

LOMBA KARYA ESAI KATEGORI *CUSTOMER SERVICE, MARKETING AND PUBLIC RELATION*

REVIEW, EXPERIENCE, LOYALTY: PENTINGNYA DIGITAL EXPERIENCE BAGI LAYANAN KESEHATAN

Disusun Oleh:

Hana Safira, S.Psi

NIPP. 1097203358

HC Change Management & Corporate Culture Staff
PT Pelindo Husada Citra

Kata Pengantar

Seberapa sering Anda melihat review/testimoni orang lain ketika akan berobat ke rumah sakit? Berdasarkan riset dari Futurumgroup.com, lebih dari 70% konsumen membaca review pasien ketika mempertimbangkan dokter atau fasilitas kesehatan baru. Ini menjadi salah satu alasan penting mengapa memastikan setiap *touchpoint* pasien dapat memberikan kesan yang baik, perlu menjadi prioritas penyedia jasa layanan kesehatan. Sebagai penyedia layanan kesehatan, *Patient Experience* tentu menjadi salah satu inisiatif prioritas RS PHC Surabaya untuk menjaga dan terus meningkatkan kepuasan pelanggan yang menikmati layanan kesehatan di rumah sakit. Seluruh inisiatif strategis tersebut disampaikan dalam esai ini dengan struktur:

1. Lembar Pengesahan
2. Daftar Isi
3. Ringkasan
4. Latar Belakang
5. Tujuan atau Target Spesifik
6. Langkah Strategis
7. Hasil Inovasi

Terima kasih.

Lembar Pengesahan

Karya Esai
Kategori *Customer Service, Marketing, and*
Public Relation

Review, Experience, Loyalty: Pentingnya Digital
***Experience* bagi Layanan Kesehatan**

Surabaya, Agustus 2025

Disusun oleh	Diperiksa dan Disetujui oleh
	
<u>Hana Safira</u> HC Change Management & Corporate Culture Staff	<u>dr. Rony Kurniawan, M.Kes.,</u> <u>FISQua.</u> Hospital Director
Tgl: 16 Agustus 2025	Tgl: 16 Agustus 2025

Daftar Isi

Judul Bab	Halaman
Bab I. Ringkasan	5
Bab II. Latar Belakang	6
Bab III. Tujuan atau Target Spesifik	7
Bab IV. Langkah Strategis	8
Bab V. Hasil Inovasi	9
Bab VI. Penutup	10
Lampiran dan Data Pendukung	

Bab I

Ringkasan

RS PHC Surabaya telah secara proaktif mengadopsi strategi Customer Relationship Management (CRM) dan berfokus pada peningkatan Patient Experience (PE) sebagai inti dari operasionalnya. Inisiatif yang telah diimplementasikan meliputi transparansi informasi medis pasien, pemeliharaan digital presence yang kuat melalui berbagai interaksi di lintas platform seperti Instagram, Google Review, dan YouTube, serta pengingat kontrol bagi pasien.

Upaya peningkatan PE juga terlihat dari penyediaan proses pendaftaran yang mudah melalui website, proses verifikasi yang efisien, kemudahan kontrol melalui priority clinic, penyediaan jasa konsultasi daring (telemedicine), dan layanan pengiriman obat. Selain itu, program apresiasi bagi pelanggan loyal juga telah menjadi bagian integral dari strategi ini. Dengan mempermudah akses layanan dan meningkatkan kualitas interaksi di setiap touch point pasien, rumah sakit tidak hanya mampu menarik pasien baru tetapi juga secara efektif mempertahankan pasien yang sudah ada.

Kata kunci: Customer Relationship Management, Patient Experience, Review

Bab II

Latar Belakang dan Tujuan

Secara bisnis, *patient experience* (PE) yang baik berasosiasi dengan kinerja finansial yang lebih tinggi pada rumah sakit; analisis Deloitte^[1] menunjukkan korelasi positif kuat antara dimensi PE (terutama engagement perawat-pasien) dan profitabilitas rumah sakit. Studi multi-negara lain juga menemukan rumah sakit dengan pengalaman pasien lebih baik memiliki proporsi pasien elektif lebih tinggi, pendapatan lebih besar, dan biaya lebih rendah.^[2]

