

PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA KLINIK (Studi Kasus: Klinik Pratama Nusa Medika Meritjan)

Yudo Bismo Utomo¹⁾, Wing Wahyu Winarno²⁾, Armadyah Amborowati³⁾

^{1), 2), 3)} *Magister Teknik Informatika STMIK Amikom Yogyakarta*

Jl Ring Road Utara, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta

Email : bismo_kdr@yahoo.com¹⁾, wing@amikom.ac.id²⁾, armadyah.a@amikom.ac.id³⁾

ABSTRAK

Klinik Pratama Nusa Medika adalah sebuah klinik yang bergerak di bidang jasa kesehatan. Klinik ini membutuhkan sebuah aplikasi CRM berbasis *website* untuk mengatasi permasalahan dalam melayani pasien yang prosesnya masih menggunakan cara manual. Sebelum aplikasi CRM ini dirancang, penulis melakukan analisis terlebih dahulu untuk mengumpulkan data dan informasi menggunakan operational CRM dan gartner. Setelah dianalisis kemudian aplikasi tersebut dirancang dan kemudian menghasilkan sebuah prototype CRM berbasis *website*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan menerapkan aplikasi CRM berbasis website di klinik, dapat mempermudah pihak klinik dalam mengelola semua proses bisnis yang berjalan, sehingga terjalin hubungan yang baik antara pihak pasien dengan pihak klinik dengan adanya komunikasi dua arah.

Kata kunci: CRM, operational CRM, gartner, prototype, klinik.

ABSTRACT

Pratama Nusa Medika Clinic is a clinic that specialized in health services. This clinic requires a web-based CRM application to solve the problems in serving patients who still use manual processes. Before the CRM application is designed, the authors analyze the first to collect data and information using operational CRM and Gartner. Having analyzed then the application is designed and then produced a prototype based CRM website. Results obtained from this research is to implement a web-based CRM application in the clinic, can facilitate the clinic manage all business processes running, so established a good relationship between the patients with the clinic with two-way communication..

Keyword: CRM, operational CRM, Gartner, prototype, clinic.

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan di dunia teknologi informasi serta di dunia bisnis berkembang dan tumbuh secara sinergis. Perkembangan ini diikuti dengan persaingan yang dirasa dari waktu ke waktu semakin ketat. Hal ini ditandai dengan banyaknya bermunculan produk bisnis yang sama di sebuah daerah baik itu berupa produk barang maupun jasa. Kondisi ini menyebabkan para pelaku bisnis memanfaatkan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk

atau jasanya, salah satunya dengan berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini membuat para pelaku bisnis mulai mengubah pola pikir dari mengutamakan faktor orientasi yang terfokus pada keuntungan ke arah faktor yang berorientasi pada kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Klinik Pratama Nusa Medika Meritjan merupakan salah satu pelaku bisnis atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di klinik Pratama Nusa

Medika Meritjan, didapatkan data dari bulan Maret 2015 sampai dengan bulan November 2015 terjadi kenaikan jumlah pasien. Akan tetapi pada bulan Desember 2015 terjadi penurunan jumlah pasien secara signifikan. Penurunan jumlah pasien tersebut dikarenakan banyaknya pasien yang mengeluhkan kecewa dengan layanan yang diberikan oleh klinik Pratama Nusa Medika, seperti : 1) pelayanan yang kurang cekatan pada saat pasien mau berobat dan mengantri di loket pendaftaran; 2) minimnya minat waktu kontrol pasien setelah dilakukan pemeriksaan; 3) minimnya informasi untuk memberitahukan ibu-ibu waktu kunjungan KB; 4) minimnya informasi untuk memberitahukan kepada pasien pada saat adanya general *check-up* gratis meliputi darah, kolesterol dan urine lengkap pada saat pasien merayakan ulang tahunnya serta 5) tidak adanya wadah untuk menyampaikan keluhan pelayanan yang diberikan berupa kotak saran dan kritik.

