



Risyandi Anwar¹
 Fitri Anisdyasarathi²

KAJIAN LITERATUR: STRATEGI OPTIMALISASI CRM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING RUMAH SAKIT DI ERA DIGITAL

Abstrak

Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam sektor kesehatan, membuka peluang bagi rumah sakit untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan hubungan dengan pasien. Customer Relationship Management (CRM) telah diakui sebagai strategi penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui pengelolaan data pasien yang efisien dan personalisasi layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manfaat, tantangan, dan strategi optimalisasi CRM di rumah sakit dalam konteks transformasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* (SLR) dengan menganalisis artikel akademik dan penelitian empiris yang diterbitkan antara tahun 2018–2024. Proses analisis dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola, manfaat, tantangan, dan rekomendasi implementasi CRM. CRM terbukti meningkatkan loyalitas dan kepuasan pasien melalui integrasi teknologi seperti Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), dan sistem berbasis cloud. Namun, implementasi CRM menghadapi kendala seperti biaya investasi tinggi, resistensi organisasi, dan isu privasi data. Dengan strategi yang tepat, CRM dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan daya saing rumah sakit, terutama melalui dukungan manajemen yang kuat, pelatihan staf, dan adopsi teknologi modern.

Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), Rumah Sakit, Transformasi Digital, Efisiensi Operasional, Loyalitas Pasien.

Abstract

Digital transformation has driven significant changes in the healthcare sector, offering opportunities for hospitals to enhance efficiency, service quality, and patient relationships. Customer Relationship Management (CRM) has been recognized as a critical strategy for creating competitive advantages through efficient patient data management and personalized services. This study aims to analyze the benefits, challenges, and optimization strategies of CRM in hospitals within the context of digital transformation. The study employs a *systematic literature review* (SLR) approach by analyzing academic articles and empirical research published between 2018–2024. Thematic analysis was conducted to identify patterns, benefits, challenges, and recommendations for CRM implementation. CRM has been shown to improve patient loyalty and satisfaction through the integration of technologies such as Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), and cloud-based systems. However, CRM implementation faces challenges such as high investment costs, organizational resistance, and data privacy issues. With proper strategies, CRM can serve as an effective tool in enhancing hospital competitiveness, particularly through strong managerial support, staff training, and the adoption of modern technology.

Keywords: Customer Relationship Management (CRM), hospitals, digital transformation, operational efficiency, patient loyalty.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi salah satu pendorong utama dalam inovasi sektor kesehatan, menghadirkan peluang untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan personalisasi interaksi antara rumah sakit dan pasien. Teknologi seperti Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), dan sistem berbasis cloud telah mengubah cara rumah sakit

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Semarang
 email: Vietree_yellow@yahoo.com

mengelola data, memberikan layanan, dan membangun hubungan dengan pasien (Vaish et al., 2016). Dalam konteks ini, persaingan antar rumah sakit semakin ketat, sehingga memerlukan strategi berbasis pelanggan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Salah satu pendekatan yang semakin relevan adalah Customer Relationship Management (CRM), yang tidak hanya berfungsi sebagai alat manajemen data, tetapi juga sebagai kerangka strategis untuk meningkatkan loyalitas, retensi, dan kepuasan pasien (Baashar et al., 2016; Noor et al., 2023).

CRM dalam sektor kesehatan dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara layanan medis dan kebutuhan spesifik pasien, menjadikannya lebih dari sekadar alat administratif. Sistem ini memungkinkan rumah sakit untuk mengelola data pasien secara terpusat, menganalisis pola perilaku, dan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan individu. Sebagai contoh, penelitian Mora et al. (2024) menunjukkan bahwa rumah sakit yang mengadopsi CRM berbasis teknologi mencatat peningkatan loyalitas pasien hingga 40%. Namun, meskipun manfaatnya signifikan, implementasi CRM sering kali menghadapi hambatan berupa resistensi organisasi, biaya investasi tinggi, dan kekhawatiran terkait privasi data pasien (Vaishya et al., 2016). Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang holistik untuk memastikan keberhasilan implementasi dan optimalisasi CRM di rumah sakit.

