

OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI KLINIK KEI MEDIKA JAMBI

Lailyn Puad¹, Deya Helmawanti²

¹Universitas Negeri Islam Sulthan Thaha Saifuddin

²Universitas Nurdin Hamzah

Email: lailynfuad@gmail.com¹, deyahelma@gmail.com²

Abstrak

Pelayanan kesehatan yang optimal menuntut adanya hubungan yang berkelanjutan antara klinik dan pasien. Salah satu strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pasien adalah penerapan *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi CRM di Klinik Kei Medika Jambi, khususnya dalam kegiatan *follow up* pasien sebagai bagian dari upaya optimalisasi manajemen hubungan pasien. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi terhadap aktivitas bagian CRM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CRM di Klinik Kei Medika telah mendukung komunikasi dua arah dengan pasien melalui pesan otomatis, sistem poin loyalitas, dan penyebaran informasi kesehatan menggunakan platform *WhatsApp broadcast*. Sistem tersebut membantu meningkatkan retensi pasien serta membangun citra positif klinik sebagai penyedia layanan yang peduli terhadap kebutuhan pasien. Namun, penelitian ini juga menemukan sejumlah kendala, antara lain kurangnya dokumentasi hasil tindak lanjut pasien, keterbatasan fitur otomatisasi seperti *chat bot*, serta belum optimalnya integrasi data pasien yang berdampak pada proses evaluasi dan pengambilan keputusan. Upaya optimalisasi CRM dapat dilakukan melalui pengembangan sistem dokumentasi terintegrasi, peningkatan konten edukatif yang melibatkan tenaga medis, serta penerapan *chat bot* dengan fitur *quick reply* untuk mempercepat respons terhadap pasien. Dengan penerapan strategi tersebut, CRM dapat berfungsi lebih efektif dalam meningkatkan kualitas komunikasi, kepuasan, serta loyalitas pasien terhadap layanan kesehatan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, follow up pasien, loyalitas pasien, klinik, sistem informasi kesehatan.*

OPTIMIZATION CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT CRM AT KEI MEDIKA CLINIC, JAMBI

Abstract

Optimal healthcare services require continuous relationships between clinics and patients. One of the most effective strategies for enhancing patient satisfaction and loyalty is the implementation of *Customer Relationship Management* (CRM). This study aims to analyze the implementation of CRM at Kei Medika Clinic Jambi, particularly in patient follow-up activities as part of efforts to optimize patient relationship management. The research used a descriptive qualitative method involving direct observation, interviews, and documentation of CRM activities. The findings show that CRM implementation at Kei Medika Clinic has supported two-way communication with patients through automated messages, a loyalty point system, and health information dissemination via *WhatsApp broadcast*. These initiatives help improve patient retention and build a positive image of the clinic as a patient-centered healthcare provider. However, several challenges were identified, such as the lack of integrated documentation of follow-up results, limited automation features like chat bots, and the absence of a unified patient data system, which affects evaluation and decision-making processes. CRM optimization can be achieved through developing integrated documentation systems, enhancing educational content involving medical staff, and implementing chat bots with quick reply features to accelerate patient responses. Through these strategies, CRM can function more effectively in improving communication quality, patient satisfaction, and loyalty within healthcare services.

Keywords: *Customer Relationship Management, patient follow-up, patient loyalty, clinic, health information system.*

1. PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan merupakan sektor yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pasien. Dalam era digital saat ini, pasien tidak hanya menuntut pelayanan medis yang cepat dan akurat, tetapi juga mengharapkan perhatian yang personal, komunikasi yang efektif, serta tindak lanjut yang berkelanjutan dari pihak penyedia layanan kesehatan. Oleh karena itu, pengelolaan hubungan dengan pasien menjadi aspek strategis yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan daya saing fasilitas kesehatan.

Customer Relationship Management (CRM) muncul sebagai pendekatan strategis dalam membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan antara penyedia layanan kesehatan dan pasien. Melalui penerapan CRM, institusi kesehatan dapat memahami kebutuhan pasien secara lebih mendalam, menyusun strategi komunikasi yang tepat, serta menciptakan pengalaman layanan yang berkesinambungan. Penerapan CRM di bidang kesehatan juga terbukti berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat kepercayaan pasien, dan mendukung loyalitas jangka panjang terhadap institusi pelayanan kesehatan.