Jika hal tersebut diatas tidak segera diatasi, maka akan terdapat lebih banyak lagi keluhan dari pihak pasien, yang berimbas kepada rasa kepuasan dan kepercayaan dari pasien untuk menggunakan pelayanan jasa kesehatan di klinik tersebut sehingga membuat pasien beralih menggunakan pelayanan jasa kesehatan ke klinik yang lain. Serta berpengaruh pada jumlah penurunan *profit* yang didapatkan pada klinik ke depannya. Sebagai pelaku bisnis di bidang jasa kesehatan masalah pelayanan dan kepuasan pasien adalah hal utama yang harus diperhatikan oleh pihak klinik Pratama Nusa Medika Meritjan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut diatas, dibutuhkan sebuah sistem yang bisa menumbuhkan suatu hubungan yang baik dengan adanya komunikasi dua arah antara pihak klinik Pratama Nusa Medika Meritjan dengan pihak pasien dalam menciptakan kepercayaan pasien untuk menggunakan pelayanan jasa kesehatan di klinik tersebut. Sehingga tingkat kepuasan

pasien meningkat dengan adanya pelayanan yang diberikan pada klinik. Salah satu aplikasi yang digunakan tersebut adalah CRM (*Customer Relationship Management*).

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah pemodelan CRM (*Customer Relationship Management*) seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan di klinik Pratama Nusa Medika Meritjan. Sedangkan tujuan diadakan penelitian ini yaitu untuk merancang model CRM yang akan membantu klinik Pratama Nusa Medika Meritjan menumbuhkan suatu hubungan yang baik antara pihak klinik dengan pihak pasien.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuri Cahyono [1] dan Atur Sumedi [2] membahas tentang penerapan *customer relationship management* yang digunakan di perusahaan untuk memberikan pelayanan yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan karena adanya komunikasi dua arah antara perusahaan dengan pelanggan. Kedua penelitian ini secara umum memiliki kesamaan yaitu menerapkan CRM di perusahaan dan implementasi perancangannya dalam bentuk *prototype*. Dimana *prototype* ini memiliki berbagai fitur yang tentunya digunakan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Kedua penelitian diatas cukup relevan, namun terdapat perbedaan diantara kedua penelitian tersebut, dimana fitur-fitur yang disajikan dalam bentuk *prototype* tersebut berbeda karena pada penelitian pertama mengambil obyek di bidang jasa rekam medis dan penelitian kedua mengambil obyek penelitian di bidang jasa konsultan arsitek. Serta didalamnya tidak adanya pembahasan tentang pemodelan CRM.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Joni Suhartono [3] dan Ali Tarmudji [4] membahas tentang penerapan *customer relationship management* untuk membantu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggannya.

Kedua penelitian ini secara umum mempunyai kesamaan yaitu sama-sama mengambil obyek penelitian di bidang jasa kesehatan dan dengan adanya CRM hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dapat berjalan dengan baik karena adanya komunikasi dua arah. Kedua penelitian diatas cukup relevan, namun terdapat perbedaan diantara kedua penelitian tersebut, dimana kedua penelitian tersebut menggunakan analisis yang berbeda, yang satu menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis strategi perusahaan dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman. Sedangkan pada penelitian yang satunya menggunakan analisis identifikasi kebutuhan sistem. Tetapi kedua penelitian ini, didalamnya masih belum membahas tentang pemodelan CRM yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Albertus [5], Anatasha [6] dan Dini Hamidin [7] yaitu dengan menerapkan CRM dapat membantu pelanggan memperoleh kemudahan dan kenyamanan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan serta memberikan interaksi dengan pelanggan yang lebih *targeted* dan *customized*. Dari ketiga penelitian ini secara umum mempunyai kesamaan yaitu aktivitas atau tahapan utama dari konsep CRM adalah membangun database pelanggan yang kuat, membuat profil dari setiap pelanggan, analisis profitabilitas dari tiap pelanggan serta mempertahankan pelanggan dengan adanya interaksi antara perusahaan dan pelanggan yang lebih *targeted* dan *customized*. Namun terdapat perbedaan dimana dari ketiga penelitian tersebut masih belum dijelaskan tentang pemodelan CRM yang digunakan..

