

MAKALAH INOVASI IT DALAM PELAYANAN KESEHATAN
(Innovation in Healthcare IT)

**TEROBOSAN KEKINIAN DALAM MENINGKATKAN OMSET
RUMAH SAKIT SECARA SIGNIFIKAN MELALUI OPTIMALISASI
IT PADA KEGIATAN PROMOSI DAN EDUKASI PASIEN &
KELUARGA DI RSI GUNUNGKIDUL**



Oleh :

drg. Wiwik Lestari, M.P.H

Renadya Muflih Fisabilillah, S. Kom

RUMAH SAKIT ISLAM GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA
TAHUN 2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Makalah : Terobosan Kekinian dalam Meningkatkan Omset Rumah Sakit Secara Signifikan melalui Optimalisasi IT pada Kegiatan Promosi dan Edukasi Pasien dan keluarga di RSI Gunungkidul.
2. Bidang Ilmu Penelitian : Innovation in Healthcare IT dan Manajemen Rumah Sakit
3. Nama Peneliti : drg. Wiwik Lestari, MPH
4. Lokasi Penelitian : Rumah Sakit Islam Gunungkidul
5. Waktu penelitian : 2 Tahun 3 bulan

Mengetahui

Direktur PT. Gunungkidul Sehat Barokah



PT. GUNUNGKIDUL SEHAT BAROKAH

(Arip Faturrohman, S.T.)

Gunungkidul, 15 Agustus 2025

Peneliti,



(drg. Wiwik Lestari, MPH)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim,

Alhamdulillah hirobbil ‘alamin, Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang, karena rahmat dan kasih sayangnya, makalah inovasi layanan Kesehatan yang akan dikirim dalam kegiatan ajang bergengsi PERSI AWARD tahun 2025 pada kategori ***Innovation in Healthcare IT*** selesai disusun. Adapun makalah ini diberi judul “ **Terobosan Kekinian dalam Meningkatkan Omset Rumah Sakit Secara Signifikan melalui Optimalisasi IT pada Kegiatan Promosi dan Edukasi Pasien dan keluarga di RSI Gunungkidul.**” dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Dalam Penelitian inovasi ini, Peneliti memperoleh banyak masukan, informasi penting, data-data capaian kinerja rumah sakit, serta dukungan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak yang mendorong kelancaran penelitian hingga selesai. Tepat kiranya apabila pada kesempatan ini Peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Arip Faturrohman, S.T selaku Direktur PT. Gunungkidul Sehat Barokah yang menaungi RSI Gunungkidul.
2. dr. Lily Tania Sondang Siagian selaku direktur pelayanan medis RSI Gunungkidul dan drg.Wenang Lanisy, M.P.H selaku Direktur umum operasional RSI Gunungkidul.
3. Mbak nadya, selaku Kepala Humas dan marketing RSI Gunungkidul.
4. Mbak Dian dan mbak Syifa Selaku tim keuangan RSI Gunungkidul.
5. Mas Denny selaku Kepala IT RSI Gunungkidul.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa Makalah Penelitian inovasi ini masih jauh dari sempurna untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna peningkatan dan kesempurnaan Makalah Penelitian ini.

Gunungkidul, 16 Agustus 2025

(Peneliti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR GAMBAR	7
ABSTRAK	8
BAB I PENDAHULUAN	9
A. Latar Belakang	9
1. Meningkatkan Branding Rumah Sakit.....	10
2. Sebagai Upaya Penerapan Misi Preventif.....	10
3. Sebagai Sarana Penyampaian Informasi.....	11
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
1. Tujuan Umum	12
2. Tujuan Khusus	13
D. Manfaat Penelitian	13
1. Bagi Rumah Sakit Islam Gunungkidul	13
2. Bagi Peneliti.....	13
E. Ruang Lingkup Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Pelayanan Kesehatan	15
1. Definisi Pelayanan Kesehatan	15
2. Tujuan Pemberian Informasi Kesehatan.....	16
3. Aspek layanan dan akreditasi rumah sakit.....	16
B. Konsep Rumah Sakit	19
1. Pengertian Rumah Sakit.....	19
2. Tugas, Fungsi dan Kewajiban Rumah Sakit.....	19
3. Jenis dan Klasifikasi Rumah Sakit.....	21
4. Tanggung Jawab Hukum Rumah Sakit	22

