

**PERAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN: TINJAUAN KOMPREHENSIF****Josefus Kristoforus<sup>1\*</sup>, Ernawaty<sup>2</sup>, Lourenz Simon Huwae<sup>3</sup>, Nilam Cahya Nafiah<sup>4</sup>**<sup>1-4</sup>Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga

Email Korespondensi: josefus.kristoforus-2023@fkm.unair.ac.id

Disubmit: 19 Juli 2025

Diterima: 25 Maret 2026

Diterbitkan: 01 April 2026

Doi: <https://doi.org/10.33024/mahesa.v6i4.21678>**ABSTRACT**

*Healthcare organizations are currently under significant pressure to maintain high standards of medical care, particularly in Indonesia, where the healthcare system faces challenges, with an HAQ index of 61.98, below the global average of 68.894. As the healthcare industry grows increasingly competitive, effective CRM practices are essential to foster patient loyalty and improve service delivery. This research aims to investigate how CRM practices, including E-CRM and Social CRM, can transform traditional healthcare services into more patient-centric models, thereby enhancing patient satisfaction and loyalty. This literature review was done by collecting sources from Google Scholar, PubMed, Science Direct and Proquest using specific keywords. The selection of articles was based on inclusion and exclusion criteria, resulting in the identification of 15 relevant journals. The study highlights the crucial role of service quality and CRM in enhancing patient satisfaction by addressing patient needs, providing timely information, and improving communication. Successful CRM implementation can enhance medical treatment outcomes, operational efficiency, and revenue for healthcare facilities. Critical success factors for CRM adoption, including data security, system interactivity, and staff involvement, are identified. Integrating CRM practices in healthcare organizations is essential for strengthening patient relationships, improving service quality, and ensuring superior patient care delivery. Further research is needed to optimize CRM strategies in healthcare.*

**Keywords:** CRM, Customer Relationship Management, Healthcare Environment.

**ABSTRAK**

Organisasi kesehatan saat ini tengah menghadapi tekanan besar untuk mempertahankan standar perawatan medis yang tinggi, terutama di Indonesia, di mana sistem kesehatan menghadapi tantangan, dengan indeks HAQ sebesar 61,98, di bawah rata-rata global sebesar 68,894. Seiring dengan persaingan di industri kesehatan yang semakin meningkat, praktik CRM yang efektif menjadi penting untuk meningkatkan loyalitas pasien dan meningkatkan pengiriman layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana praktik CRM, termasuk E-CRM dan Social CRM, dapat mengubah layanan kesehatan tradisional menjadi model yang lebih berorientasi pada pasien, sehingga meningkatkan

kepuasan dan loyalitas pasien. Tinjauan literatur ini dilakukan dengan mengumpulkan sumber dari Google Scholar, PubMed, Science Direct, dan Proquest menggunakan kata kunci tertentu. Pemilihan artikel didasarkan pada kriteria inklusi dan eksklusi, yang menghasilkan identifikasi 15 jurnal yang relevan. Studi ini menyoroti peran penting kualitas layanan dan CRM dalam meningkatkan kepuasan pasien dengan memenuhi kebutuhan pasien, menyediakan informasi tepat waktu, dan meningkatkan komunikasi. Implementasi CRM yang berhasil dapat meningkatkan hasil perawatan medis, efisiensi operasional, dan pendapatan untuk fasilitas kesehatan. Faktor keberhasilan kritis untuk adopsi CRM, termasuk keamanan data, interaktivitas sistem, dan keterlibatan staf, diidentifikasi. Mengintegrasikan praktik CRM dalam organisasi kesehatan penting untuk memperkuat hubungan dengan pasien, meningkatkan kualitas layanan, dan memastikan pengiriman perawatan pasien yang unggul. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengoptimalkan strategi CRM dalam layanan kesehatan.

**Kata Kunci:** *CRM, Customer Relationship Management, Healthcare Environment.*

## PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya sandar hidup dan kemudahan akses informasi, permintaan akan kualitas layanan medis yang baik juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan peningkatan kesadaran dan harapan masyarakat, serta jumlah konsumen layanan medis, yang berarti hanya lembaga medis yang memenuhi standar dan harapan yang dapat dikelola secara berkelanjutan (Syaeful & Indradewa, 2022). Menanggapi tren sosial seperti itu, pasar layanan kesehatan bergeser dari berorientasi pada pemasok menjadi berorientasi pada pelanggan. Menyediakan layanan berkualitas tinggi adalah salah satu fungsi utama dari sistem Kesehatan. Oleh karena itu, kualitas layanan kesehatan merupakan bagian yang sangat penting (Rahma et al., 2023).