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

CRM (Customer Relationship Management)

CRM (*Customer Relationship Management*) menjadi istilah yang populer dan sangat ramai diperbincangkan di dalam dunia bisnis saat ini. Ditambah dengan perkembangan teknologi informasi terutama internet, menjadikan CRM sebagai aplikasi bisnis yang mampu menjalin hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pelanggan dengan adanya komunikasi dua arah guna meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di perusahaan sehingga kepuasan pelanggan semakin meningkat.

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola hubungan yang baik dengan pelanggan (*customer*) sehingga memberikan kontribusi dan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Setiap perusahaan perlu menguasai rantai nilai CRM agar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas tetapi juga mau menjadi pelanggan yang setia. Melalui CRM, perusahaan akan menguasai strategi mempertahankan pelanggan, mengakuisisi pelanggan baru dan mengembangkan pelanggan [8].

Operational CRM

Operational CRM adalah proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis yang berjalan di dalam perusahaan, baik itu dari segi penjualan maupun pemasaran. Sehingga proses bisnis yang berinteraksi langsung dengan pelanggannya dapat berjalan secara optimal. Setiap interaksi dengan pelanggan akan dicatat dan masuk dalam sistem kontak history pelanggan. Jika memang dibutuhkan data ini akan bisa diolah kembali untuk kepentingan perusahaan. Tujuan utama dari *operational CRM* ini adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan yang akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan puas dengan pelayanan yang

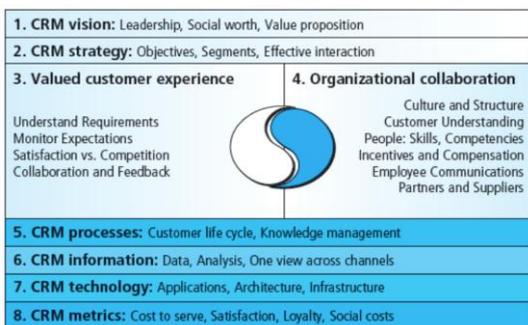
telah diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan terus menerus akan memakai jasa pelayanan dari perusahaan tersebut. Hal ini yang akan membawa kepada kesetiaan pelanggan [9].

Gartner Competency Model

Model yang dikembangkan oleh Gartner Inc. adalah model yang menjelaskan bahwa perusahaan memerlukan strategi untuk meningkatkan kompetensi yang ada di dalam delapan area *Customer Relationship Management* agar bisa sukses di masa yang akan datang. Berikut dari delapan area tersebut adalah:

1. *CRM vision*
2. *Developing CRM strategies*
3. *Designing valued customer experiences*
4. *Intra and extra-organizational collaboration*
5. *Managing customer lifecycle processes*
6. *Information management*
7. *Technology implementation*
8. *Developing measures indicative of CRM success or failure*

Pemodelan CRM gartner competency model dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. *Gartner's CRM Model*
(Buttle,2009)

Klinik

Berdasarkan Permenkes No. 9 tahun 2014, klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan yang

menyediakan pelayanan medis dasar dan spesialistik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis. Tenaga medis yang dimaksud adalah dokter, dokter spesialis, dokter gigi atau dokter gigi spesialis. Sedangkan untuk tenaga kesehatan yang dimaksud adalah orang yang mengabdikan diri dalam bidang kesehatan dan memiliki pengetahuan serta keterampilan di bidang kesehatan untuk memberikan pelayanan kesehatan terhadap masyarakat.

Prototype

Metode yang digunakan untuk merancang sistem yang akan dibangun menggunakan metode *prototype*. Ada tiga tahapan dalam metode *prototype*, dimana ketiga tahapan tersebut berguna untuk membantu customer dalam mendeskripsikan kebutuhannya. Ketiga tahapan tersebut meliputi :

1. **Listen to customer**

Tahap awal dari metode ini adalah *listen to customer* (mendengarkan pelanggan), yaitu mendiskusikan, menentukan dan mengumpulkan semua kebutuhan dari sistem yang akan dibangun. Dalam *listen to customer*, proses pertama yang akan dilakukan adalah mendiskusikan dan mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan dari sisi pengguna atau user.