C. Konsep Pemasaran Rumah Sakit dengan penerapan <i>Lean Hospital</i>	23
BAB III IMPLEMENTASI PROGRAM	27
BAB VI HASIL IMPLEMENTASI.....	39
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	42
DAFTAR PUSTAKA	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Capaian Total kunjungan pasien RSI Gunungkidul maret 2023-juli 2025.....	36
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka konsep Manajemen Pemasaran RS	24
Gambar 2. Bagan Toyota Production System.	26
Gambar 3. Kerangka pemasaran dengan Konsep Lean Management.....	27
Gambar 4. Implementasi program marketing	29
Gambar 5. Menu Utama di Layar pusat informasi digital.	29
Gambar 6. Menu Alur Pelayanan RS	30
Gambar 7. Menu EBook RSI GK	31
Gambar 8. Isi dari Ebook RSI GK	31
Gambar 9. Isi dari Ebook RSI GK	31
Gambar 10. Contact Layanan RS.....	32
Gambar 11. Menu Barcode Edukasi Kesehatan.....	33
Gambar 12. Menu Jadwal Dokter	34
Gambar 13. Menu Layanan Promo	34
Gambar 14. Promo operasi MOW gratis.....	35
Gambar 15. Promo Merdeka poli gigi.....	35
Gambar 16. Promo Merdeka poli mata	35
Gambar 17. Promo persalinan umum dengan tarif BPJS.....	35
Gambar 18. Promo paket MCU	36
Gambar 19. Promo paket sunat	36
Gambar 20. Grafik Pertumbuhan Pasien.....	39
Gambar 21. Grafik Capaian Kinerja Keuangan	40

ABSTRAK

Edukasi hak pasien dan keluarga adalah proses memberikan informasi dan pemahaman kepada pasien dan keluarganya mengenai hak-hak mereka selama menjalani perawatan di fasilitas kesehatan, serta kewajiban mereka dalam proses tersebut. Tujuannya adalah untuk memberdayakan pasien dan keluarga agar dapat berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan terkait kesehatan mereka, serta memastikan bahwa hak-hak mereka dihormati dan dilindungi.

Masyarakat era digital sekarang ini, umumnya membutuhkan cara simple dalam mendapatkan informasi apapun, oleh karena itu RSI Gunungkidul menangkap peluang tersebut dengan menyuguhkan metode digital dalam Upaya penyampaian edukasi Kesehatan kepada pasien dan keluarga dengan cara yang simple dan efektif, dan implementasinya pun sangat “friendly” dan menyenangkan. Media informasi tersebut menggunakan layar sentuh lebar, yang ditempatkan di area ruang tunggu yang sangat mudah diakses siapa saja selama berkunjung dan menunggu diperiksa.

Upaya inovatif ini juga menjadi salah satu Upaya tim humas RSI Gunungkidul dalam mempromosikan seluruh layanan dan apapun produk rumah sakit, selain produk layanan Kesehatan juga produk non medis lainnya. Metode ini full paperless, mudah diimplementasikan dan secara biaya sangat hemat serta minimalis. Cara ini sudah dilaksanakan sejak bulan maret 2023 dan dari testimoni para pengunjung dan juga pejabat dinas Kesehatan yang sering datang melakukan pemantauan menyampaikan hal tersebut sangat inovatif dan lain daripada yang lain. Seiring berjalannya waktu, metode ini menjadi terkenal di kalangan Masyarakat Gunungkidul dan menjadi ciri khas yang tidak dimiliki oleh rumah sakit lainnya.

Konten dalam media digital ini senantiasa di lengkapi dari waktu ke waktu dan diperbaharui setiap ada perubahan. Upaya tim Humas dan marketing melalui media digital yang inovatif ini berhasil membawa kinerja rumah sakit meningkat dengan tajam dari tahun ke tahun. Upaya ini juga dimaksudkan untuk memenuhi standar akreditasi rumah sakit versi tahun 2024 yaitu standar HPK (Hak Pasien dan Keluarga). Standar HPK dalam akreditasi rumah sakit termasuk dalam Kelompok Pelayanan Berfokus pada Pasien. Lebih spesifik, HPK merupakan bagian dari standar akreditasi yang berfokus pada pemenuhan hak-hak pasien dan keluarga selama mereka menerima pelayanan di rumah sakit.

