



PEMBUATAN MODEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI RS KIA PERMATA BUNDA

¹Viviani Rosmala Dewi (09018145), ²Ali Tarmuji (0014107301)

¹²Program Studi Teknik Informatika
Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Dr. Soepomo Janturan Yogyakarta Telp. (0274) 379418

Email : rosmalavi_dewi19@yahoo.com¹, alitarmuji@tif.uad.ac.id²

Abstrak

RS KIA Permata Bunda merupakan salah satu rumah sakit yang melayani ibu dan anak. Selain itu RS KIA Permata Bunda juga melayani hampir seluruh penyakit umum. Sistem informasi CRM (Customer Relationship Management) ini dibangun dengan menyesuaikan kebutuhan di RS KIA Permata Bunda. Pembuatan Model Customer Relationship Management ini dilihat dari sudut pandang proses bisnis, data dan teknologi informasi yang diterapkan di RS KIA Permata Bunda serta pembuatan model Customer Relationship Management ini tidak sampai pada pembuatan aplikasi.

Subyek yang akan dibahas pada penelitian ini adalah "Pembuatan Model CRM di RS KIA Permata Bunda". Adapun tahapan dalam pembuatan model CRM ini antara lain pengumpulan data (observasi, wawancara, studi pustaka, metode kuesioner). Analisis data meliputi analisis SWOT, analitical, collaborative, Pembuatan Model meliputi Pembuatan proses bisnis baru, Arsitektur data, Arsitektur aplikasi, Arsitektur teknologi, pembuatan model CRM, uji kelayakan model, serta Rekomendasi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menghasilkan model perencanaan yaitu "Model Customer Relationship Management" membantu pihak RS KIA Permata Bunda dalam menentukan perencanaan dan pengembangan sistem informasi yang mengarahkan pada hubungan RS KIA Permata Bunda dengan customer. Berdasarkan hasil uji kelayakan yang dihasilkan telah sesuai dengan kebutuhan bisnis dan layak direkomendasikan karena penelitian dari responden 100% menyetujui model CRM yang diusulkan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management (CRM), RS KIA Permata Bunda*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat belakangan ini telah memasuki hampir semua bidang kehidupan, hal ini ditandai dengan banyaknya pengguna komputer, baik untuk kepentingan perusahaan atau bisnis sampai kepada hal-hal yang bersifat hiburan, pendidikan dan kesehatan.

Salah satu sistem informasi yang dapat dikembangkan pada sebuah perusahaan yaitu *Customer Relationship Management (CRM)*, atau dengan kata lain Manajemen Hubungan Pelanggan. CRM adalah suatu metode atau cara perusahaan untuk melakukan tindakan-tindakan baru dengan tujuan meningkatkan pelanggan dan juga mempertahankan loyalitas pelanggannya sendiri. Dengan menggunakan CRM suatu perusahaan memiliki cara baru dalam pengembangan bisnis yang dijalankannya. CRM tidak hanya dapat dilakukan dalam bidang perdagangan produksi saja, namun dibidang jasa atau pelayananpun CRM dapat diterapkan, salah satunya dibidang kesehatan yaitu rumah sakit.

RS KIA Permata Bunda adalah salah satu rumah sakit yang mempunyai tujuan pengobatan dan perawatan khusus ibu dan anak. Selain itu, RS KIA Permata Bunda juga melayani hampir seluruh penyakit umum dan memiliki institusi perawatan darurat untuk melakukan pemeriksaan dan memberikan pertolongan pertama kepada pasien. Rumah sakit ini belum memiliki fasilitas kesehatan yang cukup lengkap untuk memberikan pelayanan kepada pasiennya serta unit-unit yang diperlukan dalam proses pelayanan seperti pendaftaran, poli (rawat jalan), Unit Gawat Darurat (UGD), apotek, dan kasir.