2. **Build the system**

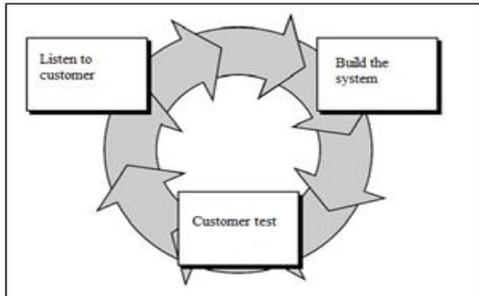
Tahap berikutnya dari metode ini adalah *build the sistem* (membangun sebuah sistem *prototype*), yaitu dilakukan perancangan terlebih dahulu dan setelah itu baru pembuatan sistem dari *prototype*. *Prototype* yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan sistem yang telah didefinisikan sebelumnya dari keluhan dari pengguna atau user.

3. **Customer test**

Tahap akhir dari metode ini adalah *customer test* (uji coba oleh pelanggan). Pada tahap ini, user akan melakukan

pengujian sistem. Sistem yang diuji bukanlah sistem yang langsung bisa dipakai, akan tetapi berupa *prototype*.

Untuk metode perancangan model *prototype* dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Perancangan Prototype (pressman, 2001)

METODE

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian *action research* (penelitian tindakan). *Action research* merupakan bentuk penelitian terapan (*applied research*) yang bertujuan untuk memecahkan masalah agar segera dapat diambil tindakan perbaikan [10].

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan:

- a. Wawancara
Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait untuk memperoleh data secara langsung dari narasumber.
- b. Observasi
Observasi (pengamatan langsung) dengan mempelajari dokumentasi, visi dan misi, tujuan, struktur organisasi serta proses bisnis yang ada di Klinik Pratama Nusa Medika Meritjan.

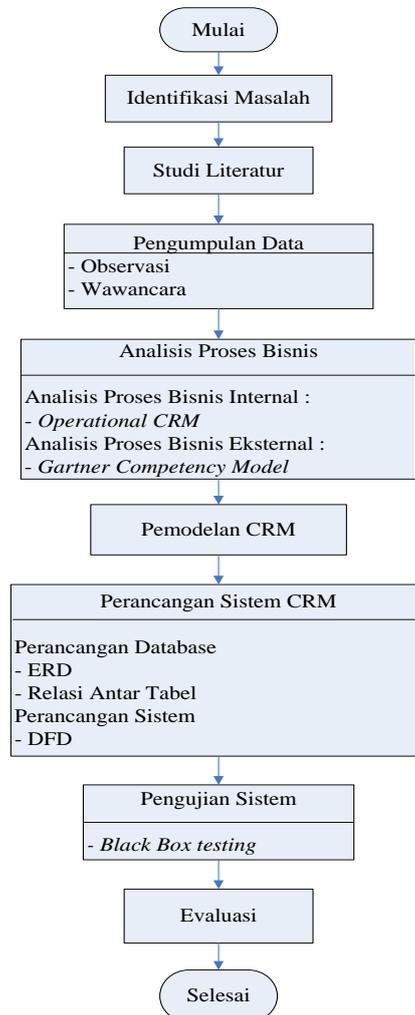
Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh gambaran logika tentang perancangan pemodelan *customer relationship management* (CRM)

yang diinginkan secara detail sesuai dengan kebutuhan di klinik Pratama Nusa Medika Meritjan. Tahap analisis data disesuaikan dengan proses bisnis yang sedang berjalan di klinik, yaitu proses bisnis internal menggunakan *operational CRM* sedangkan proses bisnis eksternal menggunakan *gartner competency model*.

Alur Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan adalah seperti Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Alur Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah

Setelah dilakukan penelitian ke klinik Pratama Nusa Medika Meritjan, maka didapatkan masalah yang dihadapi oleh pihak klinik yaitu klinik Pratama Nusa Medika Meritjan sampai saat ini masih

belum menggunakan sistem informasi berbasis *customer relationship management* (CRM), oleh karena itu peneliti menemukan beberapa kelemahan dari sistem lama dan adanya indikasi dapat terjadinya masalah, seperti yang terdapat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Identifikasi Masalah Pada Klinik