Klinik Kei Medika Jambi merupakan salah satu klinik swasta yang telah menerapkan sistem CRM dalam aktivitas manajemen hubungannya dengan pasien. Salah satu kegiatan utama dalam sistem ini adalah *follow up* pasien, yaitu tindak lanjut berupa komunikasi pasca pelayanan seperti pengingat jadwal kontrol, penyampaian informasi layanan, serta evaluasi kepuasan pasien. Melalui kegiatan *follow up*, klinik berupaya menjaga kedekatan emosional dengan pasien sekaligus memperoleh masukan langsung terkait kualitas layanan yang diberikan.

Namun, dalam praktiknya masih ditemukan sejumlah kendala seperti dokumentasi hasil *follow up* yang belum terintegrasi dengan baik, keterbatasan fitur otomatisasi seperti *chat bot* dan *quick reply*, serta belum optimalnya pengelolaan data pasien sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya optimalisasi penerapan CRM agar dapat berjalan secara lebih efektif, efisien, dan terukur.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis implementasi *Customer Relationship Management* di Klinik Kei Medika Jambi, khususnya pada kegiatan *follow up* pasien, serta mengidentifikasi langkah-langkah optimalisasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. Selain memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan sistem CRM di klinik tersebut, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur terkait penerapan CRM dalam sektor kesehatan di Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa CRM memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Aurelia et al., (2024) di RSUD Pademangan, misalnya, membuktikan bahwa kompetensi layanan dan pemanfaatan teknologi CRM berhubungan signifikan dengan loyalitas pasien. Sementara itu, penelitian oleh Dainuri & Samsinar (2023) di Klinik Pinangasia menekankan pentingnya pengembangan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* berbasis web untuk mendukung proses pendaftaran, penjadwalan, dan keluhan pasien secara terintegrasi. Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis praktik CRM yang sudah berjalan di lapangan dan bagaimana proses *follow up* pasien dapat dioptimalkan tanpa membangun sistem baru, melainkan memperkuat implementasi yang sudah ada.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai strategi pengelolaan hubungan pasien berbasis CRM serta rekomendasi pengembangan sistem yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan strategis yang digunakan organisasi untuk membangun, mempertahankan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui integrasi proses bisnis, sumber daya manusia, dan teknologi informasi (Buttle, 2007) sebagaimana dalam (Gifar & Muhsin, 2016). Dalam konteks layanan kesehatan, CRM berperan penting dalam memahami kebutuhan pasien, mengelola kepuasan dan loyalitas pasien. Menurut Plessis dan Boon (2008) sebagaimana dalam (Gifar & Muhsin, 2016), CRM memungkinkan organisasi mengantisipasi kebutuhan pelanggan berdasarkan data dan pengalaman sebelumnya, sehingga proses pelayanan dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Dengan dukungan teknologi, CRM menjadi alat yang memudahkan institusi kesehatan untuk memberikan layanan yang lebih personal dan berorientasi pada pasien.

Optimalisasi dan Manajemen Pelayanan Kesehatan

Optimalisasi dapat diartikan sebagai upaya sistematis untuk mencapai hasil terbaik secara efektif dan efisien (Rahmawan, 2012). Dalam konteks manajemen pelayanan kesehatan, optimalisasi berhubungan dengan bagaimana fasilitas kesehatan mengelola sumber daya dan proses kerja agar mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi. Manajemen yang baik mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan

terhadap seluruh aktivitas yang mendukung pelayanan kepada pasien (Hariyanto, 2018). Dengan demikian, penerapan manajemen yang terstruktur menjadi dasar bagi keberhasilan implementasi CRM, karena memastikan seluruh elemen pelayanan berjalan sesuai standar dan tujuan organisasi.

2.2 Loyalitas dan Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas terhadap fasilitas kesehatan. Menurut Griffin (2003) dalam (Imasari, 2011), loyalitas pelanggan tidak hanya ditunjukkan melalui pembelian berulang, tetapi juga melalui kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Dalam sector kesehatan, loyalitas pasien dipengaruhi oleh pengalaman positif selama menerima pelayanan, termasuk interaksi interpersonal, kemudahan akses informasi, serta tindak lanjut pasca perawatan. CRM menjadi jembatan untuk menciptakan loyalitas tersebut dengan menyediakan sistem komunikasi yang konsisten, memperhatikan umpan balik pasien, dan memberikan nilai tambah dalam setiap tahap pelayanan.