II. LANDASAN TEORI

a. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu yang digunakan sebagai referensi pada penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gardanella Agustiani (2010) mengenai *Customer Relationship Management* di rumah sakit dari STIMIK GI MDP dengan judul “Analisis dan Perancangan CRM pasien Rawat Inap Pada RS. DR. A. K. Gani Palembang”. Dalam Penelitiannya Gardanella mengatakan dalam sebuah rumah sakit CRM juga sangat di perlukan, karena dalam penerapan ini manajemen rumah sakit dapat terkontrol dengan baik sehingga dapat memberikan pelayanan terhadap pasien semaksimal mungkin (Gardanella Agustiani, 2010).

Penelitian tentang CRM yang berjudul “Pembuatan Model *Customer Relationship Management (CRM)* Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta”. Dalam penelitian ini penulis mengatakan bahwa pelayanan terhadap masyarakat dalam bentuk informasi dan keluhan belum maksimal karena respon yang diberikan cukup lama sehingga dalam penelitian ini akan menghasilkan kerangka model CRM Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta yang dapat memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan *customer* melalui pelayanan yang tersedia (Setiwa Arum, 2013).

Dilihat dari penelitian terdahulu maka akan dibuat penelitian lebih lanjut dengan judul “Pembuatan Model *Customer Relationship Management (CRM)* di RS KIA Permata Bunda”.

b. Teori Pendukung

1. Model

Model adalah pola (contoh, acuan dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan (departemen P dan K, 1984:75). Sementara itu, Simarmata (1983: ix-xii), menyebutkan model adalah abstraksi dari sistem sebenarnya, dalam gambaran yang lebih sederhana serta mempunyai tingkat prosentase yang bersifat menyeluruh, atau model adalah abstraksi dari realitas dengan hanya memusatkan perhatian pada beberapa sifat dari kehidupan sebenarnya (Jogiyanto HM, 2007).

2. Pengertian *Customer Relationship Management*

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu pendekatan secara strategis yang terkait dengan peningkatan *value* pada *shareholder* melalui pengembangan hubungan yang tepat dengan *customer*. CRM mempersatukan potensi tentang teknologi informasi dan strategi pemasaran, dimana dengan adanya pemersatuan potensi ini, hubungan yang saling menguntungkan akan terjalin yaitu hubungan strategis pemasaran yang lebih baik dan hubungan dengan jangka panjang kepada *customer* (A. H Danardatu, 2003)

3. Tahap pengembangan teknologi *Customer Relationship Management* (CRM)

a. *Operational CRM* difokuskan pada automasi dari proses bisnis (penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan) pada *frontoffice*. Sebagaimana dicontohkan dalam pengembangan *call center* perusahaan yang mengadopsi dari sistem penjualan otomatis.

b. *Analytical CRM* melibatkan pengambilan, penyimpanan, analisis integrasi dan analisis interpretasi serta penggunaan dari pembuatan data pada sisi operasional bisnis. Dimana integrasi dari *Operational CRM* dan *Analytical CRM* merupakan solusi pertimbangan yang penting.

c. *Collaborative CRM* melibatkan penggunaan layanan kerjasama dan infrastruktur untuk membuat interaksi antara perusahaan dengan pelanggan dan jalur komunikasi yang memungkinkan (Rezki Alfira Gazali, 2012)

4. Proses Bisnis

Proses bisnis adalah suatu kumpulan aktivitas atau pekerjaan yang saling terkait untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu atau yang menghasilkan produk atau layanan. Suatu proses bisnis dapat dipecah menjadi beberapa sub-proses yang masing-masing memiliki atribut sendiri tapi juga berkontribusi untuk mencapai tujuan dari sub-prosesnya. Analisis proses bisnis umumnya melibatkan pemetaan proses dan sub-proses didalamnya sehingga tingkat aktivitas atau kegiatan. Proses bisnis dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang terukur dan terstruktur untuk memproduksi output tertentu untuk kalangan pelanggan tertentu.

5. *Entity Relationship Diagram* (ERD)

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah model *Entity Relationship* yang berisi komponen-komponen himpunan entitas dan himpunan relasi yang masing-masing dilengkapi dengan atribut-atribut yang mempersentasikan seluruh fakta dari dunia nyata yang kita tinjau.

