India berkorelasi dengan tingkat pelanggan merasa puas yang lebih tinggi. Faktor seperti keandalan serta responsivitas pada sistem CRM memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Di sektor otomotif, Malki (2023) mengonfirmasi bahwa sistem CRM tradisional dan media sosial berdampak positif pada kepuasan pelanggan, yang nantinya bisa meningkatkan loyalitas. Hal ini relevan untuk diterapkan dalam layanan kesehatan, di mana teknologi sistem CRM dapat diadaptasi untuk meningkatkan interaksi dan umpan balik pelanggan. Penelitian oleh Barreto (2022) di sektor perbankan Timor Leste menegaskan bahwa sistem CRM dan kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi citra merek dan kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa sistem CRM merupakan strategi penting dalam menaikkan tingkat kepuasan konsumen melalui hubungan berjangka panjang yang lebih baik.

Dari berbagai temuan ini, jelas bahwa sistem CRM tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, tetapi juga membangun kepercayaan

dan loyalitas pelanggan melalui hubungan yang lebih baik, menjadikannya variabel penting dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian terdahulu, variabel *organizational communication*, *customer trust*, *customer commitment*, dan sistem CRM sudah dibuktikan berdampak signifikan kepada *customer satisfaction* di berbagai sektor. Penelitian oleh Jansom (2022) dan Frimpong (2023) memperlihatkan bahwasanya komunikasi yang efektif mempunyai peran penting untuk meningkatkan kredibilitas interaksi dengan pelanggan, yang berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu, kepercayaan (*trust*) juga menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan harmonis di antara layanan yang diberikan serta persepsi pelanggan, seperti yang ditemukan oleh Ginting (2023) dan Mahaputra (2020). Komitmen (*commitment*) terhadap kualitas layanan dan hubungan jangka panjang, seperti yang diteliti oleh Lambert (2023) dan Agustin (2022) juga berkontribusi besar kepada kepuasan pelanggan dengan menjamin penyediaan layanan secara konsisten serta berkualitas. Di sisi lain, Sistem CRM telah terbukti sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan hubungan yang lebih baik, seperti ditunjukkan dalam penelitian oleh (Al-Bashayreh (2022) dan Zhihong (2019). Dengan demikian, keempat variabel ini sangat relevan dan digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel *customer satisfaction* secara komprehensif.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam tesis berjudul **"IMPLEMENTASI SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN BPJS DI PUSKESMAS PENJARINGAN"** bertujuan untuk menyoroiti permasalahan dalam layanan kesehatan yang dihadapi oleh Puskesmas Penjaringan, khususnya terkait pelayanan pasien BPJS. Permasalahan utama yang menjadi fokus adalah panjangnya waktu tunggu, kurangnya saluran komunikasi untuk keluhan dan umpan balik pasien, serta transparansi informasi yang belum optimal. Tantangan ini berdampak langsung

pada kepuasan pasien, terutama pasien BPJS yang sangat mengharapkan layanan yang efisien, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan mereka.

Sebagai solusi, penelitian ini memfokuskan pada pentingnya penerapan sistem CRM dalam menambah tingkat kecepatan dalam pelayanan serta membangun hubungan secara baik kepada pasien. Sistem CRM berperan dalam mengelola interaksi antara Puskesmas dan pasien melalui integrasi teknologi seperti *e-Puskesmas* dan *Google Review*. Dengan adanya fitur antrian online, umpan balik, serta *review* pelayanan kesehatan, implementasi sistem CRM diharapkan dapat mempercepat waktu tunggu, meningkatkan keterbukaan informasi, dan menyediakan sarana komunikasi yang lebih efektif. Peningkatan kualitas layanan ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan pasien BPJS yang terus bertambah, sebagaimana terbukti dari data peningkatan jumlah pengguna BPJS di DKI Jakarta sejak 2016 hingga 2024.

Kajian ini didukung juga dari riset sebelumnya yang memperlihatkan bahwasanya variabel komunikasi, kepercayaan, dan komitmen berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai sektor, termasuk layanan kesehatan. Dengan demikian, implementasi sistem CRM yang terintegrasi dengan pendekatan-pendekatan tersebut dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kepuasan pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan.

