

STRATEGY DIGITAL MARKETING HOSPITAL TRANSFORMATION

A. RINGKASAN

Pertumbuhan pengguna smartphone terus meningkat, memicu sebagian besar strategi pemasaran memanfaatkan berbagai platform internet dan media sosial. Media digital sebagai salah satu komunikasi pemasaran sudah diterapkan oleh perusahaan produksi barang, dan juga dibidang jasa kesehatan yaitu rumah sakit. Berdasarkan hal tersebut tulisan ini bertujuan memaparkan salah satu cara pemasaran rumah sakit dengan memanfaatkan media digital. Digital marketing bisa dilakukan melalui aplikasi yang dirancang rumah sakit secara personal maupun dengan ragam lainnya. Platform media sosial menghasilkan tingkat keterlibatan tertinggi dari sisi pasien. Pemantauan dan pengawasan yang konstan serta komitmen untuk peningkatan kualitas, maka digital marketing dapat dimanfaatkan untuk pemasaran rumah sakit.

B. LATAR BELAKANG

Rumah Sakit berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perumhaskitan adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna melalui unit rawat inap, rawat jalan, unit gawat darurat. Pelayanan kesehatan paripurna yang dimaksud adalah pelayanan kesehatan yang meliputi promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif. Rumah sakit dalam menyelenggarakan upaya kesehatan harus mampu memberikan pelayanan yang bermutu dan terjangkau oleh masyarakat dalam rangka terwujudnya derajat kesehatan yang setinggi – tingginya (Pemerintah Indonesia, 2021).

Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan secara umum memiliki peran yang sangat penting dalam upaya menaikkan derajat kesehatan masyarakat Indonesia. Bertambahnya kesadaran masyarakat tentang kesehatan mengakibatkan tuntutan untuk meningkatkan pelayanan kesehatan. Salah satu upaya mengantisipasi keadaan tersebut dengan menjaga kualitas pelayanan, sehingga perlu dilakukan upaya terus menerus agar dapat diketahui kelemahan dan kekurangan jasa pelayanan kesehatan. Semakin meningkatnya tuntutan masyarakat akan kualitas

pelayanan kesehatan, maka fungsi pelayanan perlu ditingkatkan untuk memberi kepuasan pasien. Kemampuan rumah sakit memenuhi kebutuhan pasien dapat diukur dari kepuasan pasien. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang dan jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik dan memuaskan.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen menggunakan barang atau jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2008).

Adanya program JKN diharapkan dapat memudahkan segala lapisan masyarakat dalam mengakses fasilitas kesehatan dan menekan biaya pengeluaran kesehatan yang keluar dari kantong sendiri/Out of Pocket (OOP). JKN adalah bentuk komitmen Indonesia sebagai salah satu anggota 2 World Health Organization (WHO) demi tercapainya pelayanan kesehatan semesta/Universal Health Coverage (UHC) yang merupakan target indikator no 3.8 dari Pembangunan Berkelanjutan/Sustainable Development Goals (SDGs) di sektor bidang kesehatan pada tahun 2030.

Perkembangan pelayanan kesehatan secara global di era industri 5.0 dan pasca pandemi, menjadi tantangan manajemen rumah sakit dalam menentukan langkah strategis untuk bertahan dan mengembangkan pelayanan rumah sakit salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi. Digitalisasi sebagai salah satu bentuk komunikasi marketing yang telah diterapkan perusahaan dibidang produksi dan dibidang jasa kesehatan yaitu rumah sakit. Pertumbuhan pengguna smartphone terus meningkat, memicu sebagian besar strategi pemasaran memanfaatkan berbagai platform internet dan media sosial guna mempermudah akses layanan lebih cepat dalam berinteraksi. Rumah sakit perlu melakukan digital marketing yang efektif, untuk mempromosikan layanan perawatan medis dalam memperluas bisnis dengan tetap memberikan layanan perawatan kesehatan berkualitas dan menjamin kepuasan

pasien. Pemanfaatan digital marketing dapat diterapkan dalam pemasaran produk layanan rumah sakit, juga dapat memperkokoh brand image dari fasilitas kesehatan.

C. TUJUAN DIGITAL MARKETING

1. Mempromosikan layanan kesehatan dalam memperluas bisnis dengan tetap memberikan layanan kesehatan berkualitas dan menjamin kepuasan pasien.
2. Memahami segmentasi pasar, mengenali konsumen/pasar secara detail dengan identifikasi beberapa informasi tentang melalui media digital yang dipilih disesuaikan dengan tujuan dari pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat luas.