Saat ini, organisasi kesehatan sedang dihadapkan pada tekanan besar untuk mempertahankan standar perawatan medis yang tinggi, sambil juga meningkatkan tingkat keselamatan dan mengurangi biaya (Page et al., 2023). Oleh karena itu, banyak layanan kesehatan berusaha untuk dapat menyediakan layanan berkualitas

kepada pasien mereka berdasarkan informasi yang diperoleh dari persepsi pasien tentang kualitas layanan (Mahmoud et al., 2019). Penting bagi perusahaan layanan untuk menyediakan layanan berkualitas kepada pelanggan, karena hal ini berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan tersebut (Sani et al., 2024).

Berdasar artikel yang ditulis oleh (Rizani et al., 2021), Sistem kesehatan Indonesia masih menghadapi tantangan, seperti yang ditunjukkan oleh indeks HAQ-nya sebesar 61,98, di bawah rata-rata global sebesar 68,894. Perkembangan masalah, seperti peningkatan penyakit kronis dan populasi lanjut usia, tuntutan dan harapan yang lebih tinggi dari pasien, dan kekurangan tenaga medis yang berpengalaman, telah menjadi tantangan bagi kemampuan organisasi kesehatan dalam mencapai tujuan mereka (Nilsen et al., 2020).

Setiap organisasi akan selalu berupaya untuk mempromosi produk

atau layanan yang dimiliki dengan harapan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen guna menjaga hubungan jangka panjang. Untuk mewujudkan hal ini, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif agar produk atau layanan tersebut dapat menjadi merek yang terdepan dalam benak konsumen (Munifa, 2022). Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi kecenderungan pelanggan beralih ke pesaing, berbagai organisasi telah menjadikan *Customer Relationship Management (CRM)* sebagai fokus sentral dari perbaikan budaya organisasi (Abekah-nkrumah et al., 2020).

*Customer Relationship Management (CRM)* menurut Thompson dalam (Purnomo, 2020) adalah sebuah sistem yang dirancang oleh sebuah perusahaan untuk memberikan nilai khusus kepada pelanggannya sehingga hubungan antara perusahaan dan pelanggan dapat dibangun dengan baik dalam jangka panjang. Pelanggan memiliki peranan krusial dalam mencapai kesuksesan perusahaan. Fokus utama *Customer Relationship Management (CRM)* tidak hanya pada kepuasan pelanggan, tetapi juga pada loyalitas mereka; pelanggan tidak hanya puas menggunakan produk atau layanan, tetapi juga terus memilih produk atau layanan tersebut (Nassar et al., 2020). Manajemen hubungan pelanggan efektif dalam membina hubungan yang istimewa dengan pelanggan, sehingga mereka merasa nyaman dan memiliki ikatan khusus dengan perusahaan (Chikako, 2021).

Oleh karena itu, menerapkan *CRM* dalam bidang kesehatan dapat dianggap sebagai strategi untuk menarik pelanggan baru ke suatu organisasi, menjaga mereka dalam hubungan jangka panjang, dan menawarkan berbagai layanan atau produk tambahan kepada pelanggan yang sudah ada (Purnomo, 2020).

Dalam konteks layanan kesehatan, penyedia layanan dihadapkan pada tantangan untuk menarik pelanggan potensial untuk layanan kesehatan, mempertahankan mereka sebagai pengguna layanan, dan memperluas variasi layanan di masa mendatang. Untuk mengatasi tantangan ini, penyedia layanan kesehatan perlu memperhatikan pembentukan hubungan yang erat dengan pasien, memberikan kenyamanan dalam layanan, dan memberikan informasi secara transparan kepada pasien (Ghali et al., 2023).

Dengan melakukan tinjauan literatur sistematis tentang peran *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang peran *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan kepuasan pasien dengan menyediakan layanan yang lebih terpersonalisasi dan responsif. Temuan ini akan berkontribusi pada basis pengetahuan yang ada, mengidentifikasi praktik terbaik, dan menyoroti area yang perlu diperbaiki. Pada akhirnya, penelitian ini akan memberi informasi kepada praktisi, dan peneliti tentang strategi penerapan *CRM* yang optimal dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pasien.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pengenalan berbagai identitas oleh konsep *CRM* mencerminkan perubahan paradigma organisasi dari fokus pada transaksi menjadi lebih berorientasi pada hubungan. Ditegaskan bahwa memenuhi kebutuhan pelanggan mendukung pembentukan hubungan yang sukses serta penyediaan solusi yang disesuaikan secara personal untuk pelanggan yang menguntungkan bagi

