

*FACE DIRECT MARKETING RSU RAM MENDEKATI PELANGGAN
DENGAN TIM BUILDING INTRA PUSKESMAS*

(Sebuah Case Report Kegiatan PKRS di RSU Rizki Amalia Medika)

Marketing & Customer Service Project



OLEH:

ELISTA NURMA YOLITA, S.ST

Jl. Brosot-Wates Km. 5 Jogahan Bumirejo Lendah Kulon Progo
Telp. (0274) 7721425, email: rsu.rizkiamalia2002@gmail.com

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL KARYA TULIS ILMIAH

***“FACE DIRECT MARKETING RSU RAM MENDEKATI PELANGGAN
DENGAN TIM BUILDING INTRA PUSKESMAS”***

Di susun oleh:

Elista Nurma Yolita, S.ST

Kulon Progo, 18 Juni 2025

Mengetahui,

Direktur RSU Rizki Amalia Medika

(dr. A.Wisni, M.Biomed (AAM),. MARS,FISQua, CRP®)

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah yang berjudul “Pengaruh Pemberian Pelayanan Bimbingan Rohani Islam Terhadap Kepuasan Pasien di RSUD Rizki Amalia Medika”. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, serta para sahabat beliau sekalian.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis tujukan kepada Direktur dan seluruh keluarga besar RSUD Rizki Amalia Medika yang telah memotivasi penulis dari awal hingga akhir selama proses penulisan Karya Tulis Ilmiah ini. Kemudian, ucapan terimakasih penulis juga ditujukan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.

Hanya Allah SWT yang dapat membalas segala bentuk kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan Karya Tulis Ilmiah ini. Penulis menyadari bahwa Karya Tulis Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan, bila terdapat kekurangan dan kesalahpahaman dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah ini, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan Karya Tulis Ilmiah ini.

Kulon Progo, Desember 2024

Penulis,

Elista Nurma Yolita, S.ST

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
Abstrak.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. TUJUAN.....	2
BAB II METODE PENELITIAN.....	3
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	4
A. Hasil Penelitian	4
B. Pembahasan.....	8
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	10
A. KESIMPULAN.....	10
B. SARAN.....	10
DAFTAR PUSTAKA	11
LAMPIRAN.....	12

DAFTAR TABEL

Table 1. Program Kerja Unit Promosi Kesehatan.....	4
Table 2. Jadwal Kegiatan.....	5
Table 3. Hasil Kenaikan Layanan.....	9

FACE DIRECT MARKETING RSU RAM MENDEKATI PELANGGAN DENGAN TIM *BUILDING INTRA* PUSKESMAS

(Sebuah Case Report Kegiatan PKRS di RSU Rizki Amalia Medika)

MARKETING & CUSTOMER SERVICE PROJECT

Elista Nurma Yolita, S.ST

Abstrak

Analisis Strategi marketing yang dapat digunakan rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dari SDM yang berkualitas, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan berakhir dengan kepuasan konsumen dalam memakai produk dan jasa pada rumah sakit itu sendiri (Lubis, 2022). Marketing RSU Rizki Amalia dalam hal tersebut rumah sakit RSU Rizki Amalia Medika bekerjasama dengan Puskesmas untuk berkolaborasi melakukan pendekatan dan memberikan pelayanan untuk masyarakat sesuai dengan kebutuhan Masyarakat di wilayah tersebut. Beberapa kegiatan yang sudah dilakukan RSU Rizki Amalia Medika adalah pelatihan dan membentuk Grup Kader Amazing, PIC psikiatri puskesmas dan telah membentuk TIM kode blue di 4 puskesmas. Kegiatan ini memudahkan jejaring puskesmas dan kader dalam melakukan komunikasi dengan RSU Rizki Amalia Medika dan mempercepat penanganan terhadap pasien. Dari hasil kegiatan yang dilakukan mengalami keberhasilan yang sangat baik dibuktikan dengan kenaikan kunjungan yaitu kebidanan 198%, psikiatri 251%, bedah umum 14%, jantung 20%