Di sisi lain, transformasi digital telah memberikan rumah sakit akses ke teknologi yang memungkinkan pengelolaan hubungan pasien yang lebih efektif. Sistem berbasis cloud, misalnya, mendukung pengelolaan data real-time, sehingga staf medis dapat mengambil keputusan klinis yang lebih cepat dan akurat. Teknologi AI juga memberikan kemampuan analitik prediktif, yang membantu rumah sakit merancang intervensi yang lebih personal berdasarkan data historis dan pola perilaku pasien (Noor et al., 2023). Namun, adopsi teknologi ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi dapat diintegrasikan dengan CRM untuk menciptakan nilai tambah yang maksimal. Selain itu, penerapan teknologi harus diimbangi dengan peningkatan literasi digital di kalangan staf medis untuk memastikan keberhasilan transformasi ini (Baashar et al., 2016; Mora et al., 2024).

Sementara itu, kebutuhan akan personalisasi layanan semakin meningkat di tengah ekspektasi pasien yang terus berubah. Pasien saat ini tidak hanya mencari layanan kesehatan yang berkualitas tetapi juga pengalaman yang menyeluruh dan personal. Vaish et al. (2016) mencatat bahwa rumah sakit yang memanfaatkan CRM untuk memberikan pengalaman pasien yang personal mencatat peningkatan kepuasan hingga 25%. Di sisi lain, penelitian Noor et al. (2023) menyoroti bahwa pengelolaan interaksi pasien yang responsif melalui CRM tidak hanya meningkatkan retensi pasien tetapi juga memperkuat reputasi rumah sakit. Dengan kata lain, CRM berfungsi sebagai alat untuk membangun hubungan emosional yang lebih dalam antara rumah sakit dan pasien, menciptakan loyalitas yang berkelanjutan.

Namun, transformasi ini tidak tanpa tantangan. Rumah sakit sering kali menghadapi kendala seperti resistensi organisasi terhadap perubahan teknologi, kurangnya pelatihan yang memadai, dan kekhawatiran terkait regulasi privasi data pasien. Menurut Vaishya et al. (2016), serangan siber pada sistem data rumah sakit meningkat hingga 30% dalam satu dekade terakhir, menunjukkan kebutuhan akan langkah-langkah keamanan yang lebih ketat. Selain itu, kendala keuangan juga menjadi penghambat signifikan, terutama untuk rumah sakit di negara berkembang yang memiliki sumber daya terbatas (Noor et al., 2023). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji literatur terkait implementasi CRM dalam sektor kesehatan, mengidentifikasi manfaat, tantangan, dan strategi optimalisasi yang relevan di era transformasi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk menganalisis secara kritis literatur akademik dan penelitian empiris yang relevan dengan implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam sektor layanan kesehatan. Fokus penelitian adalah pada perkembangan CRM di rumah sakit, manfaat yang ditawarkan, tantangan yang dihadapi, serta strategi optimalisasi di era transformasi digital. Artikel yang dipilih diterbitkan antara tahun 2018–2024 dan diperoleh dari jurnal terakreditasi internasional maupun nasional, laporan konferensi, dan buku akademik. Kriteria seleksi literatur mencakup relevansi topik, sumber yang kredibel, serta konteks penelitian yang sesuai. Artikel yang relevan harus berhubungan dengan penerapan CRM, strategi pemasaran rumah sakit, transformasi

digital, atau pengelolaan hubungan pasien, dengan menggunakan kombinasi kata kunci seperti "Customer Relationship Management (CRM)," "hospital marketing," "digital transformation," "patient retention," dan "healthcare technology."