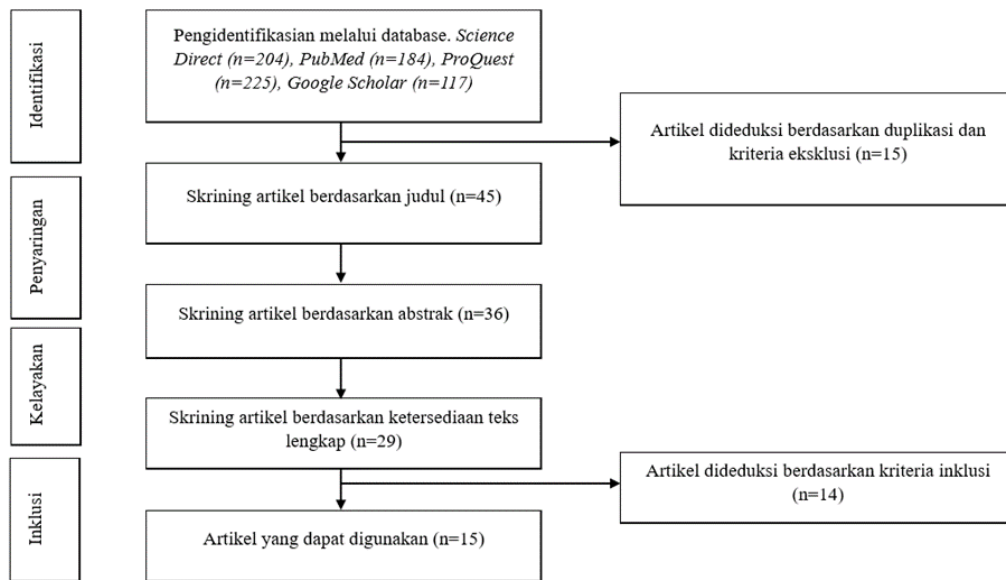
Perusahaan (Al-homery et al., 2023). konsep CRM sebagai konstruk multi-dimensi yang terdiri dari empat komponen perilaku luas: fokus pelanggan utama, organisasi CRM, manajemen pengetahuan, dan CRM berbasis teknologi. Hal ini sesuai dengan gagasan umum bahwa CRM yang sukses diimplementasikan berdasarkan beberapa factor penting, seperti: kepemimpinan, strategi CRM yang berorientasi pada pelanggan, manajemen perubahan yang efektif, kualitas dan ketersediaan data pelanggan, manajemen sumber daya manusia, dan integrasi sistem. Ini mencakup elemen inti dari strategi CRM, yaitu orang, teknologi, dan proses (Saad, 2022).

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang diterapkan melibatkan analisis literatur dari berbagai jurnal internasional dan nasional, dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Peneliti melakukan tinjauan sistematis dengan mencari artikel dalam database *ProQuest*, *PubMed*, *Science Direct* dan *Google Scholar*

menggunakan kata kunci "*Customer Relationship Management*", "*CRM*", "*Healthcare Environment*" dan "*Healthcare Service Quality*". Seleksi artikel dilakukan dengan membuat syarat untuk inklusi jika mereka: menyajikan bukti empiris dan konseptual; langsung relevan dengan CRM di pengaturan perawatan kesehatan (rumah sakit, klinik, dan pusat medis); Literatur yang diambil dilakukan di negara-negara berkembang; diterbitkan dari tahun 2020 hingga 2024; dan diterbitkan dalam jurnal yang telah tersertifikasi. Alasan utama untuk memilih studi yang dilakukan di negara-negara berkembang adalah karena teknologi kesehatan memainkan peran penting dalam efektivitas perawatan dan pengobatan pasien, namun akses ke teknologi tersebut tetap menjadi tantangan besar bagi masyarakat dengan sumber daya terbatas. Literatur dimasukkan kedalam kriteria inklusi jika: literatur tidak tersedia dalam teks lengkap; literatur berupa tesis atau skripsi; dan literatur diterbitkan dibawah tahun 2020.

#### **HASIL PENELITIAN**



Gambar 1. Proses Penyeleksian Artikel Menggunakan Aturan PRISMA 2020-Compliant Flow Diagram

Hasil seleksi artikel didapatkan sebanyak 750 artikel ditemukan, berasal dari empat database: 204 Science Direct, 184 PubMed, 225 ProQuest, 117 Google Scholar. Hasil pemilihan artikel sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi didapatkan 15 artikel yang sesuai,

kemudian diberikan nomor seri dan dilakukan analisis artikel. Proses seleksi artikel disajikan menggunakan aturan PRISMA seperti Gambar 1. Analisa 15 artikel yang dapat di sintesis disajikan dalam bentuk Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Ekstraksi Dan Penyeleksian Artikel