Kata kunci : *marketing, face direct, case report*

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Rumah sakit sebagai institusi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan mengalami perubahan, pada awal perkembangannya, rumah sakit adalah sebagai lembaga yang berfungsi sosial, tetapi dengan adanya rumah sakit swasta, menjadikan rumah sakit lebih mengacu sebagai suatu industri yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan dengan melakukan pengelolaan yang berdasar pada manajemen badan usaha (Jaya & Syarufudin, 2015).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan pasal 5 menyebutkan bahwa setiap orang mempunyai hak dalam memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu dan terjangkau. Penyedia jasa pelayanan kesehatan seperti rumah sakit dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik sesuai dengan undang-undang yang berlaku, tidak hanya pelayanan yang bersifat penyembuhan penyakit tetapi juga mencakup pelayanan yang bersifat pencegahan (preventif) untuk meningkatkan kualitas hidup bagi konsumen selaku pengguna jasa kesehatan.

Rumah sakit berperan sebagai pelayanan kesehatan tingkat pertama dituntut untuk memberikan pelayanan yang lengkap dan berkualitas baik yang bersifat preventif, promotif, bahkan rehabilitative dalam rangka meningkatkan kepuasan serta mutu hidup bagi konsumen selaku pengguna jasa kesehatan. Apabila pasien merasa puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan, maka pasien akan selalu datang kembali ke rumah sakit tersebut. Pelayanan kesehatan dan standar kepuasan terhadap pelayanan kesehatan menjadi pusat perhatian pada saat ini. Tuntutan yang semakin banyak dikeluhkan oleh masyarakat harus secara matang dipertimbangkan oleh rumah sakit untuk mendongkrak pelayanan kesehatan yang diberikan apalagi diberatkan oleh media sosial yang dapat menjadi alat untuk menyampaikan keluhan masyarakat jika menurut masyarakat pelayanan yang diberikan belum memenuhi standarnya (Maretta, 2022).

RSU Rizki Amalia Medika terus berupaya untuk memperbaiki kualitas pelayanan dengan membuat inovasi pelayanan yang tidak hanya menyediakan pelayanan penyembuhan penyakit. Dalam penelitian ini Rumah Sakit membuat layanan yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dan penyedia layanan kesehatan pertama untuk berkolaborasi dalam melakukan pelayanan.

B. TUJUAN

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui *face direct marketing* RSUD Rizki Amalia Medika mendekati pelanggan dengan tim *building intra* puskesmas

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui mengenai *face direct marketing* RSUD Rizki Amalia Medika
- b. Untuk mengetahui mengenai pendekatan pelanggan dengan TIM *Building intra* Puskesmas

BAB II

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui *face direct marketing* RSUD Rizki Amalia Medika mendekati pelanggan dengan tim *building intra* puskesmas. Pendekatan dilakukan dengan pendekatan *Case Report* yaitu peneliti melakukan survey selama 1 tahun, sedangkan untuk tempat pelaksanaan kegiatan yaitu di seluruh Puskesmas Wilayah Kulon Progo.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Tahap perencanaan

Tahap perencanaan adalah meliputi usulan kegiatan dari unit penggagas yaitu dari unit Promosi Kesehatan Rumah Sakit RSUD Rizki Amalia Medika. Usulan ini dituangkan dalam bentuk proposal kegiatan yang pendanaannya adalah dari Rencana Anggaran Tahunan RSUD Rizki Amalia Medika.

Table 1. Program Kerja Unit Promosi Kesehatan

	J a n	F e b	M a r	A p r	M e i	J u n	J u l	A g u	S e p	O k t	N o v	D e s
Rapat PKRS	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Kunjungan Puskesmas	v					v						v

2. Tahap pelaksanaan kegiatan

Dari Program Kerja tahunan tersebut, marketing Rumah Sakit membuat proposal kegiatan dimana di dalamnya lebih rinci mengenai kegiatan.

a. Kunjungan Puskesmas Wilayah Kulon Progo

Kegiatan Kunjungan Puskesmas Wilayah Kulon Progo dilakukan oleh tim marketing RSUD Rizki Amalia Medika. Kegiatan ini dilakukan 3 kali dalam 1 tahun yaitu bulan Januari, Juni dan Desember.