Faktor reputasi digital kian menentukan pilihan pasien. Google star rating berkorelasi signifikan dengan metrik pengalaman pasien dan kualitas rumah sakit, sementara fitur dan respons dokter/RS terhadap ulasan, khususnya ulasan negatif, terbukti memengaruhi keputusan pemilihan layanan.^[3]

Di Indonesia, perilaku kesehatan makin terdigitalisasi: Januari 2024 terdapat 185,3 juta pengguna internet (penetrasi 66,5%) dan 139 juta pengguna media sosial.^[3] Survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2024 mencatat penetrasi internet nasional 79,5% dan Jawa Timur sekitar 81%, ekosistem yang kondusif bagi akuisisi dan retensi pasien berbasis kanal digital.

Konteks Jawa Timur yang besar dan kompetitif (jumlah RS dan beban layanan tinggi) menuntut diferensiasi melalui mutu, keselamatan, dan pengalaman. Profil Kesehatan Indonesia 2023 menunjukkan >3.100 RS secara nasional; publikasi Statistik Kesehatan Jatim 2024^[4] memberi gambaran kebutuhan peningkatan akses dan kualitas. Di RS PHC Surabaya sendiri, terdapat peningkatan jumlah pasien baru yang mendaftar ke rumah sakit dengan latar belakang mendapatkan informasi layanan dari berbagai platform RS PHC Surabaya di internet. Karena itu, penguatan CRM RS PHC, melalui pengelolaan reputasi digital, akses layanan yang mulus, automasi respons, dan personalisasi berbasis data ERM, menjadi strategi kunci untuk memperbaiki mutu, keselamatan, dan keberlanjutan finansial sekaligus.

1. https://www.deloitte.com/us/en/Industries/life-sciences-health-care/articles/hospitals-patient-experience.html?utm_source=

2. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11283410/?utm_source=

3. https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?utm_source=

4. https://jatim.bps.go.id/id/publication/2025/06/26/039201f103bf01212ee9532a/statistik-kesehatan-provinsi-jawa-timur-2024.html?utm_source=

Bab III

Tujuan atau Target Spesifik

Intervensi dan Inisiatif PHC	Deskripsi Program	Tujuan	Target Keberhasilan
Memastikan 100% pasien dapat mengakses status kesehatannya melalui aplikasi MyMedical	Menyediakan <i>web-based application</i> yang menyajikan informasi hasil pemeriksaan yang dapat diakses kapan saja dan dari mana saja oleh pasien	Memudahkan akses informasi hasil pemeriksaan pasien dalam waktu singkat serta efisiensi proses	100% pasien RS PHC Surabaya dapat mengakses informasi hasil pemeriksaan melalui MyMedical
Optimalisasi Digital Media (Google Review, Website, Instagram, Youtube)	Meningkatkan <i>digital presence</i> di sosial media dengan berbagai konten edukatif dan interaktif, termasuk menyelenggarakan kompetisi untuk meningkatkan <i>reach</i> dan <i>engagement</i> di sosial media	RS PHC Surabaya lebih dikenal oleh masyarakat dan potential customer	Peningkatan jumlah pasien yang mendapatkan informasi tentang PHC dari internet minimal 50% dari tahun 2024
	Menjaga <i>respon time</i> di sosial media maupun <i>Google Review</i> sesuai dengan SLA (<i>Service Level Agreement</i>) yaitu 2x24 jam	Memastikan setiap pertanyaan di sosial media terjawab dan testimoni di <i>Google Review</i> mendapatkan respon agar <i>potential customers</i> merasakan <i>engagement</i> dengan PHC bahkan sebelum pelayanan	Jumlah review positif meningkat secara periodik
Customer Engagement	1. <i>Customer Service</i> Memberikan <i>reminder</i> kontrol bagi pasien serta menawarkan kontrol melalui Priority Clinic 2. Menyelenggarakan berbagai <i>event</i> khusus bagi <i>loyal customers</i>	Menjaga <i>engagement</i> yang sudah terbangun antara <i>customer</i> dan RS PHC Surabaya	1. Peningkatan kunjungan <i>priority clinic</i> dibandingkan tahun 2024 2. Peningkatan kunjungan rawat jalan