6. *Control objectives for information and related technology* (COBIT)

a. Pengertian COBIT

Control objectives for information and related technology (COBIT) adalah sekumpulan dokumentasi *best practice* untuk TI *Governance* yang dapat membantu auditor, penggunaan (*user*) dan manajemen untuk menjembatani *gap* antara resiko bisnis, kebutuhan kontrol, dan masalah-masalah teknis IT (Kridanto Surendro, 2009)

b. Tingkat kematangan COBIT

COBIT juga memberikan suatu model kematangan dalam tata kelola teknologi informasi, yang meliputi 6 tingkat kematangan, yaitu:

- 1) Level 0 : proses TI tidak dilaksanakan
- 2) Level 1: proses TI dilakukan secara instan/ *ad-ho*
- 3) Level 2: proses TI dilakukan secara berulang-ulang tapi tidak terdokumentasi
- 4) Level 3: proses TI dilakukan sesuai dengan standar aturan/prosedur yang telah didokumentasikan
- 5) Level 4: proses TI dilakukan sesuai prosedur dan terdapat ukuran/matrik yang digunakan untuk menilai jalannya proses
- 6) Level 5: proses TI menggunakan *software/tools* otomatis dan memanfaatkan *best-practices* yang dilakukan oleh organisasi lain

c. Perhitungan COBIT

Pengolahan data dimulai dengan menginputkan hasil data yang disesuaikan dengan jenis kuesioner (DS), kemudian dilakukan pengklasifikasian kuesioner berdasarkan atributnya (*As Is* dan *To be*), selanjutnya dilakukan rekapitulasi data berdasarkan kuantitas jumlah level yang dipilih, kemudian dilakukan perhitungan persentase berdasarkan tabel rekapitulasi data tersebut. Adapun rumus perhitungan persentase tersebut adalah sebagai berikut:

Setelah dilakukan perhitungan persentasi masing-masing level dilakukan perhitungan rekapitulasi/jumlah persentase dimasing-masing level. Adapun perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

Setelah dilakukan perhitungan jumlah persentase masing-masing level dilakukan perhitungan nilai *maturity* setiap atribut. Adapun perhitungan nilai *maturity* adalah sebagai berikut:

Setelah diketahui nilai *maturity*, akan dicari nilai analisis *gap* (kesenjangan)atribut kematangannya dengan perhitungan sebagai berikut:

Setelah nilai atribut kematangan diketahui, maka tiap pilihan jawaban kuisisioner dapat dipetakan ke dalam nilai kematangan. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

III. METODE PENELITIAN

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi Subjek penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah "Pembuatan model *Customer Relationship Management* (CRM) di RS KIA Permata Bunda".

b. Alat dan Bahan Penelitian

Spesifikasi kebutuhan yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari kebutuhan perangkat keras (*hardware*) dan kebutuhan perangkat lunak (*software*) yaitu sebagai berikut :

1. Perangkat keras (*hardware*)

Perangkat keras yang dibutuhkan berupa komputer dan perlengkapan pendukungnya, antara lain :

- a. Intel (R) Core (TM) i3 CPU 2.1GHz
- b. RAM 2 GB
- c. Hardisk 500 GB
- d. Mouse
- e. Printer
- f. Modem

2. Perangkat lunak (*software*)

Perangkat lunak yang digunakan antara lain:

- a. Microsoft Windows 7
- b. Microsoft Office Word 2007
- c. Microsoft Office Visio 2007
- d. Microsoft Office Excel 2007
- e. Browser: Google Chrome dan Mozilla Firefox

c. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian, adapun metode yang digunakan yaitu:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Studi Pustaka
4. Metode kuesioner

d. Analisis kondisi saat ini

Tahap untuk mengetahui kondisi pelayanan yang sedang berjalan di Rumah Sakit Permata Bunda, seperti halnya ditinjau secara singkat mengenai informasi Rumah sakit Permata Bunda, visi dan misi, struktur organisasi, sumber daya manusia, sarana/prasarana dan operasional yang sedang berjalan di Rumah sakit tersebut.