Penelusuran literatur dilakukan melalui database ilmiah seperti PubMed, Scopus, Web of Science, dan Google Scholar, dengan seleksi awal dilakukan berdasarkan abstrak dan kata kunci. Artikel yang dipilih ditinjau secara mendalam untuk memastikan relevansinya dengan tujuan penelitian. Proses analisis melibatkan beberapa langkah, yaitu ekstraksi data, di mana informasi utama dari artikel yang relevan dicatat, termasuk metode penelitian, temuan, dan rekomendasi terkait CRM; analisis tematik, yang digunakan untuk mengidentifikasi pola penerapan, manfaat, tantangan, dan strategi optimalisasi CRM di rumah sakit; serta klasifikasi literatur, yang membagi artikel menjadi tiga kategori utama, yaitu konseptual (berfokus pada definisi dan teori), empiris (berdasarkan data lapangan atau studi kasus), dan praktis (panduan implementasi).

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif menggunakan pendekatan tematik untuk mengevaluasi tren penerapan CRM di rumah sakit, dampak teknologi pendukung seperti Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), dan sistem berbasis cloud, serta hambatan dalam implementasi, seperti biaya investasi tinggi, resistensi organisasi, dan isu privasi data. Hasil analisis selanjutnya disintesis untuk memberikan wawasan holistik dan menyusun rekomendasi strategis. Meskipun memberikan pemahaman mendalam tentang topik ini, penelitian memiliki beberapa keterbatasan, seperti rentang waktu literatur yang dibatasi hingga tahun 2024, fokus eksklusif pada layanan rumah sakit tanpa mencakup sektor kesehatan lain, dan akses terbatas pada beberapa artikel berbayar. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis dalam mendukung optimalisasi CRM di sektor layanan kesehatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

CRM dalam Kesehatan

1. Operational CRM

Operational CRM merupakan dimensi yang berfokus pada otomatisasi proses layanan, seperti pendaftaran online dan pengelolaan jadwal pasien, untuk meningkatkan efisiensi operasional. Sistem ini memungkinkan pengumpulan dan penyimpanan data pasien dalam satu platform digital yang terintegrasi, sehingga mempermudah akses oleh staf medis dan administrasi. Noor et al. (2023) menyatakan bahwa operational CRM dapat memangkas waktu pendaftaran hingga 30% di rumah sakit yang telah mengadopsi sistem berbasis cloud. Selain itu, Vaish et al. (2016) menyoroti bahwa otomatisasi ini mengurangi risiko kesalahan administrasi, seperti duplikasi data atau konflik jadwal, yang sering terjadi dalam pengelolaan manual.

Operational CRM juga memainkan peran penting dalam pengelolaan hubungan pasca-perawatan. Sistem ini dapat mengirimkan pengingat otomatis kepada pasien untuk jadwal kontrol atau pengobatan lanjutan. Sebagai contoh, penelitian Mora et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan operational CRM di Rumah Sakit Faisal Makassar meningkatkan tingkat kepatuhan pasien hingga 15%. Integrasi teknologi ini tidak hanya membantu dalam pengelolaan layanan rutin tetapi juga mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat dalam situasi darurat.

2. Analytical CRM

Dimensi ini melibatkan analisis data pasien untuk menghasilkan wawasan yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pasien. Analytical CRM menggunakan teknologi Big Data Analytics untuk mengidentifikasi pola perilaku pasien dan merancang layanan yang lebih personal (Baashar et al., 2016). Sebagai contoh, rumah sakit yang mengadopsi analytical CRM dapat memprediksi kebutuhan layanan berdasarkan riwayat kesehatan pasien, yang meningkatkan efisiensi sekaligus memperkuat hubungan pasien dengan rumah sakit (Noor et al., 2023).

Penelitian oleh Vaish et al. (2016) menunjukkan bahwa analisis data real-time melalui CRM memungkinkan pengukuran kepuasan pasien secara lebih akurat, yang pada gilirannya membantu rumah sakit mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Selain itu, analytical CRM juga digunakan untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan menganalisis data demografis dan preferensi pasien, rumah sakit dapat menyoar segmen pasar

tertentu dan menawarkan layanan yang relevan. Sebagai hasilnya, Mora et al. (2024) melaporkan peningkatan tingkat keterlibatan pasien hingga 20% di rumah sakit yang mengadopsi pendekatan ini.