Kata Kunci : Edukasi, HPK, paperless, teknologi.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fasilitas pelayanan kesehatan perorangan salah satunya adalah rumah sakit yang merupakan bagian dari sumber daya kesehatan yang sangat diperlukan dalam mendukung penyelenggaraan upaya kesehatan. Menurut Wahyuni (2017) pada hakekatnya rumah sakit berfungsi sebagai tempat penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan. Fungsi dimaksud memiliki makna tanggung jawab yang seyogyanya merupakan tanggung jawab pemerintah dalam meningkatkan taraf kesehatan masyarakat.

Selanjutnya Wahyuni (2017) mengemukakan bahwa rumah sakit memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Paradigma baru pelayanan kesehatan mengharuskan rumah sakit memberikan pelayanan berkualitas sesuai kebutuhan dan keinginan pasien dengan tetap mengacu pada kode etik profesi. Dalam perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan yang semakin ketat, maka rumah sakit dituntut untuk terus melakukan peningkatan kualitas pelayanannya.

Wahyuni, 2017 juga mengemukakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh petugas kesehatan di suatu rumah sakit sangat berhubungan erat terhadap tingkat kepuasan pasien, hal ini dapat dilihat dari cara petugas kesehatan memberikan pelayanan kepada pasien. Pelayanan yang diberikan harus mampu memenuhi setiap kebutuhan, keinginan, serta sesuai dengan harapan pasien, jika pelayanan keperawatan dilakukan dengan tepat dan sesuai harapan maka pasien akan merasa puas, karena melalui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan tersebut mampu meningkatkan rasa percaya pasien terhadap profesi petugas kesehatan.

Sementara itu Kuntoro (2010) mengemukakan mutu pelayanan kesehatan sangat penting dalam pemberian pelayanan terhadap pasien, petugas kesehatan harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal dan meningkatkan mutu pelayanan kepada semua pasien serta memperhatikan tingkat kepuasan pasien. Sebuah keberhasilan dalam pelayanan keperawatan sangat ditentukan oleh kinerja para sumber daya manusianya, terutama petugas

rumah sakit yang berada di garda terdepan yaitu tim humas dan marketing yang bertugas membentuk citra rumah sakit sebaik mungkin sehingga mampu menggaet pelanggan rumah sakit (pasien dan keluarganya) untuk mempercayakan perawatan medisnya ke rumah sakit kita. Oleh karena itu, metode kekinian terhadap kinerja tim humas dan marketing butuh diciptakan dan diimplementasikan dengan cara yang mudah, murah dan hasil maksimal. Penentuan metode kerja tim humas dan marketing ini merupakan bagian dari strategi pemasaran rumah sakit yang mana tujuan akhirnya demi meningkatkan pendapatan/omset rumah sakit.

Strategi pemasaran rumah sakit dan faskes yang lainnya tidak jauh berbeda dengan strategi pemasaran pada umumnya. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan dan mengenalkan rumah sakit serta layanan yang disediakan. Namun strategi pemasaran digital yang dilakukan dalam pengelolaan rumah sakit, memiliki beberapa alasan penting untuk dilakukan selain tujuan utama tersebut.

Berikut ini adalah alasan penting mengapa strategi pemasaran faskes secara online atau digital harus dilakukan. Simaklah ulasan lengkapnya!

1. Meningkatkan Branding Rumah Sakit

Dengan penerapan strategi pemasaran digital, tentu saja pihak rumah sakit bisa memberikan informasi lengkap mengenai rumah sakit. Ketika pasien mencari informasi untuk melakukan pengobatan di rumah sakit, pasien tersebut membutuhkan informasi yang dapat mendukung keputusannya. Penyajian informasi yang lengkap tentang rumah sakit di platform online seperti web, social media, atau youtube. Dapat memudahkan pasien dalam mencari informasi tentang rumah sakit kita. Serta meningkatkan kredibilitas dari rumah sakit itu sendiri.