Judul	Metode DSVIA	Hasil
<i>Transforming traditional CRM into social CRM: An empirical investigation in Iraqi healthcare industry</i> (Jalal et al., 2021)	D : Pendekatan kuantitatif, yang menekankan pada metode deskriptif dan kausal. S : 428 responden dari 17 rumah sakit di Irak V : <i>Social CRM</i> I : Studi Kasus dan Kuisisioner A : <i>SmartPLS version 3.2.8 software</i> , yang terdiri dari 2 pendekatan ( <i>Measurment and structure model</i> )	Hasil studi menunjukkan bahwa dengan mengadopsi <i>Social CRM</i> dalam industri kesehatan memiliki dampak dan manfaat yang besar, seperti peningkatan manajemen hubungan dengan pelanggan, teknik pemasaran yang efektif, dan komunikasi yang lebih baik. Pengadopsian <i>social CRM</i> telah terbukti merevolusi cara organisasi berkomunikasi, mempromosikan kerja tim, dan memfasilitasi akses mudah ke komunikasi secara simultan, yang dapat dianggap sebagai dasar untuk

		perubahan sosial dalam organisasi kesehatan.
<i>Strategic and Operational Profit Increase Structural Model for Social CRM in Hospitals</i>  (Parvian et al., 2024)	D : <i>The structural equation model</i> S : Karyawan rumah sakit di Surabaya V : <i>Strategic and Operational Profit Increase Structural Model for Social CRM in Hospitals</i> A : <i>Exploratory Faktor Analysis (EFA), Structural equation modeling (SEM)</i>	Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan penerapan CRM di rumah sakit mencakup keamanan data pelanggan, interaktivitas sistem CRM, pengetahuan kepemimpinan, kebijakan media sosial, Pengaruh dari luar, kesiapan teknologi, keterlibatan dan pelatihan staf, serta strategi dan perencanaan. Dalam konteks ini, kesuksesan CRM tidak hanya tergantung pada teknologi, tetapi juga pada aspek-aspek manusia, kebijakan, dan strategi organisasi.
<i>Customer relationship management analysis of outpatients in a Chinese infectious disease hospital using drug-proportion recency-frequency-monetary model</i>  (M. Li et al., 2021)	D : <i>Recency-frequency-monetary (RFM) and dRFM</i> S : 171.107 data rekam medis pasien rawat jalan dari tahun 2009-2019 V : <i>Customer relationship management analysis</i> I : Data Rekam medis A : <i>C5.0 algorithm, CART classification regression tree, CHAID algorithm and QUEST algorithm.</i>	Peran <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam literatur ini dideskripsikan melalui pendekatan manajerial dalam mengelola proses bisnis dan teknologi yang bertujuan memahami pelanggan suatu organisasi. Dalam konteks rumah sakit, CRM cukup signifikan dalam meningkatkan tingkat konsultasi berikutnya dan loyalitas pasien, terutama dalam kasus penyakit menular, yang dapat meningkatkan daya saing rumah sakit dan optimalisasi layanan medis serta sumber daya.
<i>Customer relationship management systems (CRMS) in the healthcare environment: A systematic literature review</i>  (Baashar et al.,	D : <i>systematic reviews</i> S : 19 Jurnal V : <i>Customer relationship management systems (CRMS) in the healthcare environment</i> I : literatur A : <i>meta-analyses</i>	Teknologi CRM dalam lingkungan kesehatan memberikan hasil dan manfaat signifikan, termasuk peningkatan hubungan dan komunikasi dengan pasien, kepuasan pasien yang lebih baik, hasil perawatan medis yang lebih baik, dan efisiensi operasional rumah sakit yang

2020)		lebih tinggi. CRM juga mendukung perawatan berbasis pasien, yang meningkatkan loyalitas, kualitas layanan, dan hubungan jangka panjang.
<i>Designing a model for patient relationship management in the general hospitals using the process and interpretive structural</i>	D : <i>applied, cross-sectional approach conducted in three stages</i> S : 28 Artikel, 10 ahli V : <i>Designing a model for patient relationship management in the general hospitals</i> I : literatur A : <i>Systematic review, pairwise comparison, Interpretive Structural Modeling (ISM)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi <i>Patient Relationship Management (PRM)</i> di rumah sakit memerlukan pendekatan yang melibatkan berbagai faktor, termasuk teknologi, penilaian kebutuhan pasien, pelatihan karyawan, dan dukungan kepemimpinan. Dengan memprioritaskan faktor-faktor ini, implementasi yang berhasil dapat meningkatkan kepuasan pasien, produktivitas organisasi, dan perilaku pencarian layanan kesehatan yang lebih baik, sambil menekankan pentingnya keterampilan komunikasi dalam pengalaman pasien.
(Meskarpour-amiri et al., 2021)		
<i>Impact of big data analytics on sales performance in pharmaceutical organizations : The role of customer relationship management capabilities</i>	D : Studi Kuantitatif S : 416 responded V : <i>The role of customer relationship management capabilities</i> I : kuisisioner A : <i>structural equation modeling (SEM) using Smart-PLS3</i>	Studi menemukan bahwa persepsi karyawan terhadap kesesuaian penggunaan <i>big data analytics (BDA)</i> dengan tugas dan kebutuhan profesional mereka berdampak positif pada kemampuan CRM dan kinerja penjualan. Kesesuaian pekerjaan dan profesi juga terbukti memiliki hubungan yang signifikan dengan kemampuan CRM dan kinerja penjualan dalam organisasi farmasi.
(Muhammad et al., 2021)		
<i>Drivers of customer relationship management and its effect on satisfaction: an international patient's perspective of</i>	D : <i>Cross-sectional</i> S : 450 pasien internasional dan pendamping pasien V : <i>Drivers of customer relationship management and its effect on satisfaction</i> I : Kuisisioner	Penerapan CRM di rumah sakit India meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan layanan, teknologi, dan perilaku karyawan. Ini memperkuat pengalaman positif pasien, terutama bagi pasien internasional. CRM juga