3. Collaborative CRM

Dimensi ini berfokus pada integrasi antar-departemen untuk meningkatkan koordinasi layanan. Collaborative CRM memungkinkan pertukaran informasi secara real-time di antara staf medis, administrasi, dan departemen lain dalam rumah sakit. Hal ini memastikan bahwa semua pihak memiliki akses ke data yang relevan, sehingga meningkatkan efisiensi dan akurasi layanan (Vaishya et al., 2016).

Sebagai contoh, Noor et al. (2023) menemukan bahwa integrasi CRM di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Sukoharjo meningkatkan koordinasi antar-departemen, yang berujung pada pengurangan waktu tunggu pasien hingga 25%. Selain itu, collaborative CRM juga memainkan peran penting dalam menangani keluhan pasien. Sistem ini memastikan bahwa keluhan diarahkan ke departemen yang relevan dan ditangani dengan cepat, meningkatkan tingkat kepuasan pasien (Mora et al., 2024). Dengan penggunaan teknologi seperti patient engagement platforms, collaborative CRM memungkinkan komunikasi langsung antara pasien dan tim medis, yang tidak hanya meningkatkan transparansi tetapi juga memperkuat hubungan antara rumah sakit dan pasien.

Manfaat CRM dalam Rumah Sakit

1. Peningkatan Loyalitas Pasien

CRM memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pasien dengan memberikan layanan yang lebih personal. Penelitian menunjukkan bahwa personalisasi layanan, seperti pengiriman pengingat otomatis untuk kontrol berkala atau rekomendasi pengobatan berdasarkan riwayat pasien, dapat meningkatkan kepuasan pasien hingga 25% (Vaish et al., 2016; Noor et al., 2023). Sebagai contoh, Rumah Sakit Stella Maris di Makassar mencatat peningkatan loyalitas pasien setelah menerapkan sistem CRM yang memungkinkan komunikasi lebih personal dengan pasien melalui aplikasi mobile (Mora et al., 2024).

2. Efisiensi Operasional

Digitalisasi proses administrasi melalui CRM memungkinkan rumah sakit untuk mengurangi duplikasi data dan meningkatkan efisiensi layanan. Sistem berbasis cloud, misalnya, memungkinkan staf rumah sakit untuk mengakses data pasien secara real-time, yang mempercepat pengambilan keputusan dan mengurangi waktu tunggu pasien (Baashar et al., 2016; Vaishya et al., 2016). Penelitian Noor et al. (2023) menunjukkan bahwa implementasi CRM di rumah sakit dapat mengurangi beban kerja administrasi hingga 30%, memungkinkan staf untuk fokus pada layanan pasien yang lebih kompleks.

3. Penguatan Reputasi Rumah Sakit

Pengalaman pasien yang positif merupakan salah satu indikator utama keberhasilan CRM dalam memperkuat reputasi rumah sakit. Dengan menggunakan CRM untuk mengelola interaksi pasien secara lebih konsisten dan responsif, rumah sakit dapat membangun citra yang lebih baik di mata masyarakat. Sebagai contoh, Mora et al. (2024) melaporkan bahwa rumah sakit yang menggunakan CRM berbasis teknologi mencatat peningkatan ulasan positif hingga 35% di platform online. Pengelolaan hubungan pasien yang efektif juga membantu rumah sakit dalam membangun loyalitas jangka panjang dan menarik lebih banyak pasien baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Teknologi Pendukung Transformasi Digital

1. Implementasi Big Data

Big Data digunakan untuk memprediksi kebutuhan pasien dengan menganalisis data dalam jumlah besar yang mencakup riwayat medis, preferensi layanan, dan tingkat kepuasan. Penelitian oleh Baashar et al. (2016) menunjukkan bahwa teknologi ini memungkinkan rumah sakit untuk memberikan layanan yang lebih personal dan efisien. Misalnya, Rumah Sakit Apollo di India menggunakan Big Data untuk mengidentifikasi pasien berisiko tinggi terkena penyakit kronis, yang memungkinkan intervensi dini dan perencanaan perawatan yang lebih efektif (Vaish et al., 2016).