Bab IV

Langkah Strategis

Program	Langkah Strategis
Digitalisasi melalui My Medical	Pengembangan aplikasi Setelah proses pengajuan dan persetujuan oleh manajemen, aplikasi dikembangkan oleh bagian Information Technology internal PHC. Aplikasi My Medical terhubung dengan SIRS dan ERM pasien yang tercatat dari hasil pemeriksaan pasien Trial Setelah proses pengembangan dan integrasi data dari source rumah sakit, selanjutnya aplikasi di-trial untuk mengantisipasi adanya bug dan mengevaluasi penggunaan aplikasi Go Live dan Sosialisasi Setelah aplikasi dianggap siap untuk digunakan dan memperoleh evaluasi serta perbaikan dari tahap trial, aplikasi siap diluncurkan dan disosialisasikan kepada pasien, termasuk manfaat dan tata cara penggunaannya Pengembangan Lanjutan Rencana pengembangan selanjutnya, kemudahan akses hasil dari pemeriksaan dapat diakses melalui ponsel dengan <i>mobile application</i>, serta implementasi <i>Artificial Intelligence</i> untuk memberikan gambaran umum tentang hasil pemeriksaan dan anjuran untuk konsultasi ke dokter
Optimalisasi Digital Media (Google Review, Website, Instagram, Youtube)	Identifikasi <i>behavior audience</i> Petugas mengevaluasi dan mengidentifikasi kebiasaan dan respon <i>audience</i> dari akun-akun RS PHC Surabaya di setiap platform untuk melihat konten maupun <i>event</i> mana yang paling diminati dan mengundang <i>audience</i> memberikan respon positif Pembuatan konten maupun respon dari review Konten dibuat berdasarkan kebutuhan publikasi dan menyesuaikan dengan impresi <i>audience</i> Memberikan respon atas interaksi <i>audience</i> Memperhatikan SLA respon time 2x24 jam untuk setiap interaksi yang dilakukan <i>audience</i> melalui berbagai platform RS PHC Surabaya
Customer Engagement	Reminder Kontrol dan Penawaran <i>Priority Clinic</i> 1. Pencatatan identitas dan waktu kontrol pasien 2. Reminder waktu kontrol oleh tim <i>Customer Service</i> melalui WhatsApp untuk meningkatkan efektivitas komunikasi secara langsung dengan pasien 3. Penawaran kontrol melalui <i>Priority Clinic</i> untuk berbagai kemudahan yang dapat diperoleh pasien Event bagi <i>Loyal Customer</i> 1. <i>Mapping loyal customer</i> berdasarkan data kunjungan 2. Mengundang <i>loyal customer</i> untuk mengikuti <i>event</i> khusus sesuai dengan target pasien berdasarkan kategori layanan

Bab IV

Hasil Inovasi

Program	Intervensi dan Inisiatif PHC	Target Keberhasilan	Realisasi
Digitalisasi melalui My Medical	Memastikan 100% pasien dapat mengakses status kesehatannya melalui aplikasi MyMedical	100% pasien dapat mengakses MyMedical	100% pasien dapat mengakses langsung hasil dari pemeriksaan di hari yang sama meskipun sudah meninggalkan rumah sakit
Optimalisasi Digital Media (Google Review, Website, Instagram, Youtube)	• <i>Digital presence</i> melalui konten edukatif dan interaktif • Kompetisi di sosial media untuk peningkatan reach	RS PHC Surabaya lebih dikenal oleh masyarakat dan <i>potential customer</i>	1. Peningkatan <i>followers</i> akun sosial media instagram sebesar 45% dari tahun 2022 ke tahun 2025 2. Terdapat peningkatan jumlah pasien baru yang mendapatkan informasi tentang RS PHC Surabaya dari sumber internet dari tahun 2024 hingga tahun 2025 sebesar 3x lipat*
	<i>Respon time</i> di sosial media maupun Google Review	Adanya kenaikan jumlah review yang diberikan pasien	Jumlah review positif meningkat sebanyak 78% pada TW II dibanding dengan TW I
Customer Engagement	1. <i>Follow up</i> dan <i>reminder</i> kontrol bagi pasien serta penawaran kontrol reguler ke Priority Clinic oleh CS 2. Berbagai event bagi loyal customer dan fasilitas khusus bagi pasien nonJKN	1. Peningkatan kunjungan priority clinic dibandingkan tahun 2024 2. Peningkatan kunjungan rawat jalan	1. Terdapat peningkatan upselling pasien nonJKN kontrol melalui Priority Clinic sebesar 88% dibandingkan tahun 2024* 2. Peningkatan kunjungan MCU, IGD, dan spesialis pasien nonJKN sebesar 123% dibandingkan tahun 2024*