2. Sebagai Upaya Penerapan Misi Preventif

Tak terpisahkan dari poin sebelumnya, dalam poin ini menjelaskan betapa pentingnya menerapkan strategi pemasaran digital pada rumah sakit. Di mana rumah sakit bisa memberikan edukasi terkait Kesehatan, sehingga kita tidak hanya memasarkan tentang pelayanan apa saja yang ditawarkan. Tetapi juga dapat mengedukasi masyarakat sekitar bagaimana menjaga kesehatannya.

Selain dari segi pasien dan dokter, dengan penerapan strategi pemasaran, komunikasi antar dokter akan dipermudah. Terutama antara dokter umum dan dokter spesialis yang menangani kasus secara bersama.

3. Sebagai Sarana Penyampaian Informasi

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat diambil oleh rumah sakit untuk menyampaikan informasi mengenai produk, yaitu jasa pelayanan yang tersedia di rumah sakit. Dengan memanfaatkan platform digital dan online, dapat memudahkan calon pasien untuk mencari informasi tentang rumah sakit kita dengan mudah

Ilmu manajemen rumah sakit mengajarkan kepada kita agar setiap Langkah yang diambil harus efektif dan efisien sehingga humas yang dilakukan di RSI Gunungkidul juga memikirkan bahwa metode penyampaian edukasi dan informasi terkait pelayanan rumah sakit sudah diselaraskan dengan standar akreditasi rumah sakit versi tahun 2024, terutama dalam memenuhi standar HPK (hak pasien dan keluarga). Secara peribahasa, sekali dayung 2 pulau terlampaui. Metode digitalisasi dikombinasi dengan pemakaian media yang pas, tidak hanya berefek marketing, yang mampu mengungkit pendapatan rumah sakit secara signifikan dari tahun ke tahun, namun juga standar-standar akreditasi sudah termuat di dalamnya sehingga mutu rumah sakit secara otomatis meningkat dengan sendirinya.

Hak pasien dalam pelayanan kesehatan dilindungi oleh undang-undang. Dalam memberikan pelayanan, rumah sakit menjamin hak pasien yang dilindungi oleh peraturan perundangan tersebut dengan mengupayakan agar pasien mendapatkan haknya di rumah sakit. Dalam memberikan hak pasien, rumah sakit harus memahami bahwa pasien dan keluarganya memiliki sikap, perilaku, kebutuhan pribadi, agama, keyakinan, budaya dan nilai-nilai yang dianut.

Hasil pelayanan pada pasien akan meningkat bila pasien dan keluarga atau mereka yang berhak mengambil Keputusan diikutsertakan dalam pengambilan keputusan pelayanan dan proses yang sesuai dengan harapan, nilai, serta budaya yang dimiliki. Pendidikan pasien dan keluarga membantu

pasien lebih memahami dan berpartisipasi dalam perawatan mereka untuk membuat keputusan perawatan yang lebih baik.

Standar ini akan membahas proses-proses untuk:

- a. Mengidentifikasi, melindungi, dan mempromosikan hak-hak pasien;
- b. Menginformasikan pasien tentang hak-hak mereka;
- c. Melibatkan keluarga pasien, bila perlu, dalam Keputusan tentang perawatan pasien;
- d. Mendapatkan persetujuan (*informed consent*); dan
- e. Mendidik staf tentang hak pasien.

Proses-proses ini terkait dengan bagaimana sebuah organisasi menyediakan perawatan kesehatan dengan cara yang adil dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Lebih lanjut, standar Hak Pasien dan Keterlibatan Keluarga akan berfokus pada:

- a. Hak pasien dan keluarga; dan
- b. Permintaan persetujuan pasien.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Terobosan Kekinian dalam Meningkatkan Omset Rumah Sakit Secara Signifikan melalui Optimalisasi IT pada Kegiatan Promosi dan Edukasi Pasien dan keluarga di RSI Gunungkidul”**.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah metode dan media pemberian informasi dan edukasi pasien/keluarga di RSI Gunungkidul disukai para pelanggan rumah sakit? Juga apakah metode promosi ini memberi efek marketing yang mampu meningkatkan kinerja dan performa RSI Gunungkidul.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui apakah strategi dan metode pemberian informasi dan edukasi

pasien/keluarga yang dilakukan di RSI Gunungkidul berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dan performa RSI Gunungkidul.