Aktivitas	Kelemahan	Masalah yang dapat terjadi
Pendaftaran	Proses pendaftaran pasien masih dilakukan cara manual.	1. Terjadinya antrean yang cukup panjang di ruang tunggu pasien.
Hubungan Klinik Dengan Pasien	Tidak adanya wadah yang menghubungkan antara pasien dengan klinik berupa kotak kritik dan saran.	1. Jika pasien tidak puas dengan layanan yang diberikan maka pasien tidak bisa menyampaikan keluhan mereka dan berimbas kepada pasien untuk beralih menggunakan jasa klinik lain.
	Tidak adanya sistem yang memberikan informasi tentang jadwal waktunya balik kontrol setelah dilakukan pemeriksaan serta tidak adanya sistem yang memberikan informasi tentang jadwal kunjungan KB.	1. Jika hal ini tidak segera diatasi maka pasien tidak akan mau balik untuk melakukan kontrol lagi karena jarak tempuh dari rumah ke klinik jauh. 2. Pasien akan melakukan kontrol tapi menggunakan jasa klinik lain yang dekat dengan rumah
	Minimnya informasi untuk memberitahukan kepada pasien tentang adanya general check-up gratis pada saat pasien merayakan ulang tahun	1. Jika hal ini tidak segera diatasi maka pasien akan beralih menggunakan jasa kesehatan klinik lain karena adanya diskriminasi antara pasien BPJS karyawan PG.Meritjan yang diberitahu lewat undangan sementara BPJS umum dan pasien non BPJS tidak diberitahu lewat undangan.

Analisis Proses Bisnis Internal

Analisis lingkungan internal bisnis disini akan membahas tentang proses bisnis yang sedang berjalan di klinik Pratama Nusa Medika Meritjan menggunakan operational CRM. Proses bisnis adalah suatu kumpulan aktivitas terstruktur yang saling terkait untuk menyelesaikan suatu masalah demi meraih tujuan. Proses bisnis yang akan dibahas

mengenai pelayanan apa saja yang diberikan oleh pihak klinik kepada pasien. Proses bisnis yang ada di klinik Prtama Nusa medika Meritjan saat ini untuk melayani pasiennya, meliputi proses pendafrtan pasien, proses antrian, proses pemeriksaan, proses jadwal kontrol dan proses promosi.

Pengujian Sistem

Pada bagian pengujian ini akan menggunakan *black box testing* apakah sudah berfungsi atau belum serta memberikan gambaran terhadap fitur-fitur yang tersedia dalam *website* CRM pada klinik Pratama Nusa Medika Meritjan. Untuk pengujiannya terdapat enam bagian meliputi *website* untuk pasien, *website* untuk petugas admin, *website* untuk dokter, *website* untuk petugas rekam medis, *website* untuk apoteker dan *website* untuk kepala klinik. Karena masing-masing mempunyai tampilan yang berbeda.

1. Pengujian Aplikasi Website Untuk Pasien

Pengujian *website* untuk pasien terdapat fitur registrasi pendaftaran, saran dan kritik serta informasi berita sewaktu klinik mengadakan promosi. Tampilan halaman utama atau *home* merupakan tampilan pertama pada saat aplikasi diakses oleh pasien. Untuk tampilan halaman utama dari aplikasi ini dapat dilihat pada Gambar 9 berikut ini:

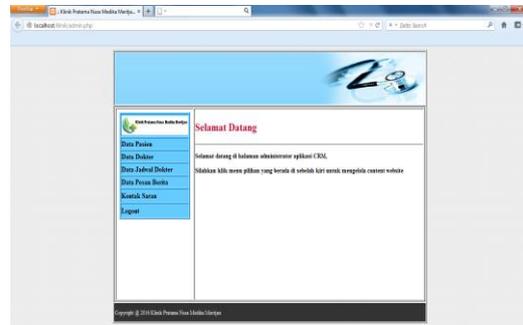


Gambar 9. Tampilan Halaman Utama Pasien

2. Pengujian Aplikasi Website Untuk Petugas Administrasi

Dalam halaman ini, terdapat menu khusus untuk petugas administrasi di sebelah kiri *website* untuk mengelola semua content *website*, yaitu data pasien, data dokter, data jadwal praktek dokter, data pesan berita dan konfirmasi kontak saran apabila ada kritik dan saran dari