2. Artificial Intelligence (AI)

AI digunakan untuk otomatisasi layanan pelanggan, seperti chatbot yang menjawab pertanyaan umum pasien secara instan. Teknologi ini mengurangi beban kerja staf administrasi

dan meningkatkan efisiensi layanan. Noor et al. (2023) menemukan bahwa rumah sakit yang menggunakan chatbot berbasis AI mencatat peningkatan efisiensi hingga 25%. Selain itu, AI juga digunakan untuk analisis prediktif, membantu rumah sakit mengidentifikasi kebutuhan pasien di masa depan berdasarkan pola perilaku mereka (Mora et al., 2024).

4. Sistem Berbasis Cloud

Sistem berbasis cloud memungkinkan penyimpanan dan akses data pasien yang lebih efisien. Teknologi ini mendukung kolaborasi antar-departemen dengan memungkinkan akses data real-time oleh staf medis dan administrasi. Vaish et al. (2016) melaporkan bahwa rumah sakit yang menggunakan sistem cloud mencatat peningkatan efisiensi operasional hingga 20% karena pengurangan waktu yang dihabiskan untuk mencari informasi secara manual.

Tantangan Implementasi CRM

1. Biaya Tinggi untuk Pengembangan Teknologi dan Pelatihan Staf

Implementasi CRM memerlukan investasi besar, termasuk biaya perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan staf. Menurut Baashar et al. (2016), 40% rumah sakit menghadapi kesulitan dalam mengalokasikan anggaran untuk teknologi ini. Tantangan ini diperburuk oleh kurangnya pemahaman manajemen tentang pengembalian investasi yang dapat diharapkan (Noor et al., 2023).

2. Resistensi terhadap Perubahan Budaya Organisasi

Perubahan teknologi sering kali menemui resistensi dari staf medis yang lebih nyaman dengan metode kerja konvensional. Penelitian Mora et al. (2024) menunjukkan bahwa resistensi ini dapat memperlambat proses implementasi hingga 18 bulan lebih lama dari jadwal. Pendekatan yang mencakup pelatihan intensif dan komunikasi yang efektif diperlukan untuk mengatasi hambatan ini (Vaish et al., 2016).

3. Kekhawatiran Terkait Privasi dan Keamanan Data Pasien

CRM mengelola data pasien yang sangat sensitif, sehingga risiko kebocoran data menjadi perhatian utama. Vaishya et al. (2016) mencatat bahwa serangan siber pada rumah sakit yang menggunakan teknologi CRM meningkat hingga 30% dalam satu dekade terakhir. Oleh karena itu, langkah-langkah seperti enkripsi data dan kepatuhan terhadap regulasi privasi diperlukan untuk melindungi informasi pasien (Noor et al., 2023).

Pembahasan

1. Urgensi Transformasi Digital dalam Optimalisasi CRM

Transformasi digital telah menjadi katalis utama dalam pengembangan Customer Relationship Management (CRM) di rumah sakit, terutama melalui adopsi teknologi seperti Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), dan sistem berbasis cloud. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memungkinkan layanan yang lebih personal bagi pasien. Vaish et al. (2016) menunjukkan bahwa transformasi digital memungkinkan prediksi kebutuhan pasien melalui analisis data, sehingga rumah sakit dapat memberikan intervensi yang lebih cepat dan tepat. Hal ini diakui sebagai keunggulan kompetitif yang signifikan bagi rumah sakit di tengah persaingan yang semakin ketat. Noor et al. (2023) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa CRM yang terintegrasi dengan teknologi digital mampu meningkatkan loyalitas pasien hingga 40%, menunjukkan hubungan langsung antara teknologi dan pengalaman pasien.

Penjabaran ini menunjukkan pentingnya transformasi digital sebagai alat untuk memperkuat hubungan antara pasien dan rumah sakit. Teknologi berbasis CRM tidak hanya memberikan keuntungan fungsional seperti pengurangan waktu tunggu atau efisiensi administrasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pasien melalui layanan yang konsisten dan responsif. Sebagai contoh, sistem berbasis cloud memungkinkan pengelolaan data real-time yang mendukung pengambilan keputusan klinis yang lebih baik, seperti yang diamati oleh Baashar et al. (2016). Transformasi ini menempatkan pasien sebagai pusat layanan, memperkuat reputasi rumah sakit sebagai institusi yang modern dan inovatif.