2. Tujuan Khusus

- a. Terdapat Gambaran bagaimana implementasi metode penyampaian informasi dan edukasi ke pasien/keluarga dengan media kekinian yang disukai para pelanggan rumah sakit
- b. Terdapat gambaran metode penyampaian informasi dan edukasi ke pasien/keluarga dengan media kekinian ini agar mampu menyampaikan semua informasi seputar RSI Gunungkidul dengan tepat, cepat, mudah diakses dan berefek marketing secara luas.
- c. Terdapat hubungan metode penyampaian informasi dan edukasi ke pasien/keluarga dengan media kekinian ini dengan peningkatan omset di RSI Gunungkidul dari tahun 2023-2025.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Rumah Sakit Islam Gunungkidul

Sebagai masukan kepada manajemen Rumah Sakit tentang gambaran metode penyampaian informasi dan edukasi ke pasien/keluarga dengan media kekinian ini agar mampu menyampaikan semua informasi seputar RSI Gunungkidul dengan tepat, cepat, mudah diakses dan berefek marketing secara luas dan berdampak terhadap peningkatan omset Rumah sakit.

2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu yang didapat selama pendidikan, serta menambah pengetahuan dan pengalaman. serta sebagai bagian dari upaya penambahan wawasan peneliti khususnya dalam kepuasan pasien terhadap Pelayanan Petugas Kesehatan

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berjudul **“Terobosan Kekinian dalam Meningkatkan Omset Rumah Sakit Secara Signifikan melalui Optimalisasi IT pada Kegiatan Promosi dan Edukasi Pasien dan keluarga di RSI**

Gunungkidul”. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2023-juli 2025. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah tim humas, marketing, dan manajemen RSI Gunungkidul. Dalam penelitian ini menggunakan (dua) variabel penelitian, yaitu:

- a. Variabel tidak terikat (independent variable) yang akan diteliti pada penelitian ini adalah : metode pemberian informasi.
- b. Variasi terikat (dependent variable) yang akan diteliti pada penelitian ini adalah : peningkatan omset rumah sakit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pelayanan Kesehatan

1. Definisi Pelayanan Kesehatan

a. Pelayanan kesehatan secara umum

Herlambang (2016) menyatakan pengertian pelayanan kesehatan secara umum adalah derajat kesempurnaan pelayanan kesehatan yang sesuai dengan standar profesi dan standar pelayanan dengan menggunakan potensi sumber daya yang tersedia di rumah sakit maupun puskesmas secara efisien dan efektif serta diberikan secara aman dan mampu memberikan pelayanan yang baik meliputi norma, etika, hukum, sosial dan budaya. Menurut Hafid (2014) kesehatan merupakan kebutuhan manusia untuk dapat hidup layak dan produktif, sehingga diperlukan penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang terkendali dalam hal biaya dan mutu pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu setiap individu, keluarga maupun masyarakat berhak memperoleh perlindungan kesehatan dan negara bertanggung jawab memberikan perlindungan kesehatan bagi seluruh rakyat agar kualitas hidup sehat dapat terpenuhi.

b. Pelayanan kesehatan secara khusus

Menurut Nursalam (2016) keperawatan sebagai pelayanan atau asuhan profesional bersifat humanistik, menggunakan pendekatan holistik dan dilakukan berdasarkan ilmu dan kiat keperawatan, berorientasi pada kebutuhan objektif klien, mengacu pada standar profesional keperawatan dan menggunakan etika keperawatan sebagai tuntutan utama. Selanjutnya menurut Kurniadi D. (2016) kinerja petugas kesehatan adalah prestasi kerja yang ditunjukkan oleh petugas dalam melaksanakan asuhan keperawatan sehingga menghasilkan output yang baik kepada pasien dalam kurun waktu tertentu. Tanda-tanda kinerja perawat yang baik yaitu yang dapat meningkatkan kepuasan pasien.