<i>Indian hospital</i> (Sethi, 2020)	A : analisis regresi	meningkatkan reputasi rumah sakit dan menarik pasien internasional dengan perawatan berkualitas, sambil bertujuan memperkuat hubungan pelanggan, mendukung kesuksesan jangka panjang, dan memperkuat daya saing global.
<i>Customer relationship management and patient satisfaction and loyalty in selected hospitals in Ghana</i> (Abekah-nkrumah et al., 2020)	D : Kuantitatif S : 788 pasien V : <i>Customer relationship management and patient satisfaction and loyalty</i> I : Kuisisioner A : <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM berhubungan positif secara signifikan dengan kepuasan dan loyalitas pasien, dengan kepuasan pasien juga berhubungan positif secara signifikan dengan loyalitas. Fasilitas kesehatan di Greater Accra dapat meningkatkan loyalitas pasien dengan menerapkan strategi CRM yang efektif, fokus pada kualitas layanan, teknologi, komunikasi, membangun hubungan, dan kompetensi staf.
<i>Healthcare Customer Relationship Management: Marketing Process Deliverable Approach</i> (Marcu & Popescu, 2020)	D : <i>Literature review</i> S : 16 jurnal V : <i>Healthcare Customer Relationship Management</i> I : literatur A : <i>Proses Deliverable Diagram (PDD)</i>	CRM berperan penting dalam pemasaran kesehatan dengan mengidentifikasi kebutuhan pasien, menarik pasien baru, dan memperkuat hubungan dengan pasien yang ada. Ini tidak hanya meningkatkan pendapatan penyedia kesehatan tetapi juga meningkatkan kualitas layanan. Dengan melihat pasien sebagai pelanggan, CRM memainkan peran penting dalam mempromosikan layanan medis dan mempertahankan pasien.
<i>Customer Relationship Management Research from 2000 to 2020 : An Academic Literature Review and Classification</i> (Meena, 2021)	D : <i>systematic literature review (SLR)</i> S : 99 Jurnal dan 5 conference paper V : <i>Customer Relationship Management</i> I : literatur A : <i>SEM (Structural Equation Modeling)</i> ,	Penerapan sistem CRM dalam layanan kesehatan memberikan berbagai manfaat, termasuk peningkatan kinerja operasional, efisiensi, dan pengiriman perawatan pasien. Untuk implementasi yang efektif, organisasi kesehatan harus mempertimbangkan

	<i>Cronbach alpha, korelasi, dan one-way ANOVA</i>	faktor-faktor pendekatan melibatkan orang, proses, dan teknologi, kepemimpinan dan manajemen yang kuat, infrastruktur teknologi yang canggih, perubahan budaya dan fleksibilitas.
<i>Amalgamation of Customer Relationship Management and Data Analytics in Different Business Sectors – A Systematic Literature Review</i> (Saha et al., 2021)	D : <i>Review of Literature with the Snowball Technique dan Systematic Literature Review</i> S : 138 jurnal V : <i>Customer Relationship Management and Data Analytics</i> I : literatur A : <i>Structural Equation Modeling (SEM), Cluster Analysis, and Chi-Square Method</i>	Dalam literatur dijelaskan dampak CRM dalam layanan kesehatan melibatkan peningkatan analitik kesehatan untuk pengambilan keputusan yang berbasis informasi Selain itu, sistem CRM memfasilitasi manajemen hubungan pasien yang lebih baik, meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pasien, dan nilai layanan secara keseluruhan dalam layanan kesehatan.
<i>Does electronic customer relationship management ( E-CRM ) affect service quality at private hospitals in Jordan ?</i> (Turki, 2022)	D : Studi kualitatif S : 393 responded V : <i>Does electronic customer relationship management ( E-CRM ) affect service quality</i> I : Kuisisioner A : <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Dampak manajemen hubungan pelanggan elektronik (E-CRM) di rumah sakit swasta di Yordania meliputi dampak positif pada kualitas layanan. Secara khusus, penelitian menemukan bahwa dimensi E-CRM seperti privasi, keamanan, pengiriman layanan tepat waktu, desain situs web, dan kemampuan pencarian situs web secara signifikan berkontribusi pada peningkatan dimensi kualitas layanan seperti keandalan, responsif, jaminan, dan empati di rumah sakit tersebut.
<i>Exploring the Design of Hospital Customer Relationship Management System</i> (L. Li, 2020)	D : Case Study S : aplikasi sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) di Dalian Baijia Maternity Hospital dan Wang Duoduo Studio di China V : <i>Exploring the Design of Hospital Customer</i>	Penggunaan CRM di rumah sakit meningkatkan layanan dan daya saingnya dengan memahami dan menyesuaikan layanan medis, membangun hubungan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas. CRM membantu mengelola informasi pelanggan,