*Dihitung dari periode waktu yang sama

Bab V

Rangkuman dan Penutup

Berbagai inisiatif strategis dalam hal menciptakan *the whole patient experience* terbaik dan berkesan tentunya merupakan peran dari setiap komponen rumah sakit. Mulai dari lini terluar yang menjangkau pasien untuk datang ke rumah sakit melalui informasi di *digital platforms* seperti sosial media dan *Google Review*, berbagai *event* bagi *loyal customers*, penyediaan fasilitas *priority clinic*, pelayanan terbaik selama kunjungan, hingga kemudahan akses informasi pasien pascapelayanan melalui MyMedical.

Kami menyadari bahwa dampak positif meningkatnya kunjungan di rumah sakit dipengaruhi oleh banyak faktor. Namun kami percaya, menciptakan dan terus mengembangkan *whole patient experience* yang baik merupakan upaya terbaik yang dapat kita lakukan sebagai insan perumahsakit. Oleh karena itu, melalui esai ini pula kami berharap Rumah Sakit PHC Surabaya dapat menjadi salah satu inspirasi bagi seluruh anggota PERSI dalam memberikan pelayanan terbaik. Demikian esai ini dibuat dengan sebaik-baiknya untuk digunakan dalam Lomba PERSI Award 2025.

LAMPIRAN

Halaman My Medical

Berisi berbagai informasi, termasuk hasil pemeriksaan lab, radiologi, serta pendaftaran Medical Check Up. Dapat diakses di mana saja dan kapan saja.

The screenshot shows the 'My Medical' page with a sidebar menu on the left containing: Dashboard, Fit With PHC, Tracking, Jadwal Dokter, Rawat Jalan, Rawat Inap, Medical Checkup, and Resep/Obat. The main content area is titled 'RIWAYAT E-LAB DAN E-RAD'. It displays a list of medical check-ups with details such as 'no erad/lab', 'tanggal kirim', 'tanggal periksa', 'dokter', and 'tujuan'. Two check-ups are visible: one for 'Thorax Non Kontras' and another for 'Darah Lengkap'. Each entry has a status indicator (e.g., 'selesai').

The screenshot shows the 'Dashboard' page with a sidebar menu on the left containing: Dashboard, Fit With PHC, Tracking, Jadwal Dokter, Rawat Jalan, Rawat Inap, Medical Checkup, and Resep/Obat. The main content area is titled 'Dashboard' and 'Detil Checkup Paket Basic PHC / 06-06-2022'. It displays a summary of the check-up results, including 'Kesimpulan dan Saran' (Conclusion and Recommendation) and 'Hasil Laboratorium' (Laboratory Results). The 'Kesimpulan dan Saran' section lists findings such as 'Infeksi Saluran Kencing (Bakteri +, Eritrosit : 1-2, Leukosit : 5-6)' and 'Kristaluria (Kristal dalam urine : Positif 2+ Ca Oxalat)'. The 'Hasil Laboratorium' section shows results for 'Thorax Non Kontras' and 'E.C.G.' (Normal EKG).

The screenshot shows the 'My Medical' page with a sidebar menu on the left containing: Dashboard, Fit With PHC, Tracking, Jadwal Dokter, Rawat Jalan, Rawat Inap, Medical Checkup, and Resep/Obat. The main content area is titled 'RIWAYAT OBAT' and 'Farmasi'. It displays a list of medications with details such as 'tanggal', 'dokter', and 'obat'. Four medications are visible: 'KAPISOL 1000 MG TAB', 'KORANGKORANG 5 Supp', 'METOPROLOL 50 MG TAB', and 'GENTAMIN 10'. Each entry has a status indicator (e.g., 'selesai').