D. LANGKAH-LANGKAH PROGRAM DIGITAL MARKETING

Adapun strategi digital marketing Rumah Sakit Islam Siti Hajar dalam mengembangkan layanan kesehatan sebagai berikut:

1. **Media Content Marketing**
2. **Colaboration Transformation**
3. **Perluas Jaringan Media Sosial**
4. **Optimalisasi Layanan Pasien**

E. HASIL PROGRAM DIGITAL MARKETING

1. Media Content Marketing

Pengembangan informasi layanan kesehatan melalui media sosial berupa E-Flyer, Video kreatif layanan unggulan Rumah sakit Islam Siti Hajar, promosi layanan kesehatan Rumah sakit Islam Siti Hajar, content edukasi kesehatan yang mudah dipahami oleh masyarakat, serta diskusi interaktif dengan dokter narasumber (health talk/podcast) secara online.

2. Colaboration Transformation

Mentransformasikan Layanan Rumah Sakit Islam Siti Hajar dengan Agenda Transformasi Digital Layanan BPJS Kesehatan maupun Penjaminan Asuransi

dengan menselaraskan dan mendukung program jaminan kesehatan pemerintah maupun swasta serta memberikan akses mudah, cepat dan informatif.

3. Perluas Jaringan Media Sosial

Media sosial telah menjadi *platform* utama bagi sebagian besar pengguna internet. *Platform* ini adalah tempat yang tepat untuk melakukan *digital marketing* pada rumah sakit. Anda bisa mengunggah konten video, gambar, atau media lainnya yang menarik tentang rumah sakit melalui Facebook, Instagram, YouTube, dan *platform* lainnya.

4. Optimalisasi Layanan Pasien

Mengoptimalkan layanan sesuai kebutuhan peserta/pasien dengan mengacu pada standar akreditasi rumah sakit. Memberikan layanan sepenuh hati sesuai keinginan masyarakat terkait promosi melalui media online sehingga masyarakat mampu menilai secara online akan tingkat kepuasan pelanggan dengan sistem pada saat dilakukannya pelayanan secara telemedicine maupun offline.



SURAT KEPUTUSAN
DIREKTUR RUMAH SAKIT ISLAM SITI HAJAR SIDOARJO
Nomor : 1403/SK/DIR/RSI-SH/X/2023

Tentang

PENGESAHAN PAPER
PERSI AWARD
RUMAH SAKIT ISLAM SITI HAJAR SIDOARJO

BISMILLAHIRROHMANIRROHIM

Direktur Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo

- Menimbang** :
- a. bahwa dalam rangka mengikuti kegiatan *PERSI AWARD* sebagai salah satu bentuk kontribusi rumah sakit .
 - b. bahwa sebagai upaya dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang sesuai standar dan bermutu tinggi melalui program *PERSI AWARD*.
 - c. bahwa untuk mewujudkan poin a dan b diatas, dan sebagai persyaratan yang dibutuhkan, maka dipandang perlu dibuatkan pengesahan Paper *PERSI AWARD* Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo.
- Mengingat** :
1. Surat Keputusan Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Sidoarjo Nomor 333/PC/A.II/L.10/XII/2022 tentang Pengangkatan Direktur Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo;
 2. Surat Keputusan Badan Pelaksana Mabarot NU Siti Hajar Sidoarjo Nomor 543/B/BPMNU-SH/SK/VII/2021 tentang Perubahan Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo;
 3. Surat Keputusan Badan Pelaksana Mabarot NU Siti Hajar Sidoarjo Nomor 542/B/BPMNU-SH/SK/VII/2021 tentang Perubahan Peraturan Internal (*Hospital By Laws*) Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo;
 4. Surat Keputusan Direktur Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo Nomor 008.R/SK/DIR/RSI-SH/I/2021 Tentang Kebijakan Manajemen Bagian Keperawatan Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo.

5. Surat Keputusan Direktur Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo Nomor 342.A/SK/DIR/RSI-SH/III/2022 tentang Kebijakan Manajemen Medik Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo;
6. Surat Keputusan Direktur Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo Nomor 527.E/SK/DIR/RSI-SH/IV 2022 tentang Kebijakan Manajemen Bagian Sekretariat & HRD Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo

MEMUTUSKAN

Menetapkan

- Kesatu : Memberikan pengesahan serta persetujuan atas pembuatan paper dalam rangka *PERSI AWARD* dengan kategori *Customer Service, Marketing, & Public Relation* sebagaimana terlampir dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan surat keputusan ini.
- Kedua : Paper sebagaimana pada amar kesatu dibuat berdasarkan kegiatan atau aktivitas yang selama ini telah berjalan di Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo, dengan harapan dapat memberikan kontribusi kepada *PERSI* dalam rangka memberikan layanan rumah sakit yang bermutu.
- Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan atau ditinjau kembali atas penetapan tersebut apabila dilakukan perubahan atas keperluan yang dimaksud.

Ditetapkan di : Sidoarjo
Pada tanggal : 07 Oktober 2023

RSI SITI HAJAR SIDOARJO
DIREKTUR

M. ZULNABAR AD

Tembusan Yth. :

1. Ketua BPMNU Siti Hajar
2. SPI
3. Kabag, Kains