e. Analisis SWOT

Merupakan metode paling dasar yang berguna untuk melihat suatu topik dan permasalahan dari 4 sisi berbeda pada Rumah Sakit Permata Bunda. Empat sisi tersebut meliputi analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Proses CRM yang dibuat selalu berkaitan dengan visi, misi, strategi dan kebijakan Rumah sakit. Analisis SWOT

digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan Rumah Sakit dan menggambarkan situasi yang terjadi saat ini.

f. Analisis kondisi yang diharapkan

1. Analytical CRM

Analytical CRM ini membahas mengenai data dalam hal ini proses pengambilan data, analisis dan data intersentasi data dan penggunaan data. Pengolahan data yang dilakukan yaitu dengan mengolah data yang sudah didapat melalui penyebaran kuisisioner, adapun jenis kuisisioner yang dimaksud adalah sebagai berikut :

a. Kuisisioner *Delivry and Support* (DS)

Delivry Support merupakan kuisisioner yang membahas tentang pengelolaan layanan yang berkelanjutan, kinerja pelayanan, kekuatan TI dan mengelola permasalahan yang ada di bagian pelayanan RS KIA Permata Bunda.

b. Kuisisioner *Planning Organisation* (PO)

Planning Organisation merupakan kuisisioner yang membahas tentang perencanaan dan harapan dari pengembangan SI/TI yang ada di Bagian Pelayanan.

2. Collaborative CRM

Analisis kondisi *collaborative CRM* membahas tentang interaksi antara rumah sakit dengan kemungkinan menggunakan media komunikasi dalam berinteraksi dengan *customer*. Beberapa media komunikasi yang dijadikan alat interaksi seperti telepon, *e-mail*. Pada pemodelan CRM kali ini akan lebih difokuskan dalam pengelolaan *customer* dari segi teknologi dan sistem informasi.

g. Langkah Pemodelan CRM

Proses pembuatan rancangan model CRM, yaitu:

1. Pembuatan proses bisnis baru
2. Pembuatan arsitektur SI yang meliputi:
 - a. Arsitektur data
 - b. Arsitektur aplikasi
3. Pembuatan arsitektur infrastruktur jaringan
4. Perancangan kerangka model CRM

h. Pengujian Model

Pengujian dilakukan dengan cara menjelaskan tentang teori CRM, kemudian responden diminta untuk memberikan tanggapan apakah pemodelan tersebut telah sesuai dengan kebutuhan RS KIA Permata Bunda yang berorientasi pada pelayanan pelanggan, serta menjawab kuisisioner daftar pernyataan. Uji kelayakan ditinjau kepada seksi dan bidang terkait selaku entitas yang bertanggung jawab atas pelayanan yang berjalan di Rumah Sakit Permata Bunda. Selain uji kelayakan model pada Rumah Sakit Permata Bunda dilakukan pula uji kepuasan pelayanan kepada *customer*.

i. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan di RS KIA Permata Bunda, memberikan rekomendasi terkait dengan hasil pembuatan model CRM yang didasarkan pada pengujian model. Rekomendasi diharapkan dapat

memberikan perubahan yang diharapkan dan memadai, baik dari aspek internal maupun eksternal serta dapat merubah hubungan manual menjadi hubungan teknologi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis kondisi saat ini

Analisis informasi merupakan tahapan awal dalam proses pembuatan model CRM, karena data-data yang diperlukan untuk pembuatan model CRM harus melalui proses analisis terlebih dahulu agar model CRM yang dihasilkan nantinya dapat sesuai dengan tujuan dari rumah sakit.

B. Analisis SWOT

Hasil analisis SWOT yang ada di RS KIA permata Bunda dilihat dari aspek Sumber daya Manusia adalah:

a. *STRENGTH* (kekuatan)

- 1) RS KIA Permata Bunda memiliki banyak dokter yang berkualitas dan profesional.
- 2) RS KIA Permata Bunda sudah mempunyai banyak SDM yang berpengalaman di bidang keperawatan dan manajemen kesehatan, karena memang sudah mempunyai masa kerja dan pengalaman yang cukup lama.

b. *WEAKNESS* (kelemahan)