2.3 Follow Up Pasien dan Peran Teknologi

Follow up pasien merupakan kegiatan tindak lanjut setelah pasien menerima layanan medis, bertujuan untuk memantau kondisi, memastikan kepatuhan terhadap pengobatan, serta memberikan informasi tambahan terkait perawatan (Safira et al., 2020). Dalam era digital, kegiatan ini semakin terbantu oleh pemanfaatan teknologi seperti *Watzap broadcast*, seperti *auto message*, hingga *chat bot* yang mampu menjangkau banyak pasien secara cepat dan efisien. Dokumentasi hasil *follow up* yang baik juga menjadi sumber data penting untuk evaluasi kinerja layanan serta pengambilan keputusan strategis di bidang manajemen pasien.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, Tindakan, dan lain-lain secara holistic, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah Rukin (2019) dalam (Rahayu et al., 2022).

Penelitian dilakukan di Klinik Kei Medika Jambi, yang beralamat di Jl. R. Wijaya No.47-5, Handil Jaya, Kecamatan Jelutung, Kota Jambi. Klinik ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena telah menerapkan sistem CRM sebagai bagian dari strategi pengelolaan hubungan pasien. Subjek penelitian meliputi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas CRM, yaitu staf bagian *Customer Relationship Management*, serta pasien yang menjadi penerima layanan tindak lanjut (*follow up*). Objek penelitian mencakup proses implementasi CRM, strategi komunikasi pasien, dan sistem pengelolaan data pasien yang digunakan di Klinik Kei Medika Jambi.

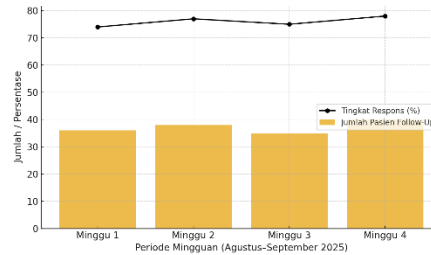
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga Teknik utama yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi langsung dilakukan terhadap aktivitas bagian CRM dalam melakukan *follow up* pasien, pengelolaan otomatis, dan dokumentasi interaksi pasien. Wawancara mendalam dilakukan dengan staf CRM, serta kepala bagian administrasi yang terlibat dalam pengelolaan hubungan pasien. Serta dokumentasi berupa arsip laporan, pesan *watzap broadcast*, pesan-pesan tindak lanjut pasien, serta data rekapan pasien yang digunakan untuk evaluasi kegiatan CRM.

Adapun teknik analisis data yang dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan yakni reduksi data yaitu proses memilah dan menyederhanakan data lapangan yang relevan dengan focus penelitian, pengajian data yaitu pengelompokan hasil temuan ke dalam kategori seperti pola komunikasi, kendala sistem, dan strategi optimalisasi, serta penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang diperoleh untuk menggambarkan sejauh mana efektivitas penerapan CRM dalam meningkatkan hubungan dan kepuasan pasien.

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan prinsip etika, seperti menjaga kerahasiaan identitas pasien dan tidak mempublikasikan data pribadi yang bersifat sensitive. Seluruh kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan izin dari pihak manajemen Klinik Kei Medika Jambi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) di Klinik Kei Medika Jambi terus dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan *follow up* pasien dan pengelolaan data interaksi. Pada tahap awal, dokumentasi tindak lanjut pasien belum sepenuhnya terdigitalisasi, sehingga diperlukan upaya untuk membangun sistem pencatatan yang lebih sistematis. Sebagai tindak lanjut, tim CRM merancang sistem dokumentasi berbasis *google sheet* terstruktur yang mencakup nama pasien, jenis layanan, status komunikasi, dan hasil tindak lanjut. Berdasarkan hasil observasi selama agustus-september 2025, rata-rata terdapat 35-40 pasien yang di *follow up* setiap minggu, dengan tingkat respons mencapai 76%.