Marketing RSUD Rizki Amalia Melakukan kunjungan ke seluruh Puskesmas Wilayah Kulon Progo. Dalam kunjungan ini marketing melakukan evaluasi pelayanan antara Puskesmas seluruh Kulon Progo dengan RSUD Rizkia Amalia dalam pelaksanaan pelayanan selama 1 tahun yaitu meliputi:

- a) Permasalahan terkait dengan layanan rujukan
- b) Permasalahan terkait dengan kasus pasien rujuk balik
- c) Permasalahan yang ada di wilayah kerja Puskesmas
- d) Rencana tindak lanjut untuk menyelesaikan permasalahan
- e) Program layanan yang ada di RSUD Rizki Amalia Medika

Dari kegiatan kunjungan Marketing RSUD Rizki Amalia Medika tersebut didapatkan beberapa kendala yang dialami Puskesmas sebagai berikut:

- a) Kurangnya SDM driver ambulance yang stay di Puskesmas terutama saat jam malam, sehingga proses rujukan terhambat
 - b) Kurangnya pengetahuan SDM Puskesmas tentang penanganan kasus pasien jiwa dikatrenakan meningkatnya jumlah kasus pasien jiwa dan meningkatnya jumlah pasien bunuh diri yang ada di kulon progo.
 - c) Meningkatnya jumlah pasien jantung yang ada di wilayah puskesmas
 - d) Banyak kasus perawatan luka pasien yang utamanya adalah luka DM yang memerlukan perawatan lama dan setiap hari
- b. Perencanaan Tindak Lanjut dan Hasil Kegiatan

Tim marketing melakukan rapat dengan direktur, manajemen rumah sakit dan unit PKRS untuk melakukan perencanaan tindak lanjut dari hasil evaluasi dengan Puskesmas seluruh Kulon Progo. Dari hasil rapat yang dilakukan mendapatkan hasil rencana tindak lanjut sebagai berikut:

Table Jadwal Kegiatan:

Table 2. Jadwal Kegiatan

Nama Kegiatan	Tanggal pelaksanaan	Pemateri
Pelatihan Driver Ambulance	Sabtu, 20 Januari 2024	Dokter Secendry Ramartin Anton S
Pelatihan Psikiatri	Sabtu, 30 Maret 2024	Dokter Dinar Arini, M.Sc.,Sp.KJ
Pelatihan Cader	Rabu, 3 April 2024	Dokter Mahindria Vici Virahaju, Sp.OG
Pelatihan perawatan Luka	Jumat, 19 juli 2024	Dokter Ahkob Kristanto, Sp.B
Pelatihan <i>Code Blue</i> dan Jantung	Eksidental	Dokter Rr.Anisa Tridamayanti, Sp.JP, dokter Secendry Ramartin Anton S dan TIM <i>Code Blue</i> RSUD Rizki Amalia

1) Pelatihan Driver *Ambulance*

Pelatihan driver *ambulance* di hadiri oleh seluruh driver ambulane Puskesmas Wilayah Kulon Progo, driver ambulance NU, driver ambulance MU, driver ambulance Migunani dan driver ambulance desa. Kegiatan ini membahas

tentang penanganan pertama pada kasus pasien kecelakaan dan pasien gawat darurat yaitu :

- a) Petugas Ambulance menjadi lebih percaya diri dalam menangani pasien kecelakaan dan petugas menjadi tahu Langkah yang harus di ambil jika menemui kasus kecelakaan
- b) Terbentuknya silaturahmi yang baik antar driver ambulance
- c) Dari driver peskesmas mempunyai kendala bahwa SDM driver malam hanya *on call* dan memperhambat pelayanan pasien maka RSUD Rizki Amalia mempunyai program Ambulance siap jemput 24 jam baik pasien dari rumah pasien ataupun Puskesmas jika memerlukan rujukan segera.