- 1) *Webside* yang masi dalam tahap perencanaan.
- 2) Keterbatasan personil dalam jajaran struktur organisasi.
- 3) Belum adanya sistem manajemen yang standar karena masih banyak personil yang memegang tanggung jawab rangkap.

c. *OPPORTUNITY* (peluang/kesempatan)

- 1) Lokasi RS KIA Permata Bunda yang tidak jauh dari jalan/ jalur utama kota yogyakarta sehingga mudah dicapai oleh masyarakat.
- 2) Banyaknya instansi di Yogyakarta baik instansi negeri maupun swasta yang sudah mempunyai hubungan kerja yang baik dengan RS KIA Permata Bunda.
- 3) Kondisi pelayanan kesehatan lain yang kurang memadai dan tidak bekerja sama dengan jaminan-jaminan kesehatan pemerintah.

d. *THREATS* (ancaman)

- 1) Pesaing-pesaing yang telah memanfaatkan internet.
- 2) Perkembangan teknologi yang cepat.
- 3) Keterbatasan dana/ keuangan/ modal organisasi yang menghambat pengembangan fisik.

C. Analisis kondisi yang diharapkan RS KIA Permata Bunda

1. *Analytical CRM*

Pada tahap ini model kematangan digunakan oleh RS KIA Permata Bunda untuk mengevaluasi tingkat kematanga (*Maturity Level*) proses TIK secara mandiri dengan menggunakan metode penilaian dengan model kematangan dapat di identifikasi:

- a. Posisi RS KIA Permata Bunda saat ini terhadap proses SI (*as-is*)
- b. Harapan RS KIA Permata Bunda terhadap proses SI (*to-be*)
- c. Perbandingan kesenjangan antara kondisi saat ini (*as-is*) dengan kondisi yang diharapkan (*to-be*).

2. Collaborative CRM

a. Strategi pengembangan layanan

Agar dapat menjalankan kegiatan yang ada di RS KIA Permata Bunda dengan lebih baik, pengolahan sumber daya informasi harus memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas, maka peran dan tanggung jawab RS KIA Permata Bunda.

b. Strategi pengembangan aplikasi

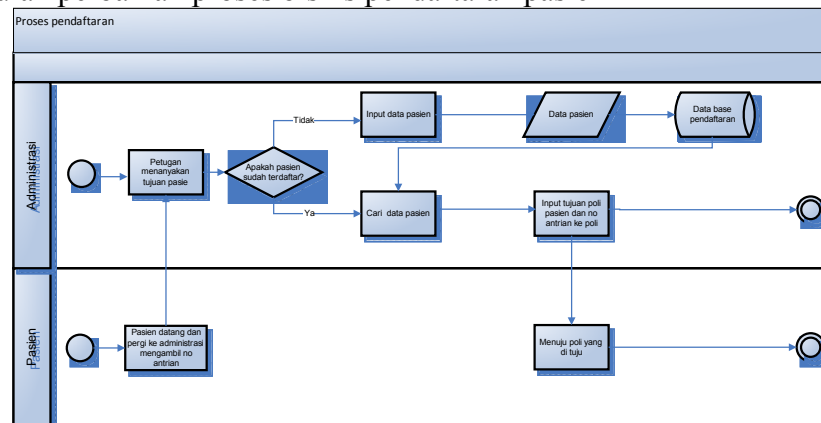
Pengembangan aplikasi agar difokuskan pada pengembangan aplikasi yang berintegrasi. Untuk aplikasi baru, integrasi dapat dilakukan pada level basis data.

D. Kebutuhan informasi

Kebutuhan informasi yang akurat dan tepat sasaran menjadi bagian yang penting dalam kesuksesan sebuah implementasi CRM ini bisa dilihat pada sistem informasi aplikasi, pengembangan layanan yang dilakukan oleh RS KIA Permata Bunda.

D. Proses bisnis baru

a. Usulan perbaikan proses bisnis pendaftaran pasien



Gambar :Proses bisnis pendaftaran pasien

Analisis :

Pada proses pendaftaran pasien setelah dikaji maka untuk pasien lama yang sudah pernah menggunakan jasa rumah sakit maka telah memiliki kartu pasien yang nantinya ditunjukkan kepada petugas pendaftaran untuk dicarikan data rekam medis dan setelah itu data rekam medis akan dikirim langsung ke dokter poli yang bertugas dan poli yang akan dituju oleh pasien.