Seterusnya menurut Nursalam (2016) Keperawatan adalah model pelayanan profesional dalam memenuhi kebutuhan dasar yang diberikan kepada individu baik yang sehat maupun sakit dan yang mengalami gangguan fisik, psikis, sosial agar dapat mencapai derajat kesehatan yang

optimal. Bentuk pemenuhan kebutuhan dasar dapat berupa peningkatan kemampuan yang ada pada individu, mencegah, memperbaiki dan melakukan rehabilitasi dari suatu keadaan yang dipersepsikan sakit oleh individu.

Sedangkan menurut Potter & Perry (2009) standar pelayanan keperawatan merupakan pedoman untuk perawat dalam melakukan praktik keperawatan yang digunakan untuk menentukan apakah perawat telah bertindak sesuai prosedur. Apabila perawat melakukan tindakan keperawatan sesuai dengan prosedur maka perawat dapat melindungi diri sendiri pada bahaya tindakan legal dan yang lebih penting adalah melindungi pasien dari bahaya ataupun cedera.

2. Tujuan Pemberian Informasi Kesehatan

Tujuan pemberian informasi kesehatan adalah untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan pemahaman masyarakat mengenai kesehatan, serta mendorong perilaku hidup sehat. Informasi kesehatan juga bertujuan untuk membantu pengambilan keputusan yang tepat terkait kesehatan, baik bagi individu maupun pihak terkait dalam sistem kesehatan. Tujuan pelayanan Kesehatan, khususnya terkait pemberian informasi Kesehatan, menurut Kurniadi D (2016) sebagai berikut :

- 1). Meningkatkan dan mempertahankan mutu
- 2). Meningkatkan sikap profesionalisme dan akuntabel
- 3). Meningkatkan hubungan dengan pasien, keluarga dan masyarakat
- 4). Meningkatkan komunikasi antar petugas kesehatan
- 5). Meningkatkan kualitas kerja.

3. Aspek layanan dan akreditasi rumah sakit

Yang dapat menjadi indikator penerapan sebuah layanan pemberian informasi Kesehatan dan informasi layanan rumah sakit kepada pasien dan keluarga, dapat dilihat dari aspek perhatian dan aspek komunikasi sebagai berikut :

1. Aspek perhatian

Menurut Wahyuni (2017) aspek perhatian merupakan sikap seorang petugas rumah sakit dalam memberikan pelayanan harus sabar, bersedia memberikan pertolongan kepada pasien, petugas harus peka

terhadap setiap perubahan pasien dan keluhan pasien, mengerti dan memahami kecemasan dan ketakutan pasien. Petugas rumah sakit harus memperlakukan pasien dengan baik dan tulus dalam pemenuhan kebutuhan pasien, dan memberikan informasi sesuai kebutuhan pasien.

2. Aspek Komunikasi

Menurut Suryani (2015) aspek komunikasi merupakan sikap seorang petugas rumah sakit yang harus mampu melakukan komunikasi sebaik mungkin dengan pasien, dan keluarga pasien. Interaksi antara petugas rumah sakit akit dengan pasien atau antara petugas rumah sakit dengan keluarga pasien akan terjalin melalui cara komunikasi yang baik. petugas rumah sakit menggunakan cara komunikasi dari awal penerimaan pasien untuk menyatu dengan pasien dan keluarga pasien. Komunikasi digunakan untuk menentukan apa yang pasien inginkan berkaitan dengan informasi Tindakan atau perawatan yang akan dilakukan di rumah sakit. Petugas rumah sakit juga melakukan komunikasi dengan pasien pada akhir pelayanan untuk menilai apakah pasien/keluarga telah memahami dengan baik atas informasi yang telah diberikan. Kesimpulannya bahwa selama melakukan pelayanan, petugas rumah sakit melakukan keterampilan komunikasi pada pasien maupun keluarga pasien dan petugas kesehatan yang lain.