Gambar 1. Grafik Jumlah dan Respons Follow-Up Pasien CRM di Klinik Kei Medika Jambi

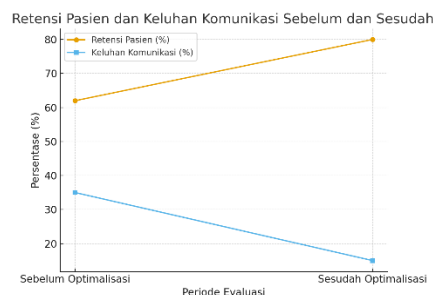
Melalui sistem ini data dapat direkap dan dianalisis secara berkala, sehingga mempercepat proses pelaporan dari rata-rata dua hari menjadi 6 jam kerja. Sistem pelacakan ini juga mempermudah pemantauan kepuasan pasien serta memberikan dasar analisis terhadap efektivitas komunikasi antar periode.

Untuk meningkatkan efisiensi komunikasi, bagian CRM harus melakukan pengembangan fitur *chat bot* dan *quick reply* berbasis *whatsapp business API*. Inovasi ini dirancang untuk mengakomodasi pertanyaan yang bersifat repetitive, seperti informasi harga layanan, jadwal praktik dokter, atau promo yang sedang berjalan. Pasien dapat memilih opsi interaktif seperti “booking jadwal”, “konsultasi dokter”, atau “informasi promo” tanpa harus mengetik manual. Selain itu, sistem *auto-response* digunakan untuk menjawab pertanyaan umum secara otomatis berdasarkan data yang diperbarui secara periodik. Penerapan sistem ini diproyeksi mampu mengurangi beban kerja staf CRM hingga 40%, sekaligus mempercepat waktu tanggapan dari rata-rata 15 menit menjadi 3 menit di luar jam operasional. Hasil uji coba internal menunjukkan bahwa sistem otomatisasi ini berkontribusi terhadap peningkatan kecepatan komunikasi dan kepuasan respon pasien.

Dalam rangka memperluas jangkauan komunikasi serta memperkuat citra klinik, Klinik Kei Medika melakukan inovasi dalam penyusunan konten edukasi dan promosi digital. Sebelumnya, informasi disampaikan dalam format pesan standar melalui *broadcast*, namun pada tahap pengembangan ini dilakukan transformasi kearah konten interaktif berbentuk video edukasi dan infografis berdurasi 30-60 detik. Konten tersebut juga melibatkan tenaga medis (dokter dan perawat) sebagai narrator/yang memberikan edukasi untuk meningkatkan kredibilitas pesan. Hasil pengamatan menunjukkan adanya peningkatan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) hingga 68%, serta kenaikan jumlah kunjungan pasien baru sebesar 12% setelah dua minggu distribusi konten melalui *watzap broadcast*. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa media visual interaktif berperan signifikan dalam membangun kesadaran dan kepercayaan pasien terhadap layanan kesehatan yang ditawarkan.

Kemudian sistem penghargaan berbasis poin (XP) merupakan salah satu startegi CRM yang diterapkan untuk meningkatkan keterikatan jangka Panjang pasien. Dalam proses optimalisasi, dilakukan penyempurnaan berupa kampanye sosialisasi digital yang menjelaskan manfaat dan mekanisme perolehan poin melalui pesan personal dan poster interaktif. Selain itu, diterapkan juga program *referral* pasien, di mana setiap pasien yang merekomendasikan layanan kepada kerabat/teman memperoleh tambahan 10 XP. Langkah tersebut memperkuat partisipasi pasien dalam sistem loyalitas sekaligus meningkatkan promosi berbasis kepercayaan antar pengguna layanan.

Untuk memperkuat efektivitas sistem CRM, Klinik Kei Medika menerapkan proses integrasi data pasien melalui penetapan *unique patient id* yang menghubungkan data diri bagian pendaftaran, pelayanan medis, dan CRM. Integrasi ini memungkinkan analisis yang lebih akurat terhadap riwayat kunjungan dan tindak lanjut pasien. Laporan data kemudian divisualisasikan menggunakan *google data studio*, menampilkan grafik retensi pasien, tinngkat respons *follow up*, dan efektivitas komunikasi staf. Berdasarkan hasil evaluasi triwulan September 2025, tercatat peningkatan retensi pasien sebesar 18%, serta penurunan keluhan keterlambatan komunikasi sebesar 20% dibandingkan periode sebelumnya.