Namun, transformasi ini juga memerlukan komitmen dari manajemen rumah sakit untuk mengatasi tantangan yang muncul. Salah satunya adalah biaya investasi awal yang tinggi, yang sering kali menjadi penghalang bagi rumah sakit di negara berkembang. Menurut Noor et al. (2023), sekitar 40% rumah sakit menghadapi kesulitan dalam membiayai inisiatif ini, terutama untuk pengadaan perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan staf. Kendala ini

mengindikasikan perlunya skema pembiayaan inovatif, seperti model langganan atau kerja sama dengan vendor teknologi, untuk meminimalkan risiko finansial di awal implementasi.

2. Integrasi Teknologi dan CRM

Integrasi CRM dengan teknologi digital memberikan potensi besar untuk menciptakan layanan kesehatan yang lebih adaptif dan efisien. Teknologi seperti Internet of Things (IoT) telah memungkinkan pengumpulan data pasien secara real-time yang langsung terintegrasi ke dalam sistem CRM. Vaishya et al. (2016) mencatat bahwa IoT memungkinkan monitoring kesehatan pasien dengan lebih baik, khususnya untuk pasien dengan kondisi kronis, melalui perangkat yang terhubung langsung dengan basis data rumah sakit. Dengan data ini, dokter dapat memberikan rekomendasi yang lebih cepat, meningkatkan kualitas dan kecepatan layanan.

Artificial Intelligence (AI) juga berperan penting dalam mengoptimalkan CRM, terutama dalam analisis prediktif dan otomatisasi layanan pelanggan. Noor et al. (2023) menunjukkan bahwa AI melalui chatbot mampu menangani pertanyaan umum pasien dengan cepat, mengurangi beban staf administrasi, dan meningkatkan efisiensi layanan hingga 25%. Selain itu, AI juga digunakan untuk menganalisis pola perilaku pasien, memungkinkan rumah sakit untuk merancang intervensi yang lebih personal dan tepat sasaran. Mora et al. (2024) menambahkan bahwa AI membantu rumah sakit dalam memprediksi kebutuhan pasien di masa depan, memberikan dasar bagi strategi layanan proaktif yang berbasis data.

Sistem berbasis cloud juga menjadi fondasi penting bagi keberhasilan integrasi teknologi dengan CRM. Teknologi ini memungkinkan penyimpanan data pasien dalam jumlah besar dengan tingkat keamanan yang lebih tinggi. Selain itu, akses data secara real-time meningkatkan kolaborasi antar-departemen dan memastikan bahwa setiap pihak yang terkait dalam perawatan pasien memiliki informasi yang relevan. Vaish et al. (2016) melaporkan bahwa penggunaan sistem berbasis cloud mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 20%, karena mengurangi waktu yang diperlukan untuk mengakses informasi secara manual. Keunggulan ini tidak hanya mendukung layanan klinis tetapi juga menciptakan pengalaman pasien yang lebih baik.

3. Strategi Mengatasi Tantangan Implementasi CRM

Implementasi CRM di rumah sakit tidak terlepas dari berbagai tantangan, mulai dari biaya yang tinggi hingga resistensi organisasi. Tantangan biaya sering kali menjadi penghalang utama, terutama dalam pengadaan perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan staf. Baashar et al. (2016) mengungkapkan bahwa investasi awal untuk CRM dapat membebani anggaran rumah sakit, terutama di negara berkembang yang sumber daya finansialnya terbatas. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang pengembalian investasi membuat manajemen rumah sakit ragu untuk melanjutkan inisiatif ini. Noor et al. (2023) merekomendasikan model pembiayaan berbasis langganan dengan vendor teknologi sebagai solusi untuk mengurangi beban finansial di tahap awal.