Page Google Review dan Instagram RS PHC Surabaya

*Respon*time singkat, terutama bagi review yang tidak memerlukan tidak lanjut (bukan komplain yang memerlukan investigasi)

PHC Surabaya Hospital

Jl. Prapat Kurung Selatan No.1, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Surabaya, Jawa Timur 60165, Indonesia

[Write a review](#)

4.6 ★★★★★ 2,437 reviews ⓘ

★★★★★ 2 days ago **NEW**

Pengalaman mendampingi Bapak rawat inap selama 3 hari di Phyrus 12 RS PHC Surabaya sangat nyaman, perawat dan staf yang lain ramah, kamar bersih, makanan bervariasi lengkap dengan info gizinya dan pelayanan memuaskan. Dapat dokter cantik, ... [More](#)

[See translation \(English\)](#)



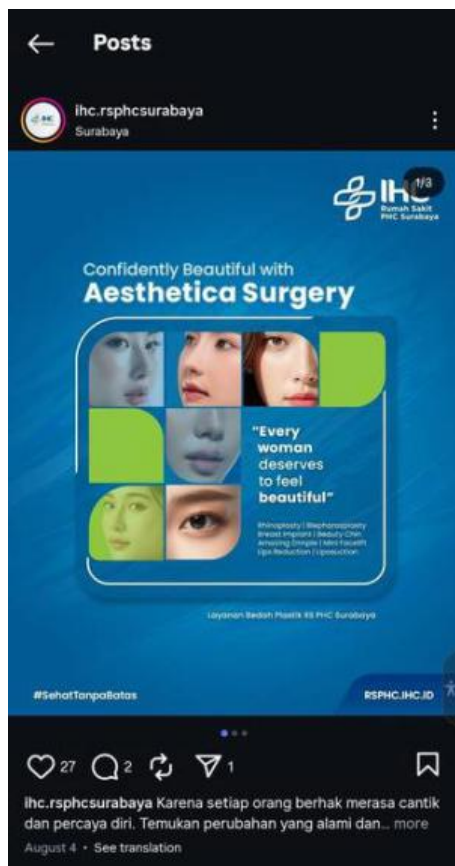
Hover to react

PHC Surabaya Hospital (owner)
2 days ago

Halo Kak Rosyidatul, terimakasih atas review positifnya ya kak :)
Untuk informasi layanan, juga dapat berinteraksi dengan kami melalui DM Instagram @ihc.rsphcsurabaya ya kak.

Sehat selalu :)

[See translation \(English\)](#)





Program Strategis Berbasis Peningkatan GCG dan Brand Image

Rapat Kerja PHC 2025

Ikhtisar atas realisasi program-program strategis Fungsi Corporate Secretary tahun 2024 berkaitan dengan Sistem Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (GCG) dan Brand Image Perseroan adalah sebagai berikut :

Social Media & Google Review Management

Aktivitas Digital Tetap Solid



27,8 K	32,8 K	37,2 K
FY22	FY23	FY24

Instagram Followers
+4,4K YoY

Instagram Rank
(vs Flagship Hospital PBM IHC)

#3



Now
We're
Verified



Menjaga Citra Positif di Pencarian Google (Google Review)

4,1	4,4	4,4	4,5
FY21	FY22	FY23	FY24



Google Rating Rank
(vs Flagship Hospital PBM IHC)

#1

Jumlah Reviewer 1.856
(YTD Mar 2025)

Website Management (phc.co.id & rsphc.ihc.id)



✓ 98 Publikasi Artikel/Berita

✓ Total Views Website **354K** Users (2024)

✓ **Pengembangan Fitur** (2024)
• Call To Action Button

CSR PHC Menjangkau Lebih Dari 700 Masyarakat Wilayah Operasional Perusahaan #BermaknaBerdampak



Pendidikan, Pelatihan & Budaya	25,42%
Peningkatan Kesehatan Masyarakat	52,52%
Lingkungan Hidup	16,46%
Lainnya	5,5%

Capaian Realisasi Program	100%	Capaian Realisasi Program	86,7%
21 Program Terealisasi		13 dari 15 Program Terealisasi	
Realisasi Anggaran	231 Jt (64,9%)	Realisasi Anggaran	165 Jt (53,3%)
FY23		FY24	



Jml, Mangrove di tanam
1.000 Bibit *Rhizophora* Sp

Ekivalen Penyerapan CO2
3,34 - 4,70 Ton CO2e/tahun