Gambar 2. Grafik Perbandingan Retensi Pasien dan Keluhan Komunikasi Sebelum dan Sesudah Optimalisasi CRM

Evaluasi rutin juga dilakukan untuk mengukur performa staf CRM menggunakan indikator utama seperti jumlah tindak lanjut berhasil, waktu tanggapan, dan tingkat konversi kunjungan ulang. Hasil analisis menunjukkan tren peningkatan konsistensi dan efisiensi dalam pelaksanaan CRM.

Penerapan langkah-langkah penguatan CRM di Klinik Kei Medika Jambi menunjukkan bahwa transformasi digital dan strategi komunikasi yang terintegrasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas layanan. Sistem dokumentasi terstruktur mempercepat proses tindak lanjut, otomatisasi pesan meningkatkan responsivitas, konten edukatif memperkuat citra klinik, dan sistem loyalitas berbasis data menumbuhkan hubungan jangka panjang dengan pasien.

Dengan implementasi yang terukur ini, CRM tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi administratif, melainkan sebagai komponen strategis dalam manajemen mutu pelayanan kesehatan. Klinik Kei Medika kini mampu melakukan pendekatan pasien secara lebih personal, efisien, dan berbasis data, sehingga memperkuat posisi sebagai penyedia layanan yang adaptif terhadap perkembangan digital dan kebutuhan pasien modern.

5. KESIMPULAN

Penelitian mengenai optimalisasi *customer relationship management* (CRM) di Klinik Kei Medika Jambi menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan pasien. Penerapan CRM yang melibatkan kegiatan *follow up*, komunikasi digital, sistem loyalitas, serta penyebaran informasi kesehatan terbukti mampu memperkuat hubungan jangka panjang antara klinik dan pasien.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengembangan sistem dokumentasi terstruktur berbasis *google sheet* berhasil mempercepat proses pelaporan dari rata-rata dua hari menjadi enam jam kerja, serta meningkatkan tingkat respons pasien hingga 76% dari total 35-40 pasien yang di *follow up* setiap minggu. Penerapan *chat bot* dan *quick reply* berbasis *whatsapp business API* juga menunjukkan potensi signifikan dalam efisiensi waktu tanggapan, menurunkan rata-rata waktu respon dari 15 menit menjadi 3 menit, serta mengurangi beban kerja staf CRM hingga 40%.

Selain itu inovasi pada konten edukasi dan promosi digital yang melibatkan tenaga medis sebagai narrator/ yang memberikan edukasi berhasil meningkatkan *engagement rate* pasien menjadi 68% dan menaikkan jumlah pasien baru sebesar 12% dalam periode dua minggu.

Integrasi data pasien menggunakan *unique patient id* serta visualisasi laporan berbasis *google data studio* memberikan hasil nyata terhadap peningkatan retensi pasien sebesar 18%, serta penurunan keluhan keterlambatan komunikasi hingga 20% dibandingkan periode sebelumnya. Dengan demikian, penerapan CRM di Klinik Kei Medika Jambi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas pasien terhadap klinik.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa CRM bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi administrative, tetapi juga sebagai fondasi strategis dalam membangun sistem layanan kesehatan yang adaptif, personal, dan berbasis data. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa digitalisasi hubungan pasien berperan penting dalam mendukung misi klinik untuk menghadirkan pelayanan kesehatan yang lebih modern, efisien, dan berorientasi pada kepuasan masyarakat.

6. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengamatan yang dilakukan, beberapa rekomendasi pengembangan dapat dijadikan acuan untuk peningkatan eektivitas penerapan CRM di masa mendatang, yaitu sebagai berikut:

1. Penguatan sistem dokumentasi terintegrasi

Klinik disarankan untuk mengembangkan sistem CRM berbasis web atau *dashboard analytics* yang menggabungkan seluruh data pasien, Riwayat komunikasi, dan hasil tindak lanjut dalam satu platform terpadu. Hal ini akan memudahkan analisis tren kepuasan pasien dan pengambilan keputusan manajerial berbasis data.

