

ABSTRAKSI

Komitmen pemerintah terhadap industri rumah sakit diatur melalui peraturan Menteri Kesehatan No.84/Men.kes/II/V/1990 yang diperbarui dari PerMenKes No.920/Men.Kes/Per/XII/86, RS Swadana Inpres No.4 Tahun 2000, RS Perjan yang berarti memperbolehkan kepemilikan dan pengelolaan rumah sakit oleh badan hukum seperti PT atau CV, hal ini menyebabkan era bisnis di bidang perumahsakitian menjadi sangat penting karena tingkat persaingan di antara rumah sakit menjadi sangat ketat, maka diperlukan sebuah strategi yang membangun dalam mencari sebuah keunggulan bersaing untuk meningkatkan *Marketshare*, *Price premium*, dan *Cost advantage*. Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu bentuk aplikasi Teknologi Informasi (TI) di departemen penjualan atau pemasaran suatu perusahaan. Tetapi ide atau nafas dari CRM sendiri adalah sebuah pelayanan. Di dalam CRM, integrasi semua data bisnis ke dalam satu sistem merupakan hal yang terpenting dan mendasar karena akan mempermudah perusahaan untuk menjadi *totally customer centric*. Dalam hal ini digunakan *database* MKIS, sehingga *output* daripada MKIS dapat digunakan sebagai informasi data oleh CRM perusahaan untuk melayani pelanggan sebagai aktivitas pemasaran.

Keyword : *Customer Relationship Management, Marketing Information System, Database.*