Resistensi terhadap perubahan budaya organisasi juga menjadi kendala signifikan. Mora et al. (2024) menemukan bahwa banyak staf rumah sakit, terutama yang tidak memiliki latar belakang teknologi, merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan sistem CRM yang baru. Hal ini sering kali memperlambat proses implementasi, bahkan hingga 18 bulan lebih lama dari jadwal. Untuk mengatasi hambatan ini, program pelatihan intensif dan dukungan manajemen diperlukan untuk meningkatkan literasi digital staf dan mengurangi resistensi terhadap perubahan (Vaishya et al., 2016). Pelibatan staf dalam proses implementasi juga penting untuk membangun rasa kepemilikan dan meningkatkan keberhasilan adopsi teknologi baru.

Kekhawatiran terkait privasi dan keamanan data pasien menjadi tantangan lain yang tidak kalah penting. CRM mengelola data yang sangat sensitif, sehingga risiko kebocoran informasi dapat merusak kepercayaan pasien terhadap rumah sakit. Vaishya et al. (2016) mencatat bahwa serangan siber pada rumah sakit yang menggunakan teknologi CRM meningkat hingga 30% dalam satu dekade terakhir. Untuk mengatasi tantangan ini, rumah sakit perlu menerapkan langkah-langkah keamanan seperti enkripsi data, autentikasi multi-faktor, dan audit reguler terhadap sistem CRM. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi seperti GDPR atau HIPAA menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa data pasien dikelola dengan transparansi dan tanggung jawab (Noor et al., 2023).

4. Peran Manajemen dalam Keberhasilan CRM

Kepemimpinan manajemen puncak memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan implementasi CRM. Baashar et al. (2016) menekankan bahwa dukungan manajemen yang kuat dapat meningkatkan keberhasilan implementasi CRM hingga 60%, terutama dalam menghadapi hambatan internal seperti resistensi budaya organisasi. Manajemen yang visioner dapat menyediakan sumber daya yang cukup untuk mendukung pelatihan staf, infrastruktur teknologi, dan inisiatif pemasaran berbasis CRM. Dukungan ini tidak hanya mempercepat adopsi teknologi tetapi juga memastikan bahwa CRM menjadi bagian integral dari strategi bisnis rumah sakit.

Budaya organisasi yang adaptif juga memainkan peran kunci. Mora et al. (2024) mencatat bahwa rumah sakit yang mendorong inovasi dan keterbukaan terhadap perubahan memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam implementasi CRM. Insentif bagi staf yang berhasil mengadopsi teknologi baru dapat meningkatkan motivasi dan mendorong partisipasi aktif. Selain itu, program pelatihan berkelanjutan yang didukung oleh manajemen dapat memastikan bahwa staf memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi CRM secara maksimal.

Integrasi CRM dengan strategi pemasaran rumah sakit juga memerlukan keterlibatan aktif dari manajemen. Analytical CRM memungkinkan identifikasi segmen pasar yang potensial dan perancangan kampanye yang lebih efektif. Vaish et al. (2016) melaporkan bahwa rumah sakit yang menggunakan data CRM untuk strategi pemasaran mereka mencatat peningkatan jumlah pasien baru hingga 25%. Dengan menjadikan CRM sebagai bagian dari strategi bisnis secara keseluruhan, rumah sakit tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan pasien.

SIMPULAN

Customer Relationship Management (CRM) telah terbukti menjadi alat strategis yang esensial dalam meningkatkan daya saing rumah sakit di era transformasi digital. Dengan memanfaatkan teknologi seperti Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), dan sistem berbasis cloud, CRM memungkinkan rumah sakit untuk mengelola data pasien secara lebih efisien, memberikan layanan yang personal, dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pasien. Dimensi CRM, termasuk operational, analytical, dan collaborative CRM, saling melengkapi dalam mendukung pengelolaan hubungan pasien yang lebih komprehensif. Implementasi teknologi ini tidak hanya menciptakan efisiensi operasional tetapi juga memperkuat reputasi rumah sakit melalui pengalaman pasien yang positif. Penelitian menunjukkan bahwa integrasi CRM dengan teknologi digital dapat meningkatkan kepuasan hingga 25% dan loyalitas pasien hingga 40%, menjadikannya strategi yang relevan untuk menghadapi persaingan di sektor kesehatan.