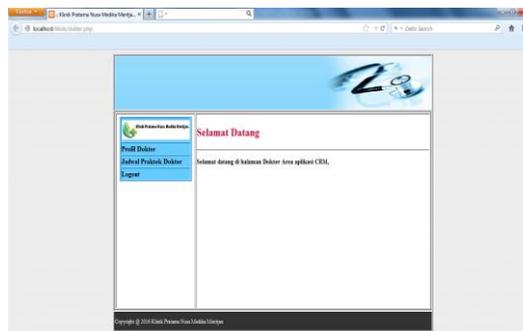
pasien apabila ada pelayanan yang kurang memuaskan di hati mereka. Adapun tampilan dari halaman untuk petugas administrasi seperti gambar 10 berikut ini:



Gambar 10. Tampilan Halaman Petugas Administrasi

3. Pengujian Aplikasi Website Untuk Dokter

Dalam halaman ini, terdapat menu khusus untuk dokter di sebelah kiri *website*, yaitu profil dokter dan jadwal praktek dokter. Dengan adanya fitur ini, dokter bisa datang tepat waktu untuk melayani pasien. Adapun tampilan dari halaman untuk dokter seperti gambar 11 berikut ini:



Gambar 11. Tampilan Halaman Dokter

4. Pengujian Aplikasi Website Untuk Petugas Rekam Medis

Dalam halaman ini, petugas rekam medis memiliki menu khusus di sebelah kiri *website* untuk mengelola data rekam medis setelah dokter melakukan pemeriksaan terhadap pasien, yaitu data rekam medis. Adapun tampilan dari

halaman untuk petugas rekam medis seperti gambar 12 berikut ini:



Gambar 12. Tampilan Halaman Petugas Rekam Medis

5. Pengujian Aplikasi Website Untuk Apoteker

Dalam halaman ini, terdapat menu khusus untuk apoteker di sebelah kiri *website*, yaitu data obat dan konfirmasi resep obat yang akan dibawa oleh pasien setelah dilakukan pemeriksaan oleh dokter. Adapun tampilan dari halaman untuk petugas admin seperti gambar 13 berikut ini:



Gambar 13. Tampilan Halaman Apoteker

6. Pengujian Aplikasi Website Untuk Kepala Klinik

Dalam halaman ini, terdapat menu khusus untuk kepala klinik di sebelah kiri *website*, yaitu berupa laporan saran dan kritik dari pasien apabila ada pelayanan yang kurang menyenangkan di hati mereka untuk segera ditanggapi. Adapun tampilan dari halaman untuk petugas admin seperti gambar 14 berikut ini:



Gambar 14. Tampilan Halaman Kepala Klinik

Evaluasi

Untuk sistem aplikasi *website* yang sudah dirancang, akan dilakukan evaluasi dengan tujuan untuk mengetahui apakah *prototype* yang dibuat telah memenuhi kebutuhan dari *user* atau tidak. Pada evaluasi ini juga dideskripsikan mengenai kelebihan dari sistem baru jika dibandingkan dengan sistem yang lama. Perbandingan antara sistem lama yang menggunakan proses manual dengan sistem baru yang menggunakan *prototype* perangkat lunak CRM berbasis *website* dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Perbandingan Sistem Lama Dengan Sistem Baru

Unsur	Sistem Lama	Sistem Baru
Kecepatan	Pengerjaan masih manual, sehingga dengan mengandalkan sistem lama terjadi penumpukan pasien di ruang tunggu dan prosesnya membutuhkan	Semua data-data terkumpul dalam satu sistem, sehingga proses pengambilan data bisa lebih cepat dan pasien yang mau berobat tanpa menunggu terlalu lama di ruang tunggu pasien. Proses dengan sistem