E. Uji kelayakan model

Pengujian ini dilakukan dengan memberikan dokumen beserta penjelasan terlebih dahulu kepada responden terkait. Pengujian tersebut dilakukan dengan cara menjelaskan mengenai proses bisnis yang saat ini sedang berjalan, proses bisnis baru yang diusulkan, arsitektur data, arsitektur aplikasi, arsitektur infrastruktur jaringan, hingga kerangka model CRM yang telah dibuat.

F. Rekomendasi

Berdasarkan model CRM yang telah dibuat diharapkan dapat digunakan untuk mencapai tujuan, meningkatkan layanan serta loyalitas *customer* dan kualitas fungsi proses bisnisnya. Berikut rekomendasi kepada bagian atau departemen di RSKIA Permata Bunda yang berkaitan dengan *customer* berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, yaitu:

1. Menerapkan atau mengimplementasikan model CRM untuk meningkatkan pelayanan terhadap *customer*, loyalitas *customer*, serta kualitas fungsi proses bisnis yang berhubungan dengan *customer*.
2. Memiliki media interaksi yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada *customer* serta memiliki peranan sebagai tempat untuk menyampaikan pertanyaan dan pengaduan dari *customer*.
3. Memiliki aplikasi yang dapat membantu setiap proses bisnis yang berkaitan dengan pengelolaan *customer*.
4. Meningkatkan kualitas serta kuantitas SDM yang mampu menguasai dan mengelola teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sehingga dapat mempermudah pekerjaan yang memanfaatkan TIK.

V. KESIMPULAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Model *Customer Relationship Management* di RS KIA Permata Bunda dibuat berdasarkan dengan proses bisnis yang disesuaikan dengan kebutuhan yang berorientasi pada pelayanan menggunakan teknik perhitungan COBIT 4. 1, dan pembuatan arsitektur sistem informasi, sehingga dihasilkan Model *Customer Relationship Management* yang dapat dijadikan acuan untuk melakukan perubahan dalam pengembangan di RS KIA Permata Bunda.
- b. Menghasilkan rekomendasi yaitu perubahan proses bisnis yang ada di RS KIA Permata Bunda dengan memanfaatkan teknologi yang ada juga sistem informasi yang mendukung semua aktivitas proses bisnis dan berdasarkan hasil uji kelayakan yang dihasilkan telah sesuai dengan kebutuhan bisnis dan layak direkomendasikan karena peneliti dan responden 100% menyetujui model CRM yang diusulkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, Gardanella. 2010. *Analisis dan Perancangan Customer Relationship Management Pasien Rawat Inap Pada RS. DR. A. K. Gani Palembang*. Skripsi S-1. STIMIK GI MDP.
- Arum, Setiya. 2013. *Pembuatan Model Customer Relationship Management*. Skripsi S-1. UAD. Yogyakarta.
- HM, Jogyanto. (2007). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Danardatu, A. H. (2003). *Pengertian Customer Relationship Management*. Ilmu Komputer.Com
- AlfiraGazali, Rezki. (2012). *Pemodelan CRM pada bagian perhubungan dideshubkominfo DIY*. Universitas Ahmad Dahlan. Yogyakarta.



- Soeltansyah, Hilfan. (2012). *Hambatan Customer Relationship Management*. <http://hilfan.blog.stistelkom.ac.id>.
- Naufal, Adib. (2012). *Langkah-langkah implementasi CRM*, http://my-smartlife.blogspot.com/langkah-langkah_implementasi-crm.html. Wikiedia, 201. *Proses Bisnis*. http://wikipedia.org/wiki/proses_bisnis.
- Dirgan, Gita, *Perencanaan Sistem Informasi akutansi Anggaran*. http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/539/jbptunikompp-gdl-gitadirgan-26915-2-unikom_g-i.pdf.
- Surendro, kridanto. 2009. *Pengembangan Rencana Induk Sistem Informasi*. Bandung: Informatika.