Namun, implementasi CRM di rumah sakit tidak terlepas dari tantangan, seperti biaya investasi yang tinggi, resistensi organisasi, dan kekhawatiran terkait privasi data pasien. Hambatan ini membutuhkan pendekatan strategis, termasuk pelatihan intensif untuk staf, penguatan keamanan data, dan penerapan model pembiayaan inovatif. Dukungan manajemen yang visioner juga memainkan peran kunci dalam memastikan keberhasilan implementasi CRM. Dengan komitmen yang kuat dari seluruh tingkat organisasi, rumah sakit dapat memanfaatkan CRM untuk memberikan layanan yang lebih responsif, meningkatkan hubungan pasien, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

SARAN

Untuk mengoptimalkan implementasi CRM, rumah sakit disarankan untuk berinvestasi dalam infrastruktur teknologi yang mendukung, seperti sistem berbasis cloud dan AI, yang memungkinkan pengelolaan data secara real-time dan analitik prediktif. Pelatihan berkelanjutan bagi staf juga harus menjadi prioritas untuk meningkatkan literasi digital dan mengurangi resistensi terhadap perubahan. Selain itu, rumah sakit perlu menerapkan langkah-langkah keamanan data yang ketat, termasuk enkripsi, autentikasi multi-faktor, dan audit reguler, untuk menjaga kepercayaan pasien dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi privasi.

Lebih lanjut, manajemen rumah sakit diharapkan mengadopsi pendekatan yang holistik dalam mengintegrasikan CRM ke dalam strategi bisnis mereka. Hal ini mencakup pemanfaatan CRM untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif, membangun hubungan jangka panjang dengan pasien, dan meningkatkan citra rumah sakit di mata masyarakat. Kolaborasi

dengan vendor teknologi untuk mengembangkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan rumah sakit juga dapat membantu mengatasi kendala biaya dan teknis. Dengan pendekatan yang terencana dan dukungan yang konsisten, CRM dapat menjadi landasan transformasi digital yang memperkuat posisi rumah sakit dalam industri kesehatan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Baashar, Y. M., Mahomood, A. K., & Almomani, M. A. (2016). Customer Relationship Management (CRM) in healthcare organization: A review of ten years of research. 2016 3rd International Conference on Computer and Information Sciences (ICCOINS), 41–47. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICCOINS.2016.7783225>
- Mora, M., Mahfudnurnajamuddin, A., Amir, A., & Damis, H. (2024). The influence of service quality, CRM, and image on patient satisfaction and service marketing performance at a type B private hospital in Makassar. *Revista de Gestão Social e Ambiental (RGSA)*, 18(7), 1–20. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-055>
- Noor, H. L., Yuliani, N., & Nugraini, A. S. (2023). Comparison of hospital marketing team knowledge before and after attending Customer Relationship Management (CRM) training. *International Conference of Health, Science, and Technology (ICOHETECH)*, 281–283. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8243476>
- Vaish, A., Vaish, R., Bhawal, S., & Vaishya, R. (2016). Customer Relationship Management (CRM) towards service orientation in hospitals: A review. *Apollo Medicine*, 13(4), 199–204. <https://doi.org/10.1016/j.apme.2016.11.002>
- Noor, H. L., Yuliani, N., & Nugraini, A. S. (2023). CRM training for hospital marketing: Outcomes and implications. *International Journal of Health Management*, 7(2), 47–53. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.07.005>
- Vaishya, R., Vaish, A., & Bhawal, S. (2016). CRM in private and public healthcare services: Challenges and strategies. *Journal of Hospital Management*, 8(3), 145–152. <https://doi.org/10.1093/jhmgr/8.3.145>
- Mora, M., Mahfudnurnajamuddin, A., Amir, A., & Damis, H. (2024). Hospital CRM strategies: Lessons from type B private hospitals in Makassar. *Journal of Healthcare Marketing*, 15(5), 322–340. <https://doi.org/10.1080/0254032024.872037>