2. Peningkatan kapasitas fitur otomatisasi komunikasi

Pengembangan *chat bot* dengan sistem *auto-learning* atau berbasis *Artificial Intelligence (AI)* dapat menjadi solusi jangka panjang untuk mempercepat interaksi pasien dan memberikan pelayanan informasi dan responsive tanpa batasan waktu operasional.

3. Pengembangan konten edukasi yang partisipatif

Tenaga medis sebaiknya terus dilibatkan dalam proses produksi konten edukatif, tidak hanya sebagai narator tetapi juga sebagai kurator informasi kesehatan. Strategi ini akan memperkuat kredibilitas pesan sekaligus meningkatkan kesadaran pasien terhadap pentingnya perawatan berkelanjutan.

4. Optimalisasi sistem loyalitas pasien

Program *XP reward* dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan fitur pemantauan poin melalui aplikasi pasien dan variasi insentif yang relevan, seperti *voucher* layanan kesehatan, pemeriksaan gratis, atau potongan harga untuk kunjungan berikutnya.

5. Evaluasi performa CRM secara periodik

Evaluasi kinerja CRM perlu dilakukan setiap tiga bulan melalui analisis indikator seperti jumlah *follow up*, tingkat respons, retensi pasien, serta kepuasan pengguna layanan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar penyusunan strategi CRM berikutnya agar sistem tetap adaptif terhadap kebutuhan pasien dan perkembangan teknologi komunikasi kesehatan.

6. Kolaborasi lintas divisi

Penguatan sinergi antara bagian CRM, administrasi, dan tenaga medis akan menciptakan siklus komunikasi internal yang lebih efektif. Kolaborasi ini dapat mempercepat tindak lanjut, memperkaya konten layanan, dan memastikan setiap data pasien terkelola secara konsisten di seluruh lini operasional.

Dengan penerapan rekomendasi tersebut, CRM di Klinik Kei Medika Jambi berpotensi berkembang menjadi sistem manajemen hubungan pasien yang lebih terukur, efisien, dan berorientasi pada pengalaman pasien. Inovasi digital, integrasi data, dan komunikasi berbasis kepercayaan akan memperkuat posisi klinik sebagai Lembaga kesehatan modern yang mampu memberikan layanan berkelanjutan dan bernilai tambah bagi masyarakat.

7. DAFTAR PUSTAKA

- [1] AURELIA, Z., EFKELIN, R., & HARAHA, S. G. (2024). Hubungan Customer Relationship Management (CRM) dengan Loyalitas Pasien di Bagian Administrasi Rumah Sakit Umum Daerah Pademangan. *Malahayati Nursing Journal*, 6(11), 4769–4784. <https://doi.org/10.33024/mnj.v6i11.17202>
- [2] DAINURI, W., & SAMSINAR, S. (2023). Analisis Dan Perancangan Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Dalam Meningkatkan Loyalitas Pasien Klinik Pinangasia. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, 6(1), 37–46. <https://doi.org/10.36080/idealis.v6i1.2989>
- [3] GIFAR, M. H. AL, & MUHSIN. (2016). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Online Di Toko Utami. *Jurnal Nuansa Informatika*, 11(1), 62–69.
- [4] HARIYANTO, S. (2018). Sistem Informasi Manajemen. *Sistem Informasi Manajemen*, 9(1), 80–85. <https://jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/viewFile/75/69>
- [5] IMASARI, K. DAN K. K. N. (2011). Pengaruh Customer Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT BCA Tbk. *Fokus Ekonomi (FE)*, 10(3), 183–192.
- [6] RAHAYU, E., KIFTI, W. M., & ROYAL, S. (2022). Analisis Implementasi Customer Relationship. *Journal of Science and Social Research*, 5(1), 37–42.
- [7] RAHMAWAN, E. (2012). OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) dalam peningkatan pendapatan daerah (studi pemutan pajak bumi dan bangunan (pbb) di kecamatan limpasu. *OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) Dalam Peningkatan Pendapatan Daerah (Studi Pemutan Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Di Kecamatan Limpasu, I*, 23–39.
- [8] SAFIRA, T., SALEH, M. Y., & REMMANG, H. (2020). Indonesian Journal of Business and Management PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PELABUHAN INDONESIA IV (Persero) CABANG AMBON The Effect of Customer Relationship Management. *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 66–70.