	<p><i>Relationship Management System</i> I : pengumpulan informasi pelanggan secara komprehensif melalui sistem manajemen web (WMS) A : Analisis deskriptif dan analisis komparatif</p>	<p>memfasilitasi analisis data, mendukung pengambilan keputusan, dan meningkatkan efisiensi layanan, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.</p>
<p><i>Exploring Customer Relationship Management in Two Private Hospital in Kuwait</i> (Diab, 2021)</p>	<p>D : Studi kualitatif S : 10 narasumber dari pejabat structural rumah sakit V : <i>Exploring Customer Relationship Management</i> I : <i>Interview</i> A : <i>multiple case study, NVIVI, v.10</i></p>	<p>Implementasi CRM di rumah sakit menghasilkan hasil positif, termasuk peningkatan layanan dan kepuasan pelanggan. Dengan memahami harapan pasien sebelum menggunakan layanan medis, rumah sakit dapat mencapai layanan yang melebihi ekspektasi pasien. Selain itu, integrasi aktivitas departemen melalui strategi CRM membantu meningkatkan proses pendaftaran pasien dan mengurangi waktu tunggu. Implementasi CRM yang efektif mendukung pengembangan staf untuk memenuhi kebutuhan pasien dengan lebih baik.</p>
<p><i>The Influence of Service Quality and Customer Relationship Management with Satisfaction Intervening Variables on the Loyalty of Health Facilities I</i> (Syaeful &amp; Indradewa, 2022)</p>	<p>D : Studi kuantitatif S : 205 responded V : <i>The Influence of Service Quality and Customer Relationship Management with Satisfaction Intervening Variables</i> I : Kuisisioner A : <i>Structural Equation Model (SEM-PLS)</i></p>	<p>CRM memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien dengan memahami perspektif dan harapan pasien, serta menyediakan informasi dan tindak lanjut yang tepat waktu. Praktik CRM yang efektif memastikan layanan ditujukan langsung kepada pasien, meningkatkan kepuasan dan memperkuat posisi fasilitas kesehatan. Dampak positif CRM juga membantu membangun loyalitas pasien, mempengaruhi mereka untuk menggunakan layanan kesehatan secara berkelanjutan dan merekomendasikannya kepada orang lain.</p>

## PEMBAHASAN

*Customer Relationship Management (CRM)* dalam konteks organisasi kesehatan menyoroti berbagai aspek dan manfaat yang ditawarkannya. (Baashar et al., 2020) menekankan bahwa sistem CRM dapat meningkatkan komunikasi dengan pasien, kepuasan pasien, hasil perawatan medis, dan efisiensi operasional rumah sakit, dengan fokus pada perawatan berbasis pasien. Penelitian lain menyoroti peran CRM dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pasien, terutama dalam penanganan penyakit menular, yang dapat meningkatkan daya saing rumah sakit dan pengoptimalan sumber daya.

Dalam publikasinya, (Meena, 2021) menyajikan tinjauan literatur yang mendalam dengan menggunakan berbagai metode analisis, sementara penelitian kuantitatif menunjukkan hubungan positif antara CRM, kepuasan, dan loyalitas pasien. (Muhammad et al., 2021) mengeksplorasi dampak analitik data besar dalam organisasi farmasi, menyoroti peran CRM dalam meningkatkan kinerja penjualan. Fokus pada pemahaman dan pelayanan pasien yang tepat waktu menjadi sorotan penting dalam memahami manfaat CRM dalam meningkatkan kepuasan pasien dan memperkuat posisi fasilitas kesehatan. Selain itu, CRM juga diakui dalam konteks pemasaran kesehatan, meningkatkan pendapatan dan kualitas layanan melalui identifikasi kebutuhan pasien dan memperkuat hubungan dengan pasien yang ada.

Analisis literatur oleh (Marcu & Popescu, 2020) dan (L. Li, 2020) menambahkan wawasan tentang desain dan implementasi CRM dalam konteks rumah sakit, dengan penekanan pada pengumpulan informasi pelanggan yang

komprehensif melalui sistem manajemen web. Dalam literatur lainnya, ditemukan bahwa penerapan *Social CRM* dalam industri kesehatan membawa dampak dan manfaat yang besar, seperti peningkatan manajemen hubungan dengan pelanggan, teknik pemasaran yang efektif, dan komunikasi yang lebih baik (Jalal et al., 2021).