	waktu sekitar 15 menit sebelum memberikan informasi kepada pasien.	baru membutuhkan waktu 15 detik.
Fleksibilitas	Proses bisnis pada sistem lama di klinik kurang fleksibel, karena data belum terorganisir dengan benar dan fungsinya masih belum terintegrasi.	Proses bisnis pada sistem yang baru lebih fleksibel, karena data yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi telah terintegrasi ke dalam satu sistem.
Ketepatan	Pada sistem lama tidak adanya ketepatan dalam memberikan informasi kepada pasien tentang adanya promosi. hanya beberapa pasien saja yang diberi informasi dan itupun lewat undangan saja.	Pada sistem baru nanti adanya ketepatan dalam memberikan informasi kepada semua pasien tanpa kecuali tentang adanya promosi untuk menghindari adanya diskriminasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, terbukti bahwa perangkat lunak CRM berbasis website yang dibuat mampu mempermudah pihak klinik Pratama Nusa Medika Meritjan dalam mengelola data pelanggan dan memberikan informasi yang cepat dan tepat sehingga pihak pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hal lain juga didukung dengan adanya *user interface* yang bersifat *user friendly* karena mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna. Dengan kelebihan tersebut, diharapkan *prototype* ini mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan merupakan alternatif solusi yang lebih baik daripada sistem lama yang masih menggunakan proses manual.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas maka dapat diambil kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya sistem CRM, mempermudah pihak klinik Pratama Nusa Medika Meritjan dalam mengelola semua proses bisnis yang berjalan,

- seperti bagian administrasi; bagian operasional medis; bagian rekam medis; bagian apotek; kepala klinik dan pasien dapat terintegrasi dalam satu sistem.
2. Dengan adanya sistem CRM ini, memudahkan pihak klinik Pratama Nusa Medika Meritjan dalam mengolah data pasien dan diberi kemudahan dalam menyampaikan informasi kepada pasien.
 3. Dengan adanya sistem CRM berbasis website ini, dapat memudahkan pasien mendaftar untuk berobat secara online tanpa harus datang ke klinik. Serta sistem ini menyediakan beberapa informasi penting diantaranya adanya pemberitahuan jadwal kontrol balik setelah dilakukan pemeriksaan, adanya pemberitahuan jadwal kunjungan KB dan adanya pemberitahuan tentang promosi yang sedang berlangsung di klinik tersebut.
 4. Sistem CRM ini memiliki fitur halaman saran dan kritik untuk menampung masukan dan keluhan dari pasien apabila ada pelayanan yang dianggap kurang memuaskan di hati mereka.

Beberapa saran yang diharapkan dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya antara lain sebagai berikut :

1. Dilakukan penelitian lebih lanjut ke arah pengembangan sistem supaya pasien dapat mengakses aplikasi CRM melalui *smartphone*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nuri, C., 2014, Implementasi Fitur Customer Relationship Management Pada Rekam Medis, Jurnal JNTETI, Vol. 3, No. 3, Agustus 2014.
- [2] Sumedi, A. dkk, 2014, CRM Pada Perusahaan Konsultan Desain Arsitektur Pada CV. Karya Bhakti Putih, Jurnal Teknik Elektro dan Komputer, Vol. 2 No. 1, April 2014.
- [3] Joni, S., 2010, Analisis Dan Perancangan Customer Relationship Management Pada Klinik XYZ, ComTech, Vol. 1, No. 2, Desember 2010.
- [4] Ali, T. dkk, 2015, Pembuatan Model Customer Relationship Management Dinas Kesehatan DIY Menggunakan Metode Cobit 4.1 Dengan Domain Delivery And Support, Telematika, ISSN: 1829-667X, Vol. 12. No. 02, Juli 2015.
- [5] Albertus, J.K., 2013, Penerapan Customer Relationship Management Dengan Dukungan Teknologi Informasi Pada PO. Chelsy, Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia STMIK Amikom Yogyakarta, January 2013.
- [6] Anatasha, O.C. dkk, 2014, Penerapan Customer Relationship Management Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 15 No. 1, Oktober 2014.
- [7] Dini, H., 2012, Model Customer Relationship Management Di Institusi Pendidikan, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, ISSN: 1907-5022, Juni 2012.
- [8] Kurnia, P.R. dkk, 2013, Customer Relationship Management Untuk Memenangkan Persaingan, PPM, Jakarta.
- [9] Ghozali, I., dkk, 2014, Pembuatan Model Customer Relationship Management Di Dinas Kelautan Dan Perikanan DIY, Jurnal Sarjana Teknik Informatika, Vol.2 No.1, eISSN: 2338-5197, Februari 2014.
- [10] Sugiyono, Prof., 2016, Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Alfabeta, Bandung