2) Pelatihan Psikiatri

Pelatihan tersebut di hadiri 25 Puskesmas wilayah Kulon Progo yang di wakikan oleh dokter dan perawat puskesmas wilayah Kulon Progo, pelatihan ini membahas materi tentang Bunuh Diri dikarenakan meningkatnya jumlah pasien bunuh diri hingga 826 kasus. Materi yang di sampaikan antara lain yaitu :

- a) Fakta-fakta kasus bunuh diri yang ada di Indonesia dan terkhusus di wilayah Kulon Progo
- b) Mengenali ciri-ciri orang depresi
- c) Mitos tentang bunuh diri
- d) Waspada tanda bunuh diri pada pasien depresi
- e) Tatalaksana ancaman bunuh diri pada depresi
- f) Cara petugas Kesehatan menangani pasien depresi

Dari pelatihan yang dilakukan didapatkan hasil bahwa setiap puskesmas mempunyai penanggung jawab (PIC) kasus Jiwa sehingga memudahkan puskesmas dengan RSUD Rizki Amalia dalam berkomunikasi.

3) Pelatihan Kader

Upaya RSUD RAM dalam Peningkatan Pengetahuan Kader RSUD RAM telah menyelenggarakan berbagai kegiatan pelatihan bagi kader kesehatan, yang meliputi materi tentang pemantauan kesehatan ibu hamil, pertolongan persalinan, perawatan bayi baru lahir, serta gizi anak. Pelatihan ini dilakukan secara berkala dengan melibatkan tenaga medis yang berkompeten di bidangnya. Selain itu, RSUD RAM juga menyediakan bahan bacaan dan media pembelajaran berbasis digital untuk memperkaya pengetahuan kader. Pelatihan terhadap kader yang telah dilaksanakan diantaranya:

- a) Penyuluhan alat kontrasepsi pascasalin dan pasca keguguran di Posyandu Desa Binaan Panjatan 1
- b) Pelatihan Kader Posyandu di Wilayah Lendah tentang tanda Bahaya pada Kehamilan
- c) Pelatihan Kader Posyandu terkait Tanaman Herbal dan Aromaterapi pada ibu hamil TM 1

Dari hasil pelatihan ini terbentuk grup yang bertujuan untuk memudahkan komunikasi antar kader dengan petugas RSUD Rizki Amalia baik dokter spesialis kandungan, dokter spesialis anak dan bidan RSUD Rizki Amalia Medika.

4) Pelatihan Perawatan Luka

Pelatihan perawatan luka dilakukan di RSUD Rizki Amalia Medika dengan sasaran dokter dan perawat Puskesmas seKabupaten Kulon Progo. Pelatihan ini diikuti oleh 25 puskesmas, bertujuan agar dokter dan perawat bisa melakukan perawatan luka pada pasien khususnya pada luka *diabetes militus*. dari pasien post operasi yang dilakukan perawatan luka sehari-hari di Puskesmas saat kontrol ke Rumah Sakit Rizki Amalia didapatkan luka membaik.

5) Pelatihan *Code Blue* dan Jantung

Pelatihan *Code Blue* dilaksanakan sesuai permintaan dari puskesmas. Pelatihan ini diisi oleh dokter Anisa Tridamayanti, Sp.JP dengan materi henti jantung dan penanganan pertama pada pasien jantung. Dari 25 puskesmas yang ada di Kulon Progo sudah 4 puskesmas yang menyelenggarakan pelatihan *code blue* dengan tim *Code Blue* RSUD Rizki Amalia Medika. Pelatihan ini berikan kepada seluruh karyawan yang ada di puskesmas tersebut. Pelatihan ini mempunyai tujuan untuk membentuk tim *Code Blue* di puskesmas dan sudah 4 puskesmas mempunyai tim *code blue*.

B. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan *Face Direct Marketing* yang dilakukan oleh RSUD Rizki Amalia Medika melalui interaksi langsung dengan Puskesmas dan masyarakat memiliki dampak positif dalam memperbaiki hubungan antara petugas RSUD Rizki Amalia, Puskesmas dan masyarakat. Proses ini semakin diperkuat dengan adanya kegiatan tim *building intra* Puskesmas yang dapat meningkatkan kekompakan serta kemampuan komunikasi antar petugas kesehatan. Kegiatan yang dilakukan RSUD Rizki Amalia Medika adalah pelatihan dan membentuk Grup Kader Amazing, PIC psikiatri puskesmas dan telah membentuk TIM kode blue di 4 puskesmas. Kegiatan ini memudahkan jejaring puskesmas dan kader dalam melakukan komunikasi dengan RSUD Rizki Amalia Medika dan mempercepat penanganan terhadap pasien.

Dengan adanya kegiatan tim *building* yang efektif, setiap anggota Puskesmas dan kader mampu bekerja lebih solid, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. *Face Direct Marketing*, yang dilakukan dengan pendekatan langsung kepada pelanggan (melalui kunjungan rumah, konsultasi langsung, atau pelayanan kesehatan berbasis tatap muka), terbukti meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang diberikan.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kolaborasi antar petugas kesehatan yang solid dan komunikasi yang baik akan menciptakan pelayanan yang lebih *efisien, responsif, dan berfokus* pada kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, penguatan tim *building* di Puskesmas sangat penting dalam meningkatkan *efektivitas* pemasaran langsung (*direct marketing*) dan kualitas pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Secara keseluruhan, penelitian ini menyarankan pentingnya pengembangan tim yang solid, yang mendukung tidak hanya dalam menciptakan atmosfer kerja yang positif, tetapi juga dalam memaksimalkan pelayanan yang lebih dekat dan relevan bagi pelanggan (masyarakat).

Kegiatan tersebut juga berpengaruh pada kenaikan jumlah pasien di RSUD Rizki Amalia Medika. Hasil kenaikan layanan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Kenaikan Layanan

Table 3.Hasil Kenaikan Layanan

LAYANAN	2023	2024	Persen Kenaikan
Kebidanan	541	1612	198%
Pskiatri	846	2971	251%
Bedah Umum	2827	3234	14%
Jantung	5546	6667	20%

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian tentang *Face direct marketing* RSUD Rizki Amalia Medika mendekati pelanggan dengan tim *building intra* puskesmas, merupakan metode pendekatan yang efektif dilakukan, dari program ini RSUD Rizki Amalia Medika mempunyai Grup Kader Amazing, PIC psikiatri puskesmas dan telah membentuk TIM kode blue di 4 puskesmas kegiatan ini memudahkan jejaring puskesmas dan kader dalam melakukan komunikasi dengan RSUD Rizki Amalia Medika dan dengan adanya program ini jumlah kunjungan mengalami kenaikan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, peneliti memberikan beberapa saran antara lain untuk mempertahankan metode pendekatan dengan pelanggan ini dilanjutkan dan agar dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ksatriyani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image (Citra Merek), dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.
- Listyawati, I. H., & Masalah, L. B. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan.
- Lubis, A. I. (2022). Pengaruh Mutu Pelayanan Dokter dan Physical Evidance Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap.
- Maretta, B. (2022). Literature Review Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Loyalitas Pasien di Puskesmas. Kesehatan Masyarakat.
- Muchtar, S., & Rachmat, Z. (2019). Pengaruh Lelang Jabatan, Kepemimpinan dan Kompetensi Terhadap Kinerja Kepala Sekolah di Kota Makassar. *MOVERE Journal*, 1 (1), 93–101.
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., & Permad, L. A. i. (2021). Manajemen Pemasaran Perusahaan (Issue February)

LAMPIRAN

FOTO KUNJUNGAN PUSKESMAS



FOTO KEGIATAN PELATIHAN DRIVER AMBULANCE



FOTO KEGIATAN PELATIHAN PSKIATRI



FOTO KEGIATAN PELATIHAN KADER



FOTO KEGIATAN PELATIHAN CODE BLUE