1.3 Perumusan Masalah

Merujuk dari latar belakang yang sudah diuraikan peneliti sebelumnya, didapatkan perumusan masalah pada penelitian ini, di antaranya:

1. Apakah *organizational communication* berdampak secara positif signifikan kepada sistem CRM di Puskesmas Penjaringan?
2. Apakah *customer trust* berdampak secara positif signifikan kepada sistem CRM di Puskesmas Penjaringan?
3. Apakah *customer trust* berdampak secara positif signifikan kepada *customer satisfaction* pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan?
4. Apakah *customer commitment* berdampak secara positif signifikan kepada sistem CRM di Puskesmas Penjaringan?

5. Apakah *customer commitment* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan?
6. Apakah sistem CRM memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan?

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk dari perumusan permasalahan sebelumnya, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yaitu di antaranya:

1. Menganalisis pengaruh *organizational communication* terhadap sistem CRM di Puskesmas Penjaringan.
2. Menganalisis pengaruh *customer trust* terhadap sistem CRM di Puskesmas Penjaringan.
3. Menganalisis pengaruh *customer trust* terhadap *customer satisfaction* pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan.
4. Menganalisis pengaruh *customer commitment* terhadap sistem CRM di Puskesmas Penjaringan.
5. Menganalisis pengaruh *customer commitment* terhadap *customer satisfaction* pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan.
6. Menganalisis pengaruh sistem CRM terhadap *customer satisfaction* pasien BPJS di Puskesmas Penjaringan.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini bisa memberi manfaat dalam beberapa aspek terkait penerapan sistem CRM di Puskesmas Penjaringan untuk meningkatkan kepuasan pasien BPJS. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai pengaruh variabel *organizational communication*, *customer trust*, *customer commitment*, dan sistem CRM terhadap *customer satisfaction* dalam konteks pelayanan kesehatan. Temuan ini berharap bisa dijadikan rujukan untuk beberapa peneliti kedepannya yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan kesehatan melalui implementasi sistem manajemen hubungan pelanggan.

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi konkret bagi Puskesmas Penjangkaran dan puskesmas lainnya yang menghadapi permasalahan serupa, seperti panjangnya waktu tunggu dan minimnya saluran komunikasi efektif dengan pasien. Dengan memahami efektivitas sistem CRM seperti *e-Puskesmas* dan *google review*, puskesmas diharapkan mampu meningkatkan efisiensi layanan, memperbaiki transparansi informasi, serta menyediakan sarana komunikasi yang lebih baik antara pasien dan fasilitas kesehatan.

Penelitian ini juga diharapkan bisa bermanfaat secara signifikan kepada pembuat kebijakan di sektor kesehatan, khususnya dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kepuasan pasien BPJS. Implementasi sistem CRM yang efektif dapat dijadikan sebagai contoh untuk memperbaiki pelayanan kesehatan di puskesmas lain, baik di DKI Jakarta maupun di wilayah lainnya. Meskipun penelitian ini terbatas pada Puskesmas Penjangkaran, hasilnya tetap relevan sebagai panduan bagi institusi lain dalam konteks yang serupa.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini terdapat batasan permasalahan dalam penerapan sistem CRM untuk meningkatkan kepuasan pasien BPJS di Puskesmas Penjangkaran, dengan fokus pada variabel *organizational communication*, *customer trust*, *customer commitment* dan sistem CRM. Penelitian ini didasari oleh masalah seperti waktu tunggu panjang, kurangnya transparansi, dan minimnya saluran keluhan, yang mengurangi kepuasan pasien. Sistem e-Puskesmas dan Google Review digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki pelayanan. Data dikumpulkan dari pasien BPJS di Puskesmas Penjangkaran periode 2016-2024, dengan fokus pada peningkatan kualitas di tengah pertumbuhan pengguna BPJS.

Berharap temuan ini bisa memberikan deskripsi secara jelas mengenai implementasi sistem CRM dapat meningkatkan kepuasan pasien BPJS di Puskesmas Penjangkaran. Namun, penelitian ini dibatasi pada konteks Puskesmas Penjangkaran dan tidak secara langsung dapat digeneralisasi untuk puskesmas atau layanan kesehatan di wilayah lain.