Dalam konteks pemasaran kesehatan, CRM berperan penting dalam mengidentifikasi kebutuhan pasien, menarik pasien baru, dan memperkuat hubungan dengan pasien yang ada (Marcu & Popescu, 2020). Selain itu, persepsi karyawan terhadap kesesuaian penggunaan big data analytics (BDA) juga berdampak positif pada kemampuan CRM dan kinerja penjualan (Muhammad et al., 2021). Dengan demikian, implementasi CRM di rumah sakit tidak hanya meningkatkan layanan dan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat hubungan antara penyedia layanan kesehatan dan pasien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien (Syaeful & Indradewa, 2022).

Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan penerapan CRM di rumah sakit termasuk keamanan data pelanggan, interaktivitas sistem CRM, pengetahuan kepemimpinan, kebijakan media sosial, pengaruh eksternal, kesiapan teknologi, keterlibatan dan pelatihan staf, serta strategi dan perencanaan (Parvian et al., 2024). Implementasi CRM di rumah sakit juga memerlukan pendekatan yang melibatkan berbagai faktor, termasuk teknologi, penilaian kebutuhan pasien, pelatihan karyawan, dan dukungan kepemimpinan (Meskarpour-amiri et al., 2021).

Keterbatasan penelitian ini adalah minimnya literatur yang

membahas penggunaan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam lingkungan kesehatan, sehingga penulis perlu mencari lebih detail mengenai aspek apa saja yang mempengaruhi keberhasilan penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam organisasi kesehatan.

## KESIMPULAN

*Customer Relationship Management (CRM)* sangat penting dalam organisasi kesehatan. Studi menunjukkan bahwa *Social CRM* memiliki dampak besar dalam meningkatkan hubungan pelanggan, pemasaran yang efektif, dan komunikasi yang lebih baik. Faktor-faktor seperti keamanan data, interaktivitas sistem *CRM*, pengetahuan kepemimpinan, dan kesiapan teknologi juga krusial dalam suksesnya *CRM* di rumah sakit. *CRM* juga meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pasien, memperkuat hubungan antara penyedia layanan kesehatan dan pasien.

Terlepas dari dampak positif yang telah di paparkan, penggunaan *CRM* dalam bidang kesehatan juga memiliki tantangan, termasuk integrasi dengan sistem informasi kesehatan yang ada dan kebutuhan akan perubahan budaya organisasi untuk memenuhi kebutuhan pasien dengan lebih baik, serta memastikan privasi dan keamanan data pasien terjaga. Oleh karena itu, Penulis menyarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan penerapan *CRM* dalam organisasi kesehatan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Prof. Dr. Stefanus Supriyanto, dr., MS. (Universitas Airlangga), Dr. Ernawaty, drg., M. Kes (Universitas

Airlangga), Diansanto Prayoga, S. KM., M. Kes. (Universitas Airlangga) yang telah membimbing serta memberikan kritik dan jawaban selama pebulisan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abekah-Nkrumah, G., Antwi, M. Y., Braimah, S. M., & Ofori, C. G. (2020). *Customer Relationship Management And Patient Satisfaction And Loyalty In Selected Hospitals In Ghana*. <https://doi.org/10.1108/ijphm-09-2019-0064>
- Al-Homery, H. A., Ashari, H., & Ahmad, A. (2023). *Customer Relationship Management: A Literature Review Approach*. 2(1), 20-38.
- Baashar, Y., Alhussian, H., Patel, A., Alkawsy, G., & Ibrahim, A. (2020). *Customer Relationship Management Systems (Crms) In The Healthcare Environment: A Systematic Literature Review*. January.
- Chikako, T. U. (2021). *Assessment Of Customers ' Relationship Management Practices On Customer Retention And Loyalty Of Oromia Credit And Saving Share Company: Bule Hora City Branch*. 2021.
- Diab, Y. (2021). *Exploring Customer Relationship Management In Two Private Hospital In Kuwait*. 3(2).
- Ghali, Z., Garrouch, K., & Aljasser, A. (2023). *Drivers Of Patients ' Behavioral Intention Toward Public And Private Clinics ' Services*. 1-19.
- Hardjono, B., & San, L. P. (2017). *Customer Relationship Management Implementation And Its Implication To Customer Loyalty In Hospitality Industry*

- Implementasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Rumah Sakit.* 8(36), 92-107.
- Jalal, A. N., Bahari, M., & Tarofder, A. K. (2021). Transforming Traditional Crm Into Social Crm: An Empirical Investigation In Iraqi Healthcare Industry. *Heliyon*, 7(5), E06913. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.E06913>
- Li, L. (2020). *Exploring The Design Of Hospital Customer Relationship Management System.* 2(3), 2-5.
- Li, M., Wang, Q., Shen, Y., & Zhu, T. Y. (2021). Customer Relationship Management Analysis Of Outpatients In A Chinese Infectious Disease Hospital Using Drug-Proportion Recency-Frequency-Monetary Model. *International Journal Of Medical Informatics*, 147(July 2020), 104373. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104373>
- Mahmoud, A. B., Mahmoud, A. B., Ekwere, T., Fuxman, L., & Meero, A. A. (2019). *Assessing Patients ' Perception Of Health Care Service Quality Offered By Cohsasa-Accredited Hospitals In Nigeria.* May. <https://doi.org/10.1177/2158244019852480>
- Marcu, R., & Popescu, D. (2020). *Healthcare Customer Relationship Management : Marketing Process Deliverable Approach.* 29(September), 329-336.
- Meena, P. (2021). *Customer Relationship Management Research From 2000 To 2020 : An Academic Literature Review And Classification.* <https://doi.org/10.1177/0972262920984550>
- Meskarpour-Amiri, M., Bahadori, M., & Rahmati, F. (2021). *Designing A Model For Patient Relationship Management In The General Hospitals Using The Process And Interpretive Structural.* 1-10. <https://doi.org/10.4103/Jehp.Jehp>
- Muhammad, S., Gao, C., Zhai, L., & Id, F. S. (2021). *Impact Of Big Data Analytics On Sales Performance In Pharmaceutical Organizations : The Role Of Customer Relationship Management Capabilities.* 1-22. <https://doi.org/10.1371/Journal.Pone.0250229>
- Munifa, H. (2022). *Customer Relationship Management Strategy In Starbucks Card Optimization In The Pandemic Era.* 4(1), 19-29.
- Nassar, M., Almarshad, D., Al-Nawafah, S. S., Hani, M., & Tahrawi, A. Al. (2020). *The Role Of Customer Relationship Management Success Factors On Enhancing The Mental Image Of Telecommunications Companies In Jordan.* 10, 3515-3526. <https://doi.org/10.5267/J.MsI.2020.6.043>
- Nilsen, P., Seing, I., Ericsson, C., Birken, S. A., & Schildmeijer, K. (2020). *Characteristics Of Successful Changes In Health Care Organizations : An Interview Study With Physicians , Registered Nurses And Assistant Nurses.* 8, 1-8.
- Page, B., Irving, D., Amalberti, R., & Vincent, C. (2023). *Health Services Under Pressure : A Scoping Review And Development Of A Taxonomy Of Adaptive Strategies.* 1-10. <https://doi.org/10.1136/Bmjqs-2023-016686>

- Parvian, A., Navendra, A. Y., & Baihaqy, A. (2024). Strategic And And Operational Profit Increase Structural Model For Social Crm In Hospitals. *Procedia Computer Science*, 234, 837-844. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.070>
- Purnomo, W. A. (2020). *Penerapan Model E-Crm ( Customer Relationship Management ) Pada Perancangan Website*. 3(1), 13-18.
- Rahma, Z., Yanuar, T., Syah, R., Magister, S., Fakultas, M., Dan, E., Universitas, B., & Unggul, E. (2023). *The Relationship Between Service Quality , Patient Satisfaction , Behavioral Intentions And Prices In Outpatient Healthcare In The Hospital Industry*. 12(02), 232-242.
- Rizani, A., Wulandari, C., Rachmawaty, R., Ilkafah, I., & Erfina, E. (2021). Patient Satisfaction Towards Healthcare Quality In Indonesian Public Hospital. *Enfermería Clínica*, 31, S745-S750. <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2021.09.006>
- Saad, E. (2022). *Key Success Factors For Customer Relationship Management ( Crm ) Projects Within Smes Key Success Factors For Customer Relationship Management ( Crm ) Projects Within Smes*. November.
- Saha, L., Tripathy, H. K., Nayak, S. R., & Bhoi, A. K. (2021). *Amalgamation Of Customer Relationship Management And Data Analytics In Different Business Sectors – A Systematic Literature Review*.
- Sani, I., Karnawati, T. A., & Ruspitasari, W. D. (2024). *The Impact Of Service Quality On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Of Pt Multicom Persada International Jakarta*. 5(3), 475-485.
- Sethi, H. (2020). Drivers Of Customer Relationship Management And Its Effect On Satisfaction: An International Patient's Perspective Of Indian Hospital. *Prestige International Journal Of Management & It-Sanchayan*, 64-81.
- Syaeful, M. M. H., & Indradewa, R. (2022). *The Influence Of Service Quality And Customer Relationship Management With Satisfaction Intervening Variables On The Loyalty Of Health Facilities I*. 3(6).
- Turki, M. (2022). *Does Electronic Customer Relationship Management ( E-Crm ) Affect Service Quality At Private Hospitals In Jordan?* 10, 325-332. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.1.006>