Beberapa aspek yang menjadi indikator tolak ukur dalam meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan menurut Tjiptono & Anastasia (2011) meliputi :

1. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, jujur, aman, tepat waktu. Keseluruhan ini berhubungan dengan kepercayaan terhadap pelayanan dalam kaitannya dengan waktu.
2. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu keinginan para pegawai atau karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap terhadap kebutuhan konsumen, cepat memperhatikan dan mengatasi kebutuhan-kebutuhan.

3. Jaminan (*assurance*) mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan dan sifat percaya yang dimiliki pada karyawan, bebas dari bahaya, resiko, keragu-raguan, memiliki kompetensi, percaya diri dan menimbulkan keyakinan yang benar.
4. Empati atau kepedulian (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen yang terwujud dalam penuh perhatian terhadap setiap konsumen, melayani konsumen dengan ramah, berkomunikasi yang baik dan benar serta bersikap dengan penuh simpati.
5. Bukti langsung atau berwujud (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, peralatan para pegawai, kebersihan, ruangan teratur rapi, berpakaian rapi, penampilan karyawan, peralatan dan alat komunikasi.

Kegiatan pemberian informasi dan edukasi merupakan standar yang harus dipenuhi rumah sakit, yaitu tertera di standar akreditasi rumah sakit versi 2024 kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada bab HPK (hak pasien dan keluarga). Hak pasien dalam pelayanan kesehatan dilindungi oleh undang-undang. Dalam memberikan pelayanan, rumah sakit menjamin hak pasien yang dilindungi oleh peraturan perundangan tersebut dengan mengupayakan agar pasien mendapatkan haknya di rumah sakit. Dalam memberikan hak pasien, rumah sakit harus memahami bahwa pasien dan keluarganya memiliki sikap, perilaku, kebutuhan pribadi, agama, keyakinan, budaya dan nilai-nilai yang dianut. Hasil pelayanan pada pasien akan meningkat bila pasien dan keluarga atau mereka yang berhak mengambil Keputusan diikutsertakan dalam pengambilan keputusan pelayanan dan proses yang sesuai dengan harapan, nilai, serta budaya yang dimiliki.

Pendidikan pasien dan keluarga membantu pasien lebih memahami dan berpartisipasi dalam perawatan mereka untuk membuat keputusan perawatan yang lebih baik. Standar ini akan membahas proses-proses untuk:

- a. Mengidentifikasi, melindungi, dan mempromosikan hak-hak pasien;
- b. Menginformasikan pasien tentang hak-hak mereka;

- c. Melibatkan keluarga pasien, bila perlu, dalam Keputusan tentang perawatan pasien;
- d. Mendapatkan persetujuan (*informed consent*); dan
- e. Mendidik staf tentang hak pasien.

Proses-proses ini terkait dengan bagaimana sebuah organisasi menyediakan perawatan kesehatan dengan cara yang adil dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Lebih lanjut, standar Hak Pasien dan Keterlibatan Keluarga akan berfokus pada:

- a. Hak pasien dan keluarga; dan
- b. Permintaan persetujuan pasien.

B. Konsep Rumah Sakit

1. Pengertian Rumah Sakit

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 3 Tentang Rumah Sakit, 2020 menjelaskan rumah sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit juga di bagi menjadi dua tipe ada umum dan khusus. Rumah sakit umum sendiri paling sedikit memiliki pelayanan pelayanan medik, penunjang medik, pelayanan keperawatan, kebidanan, dan pelayanan non medis.

Berdasarkan pada Undang Undang Nomor 17 Tahun 2023 menjelaskan tentang fungsi rumah sakit sebagai tempat pendidikan, penelitian, dan pelayanan kesehatan secara terpadu dalam bidang pendidikan tenaga medis dan tenaga kesehatan serta pendidikan berkelanjutan secara multiprofesi. Penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit. Kewajiban rumah sakit yang tertera pada Undang Undang Nomor 17 Tahun 2023 adalah sebagai berikut:

2. Tugas, Fungsi dan Kewajiban Rumah Sakit

Berdasarkan pada Undang Undang Nomor 17 Tahun 2023 menjelaskan tentang fungsi rumah sakit sebagai tempat pendidikan, penelitian, dan pelayanan kesehatan secara terpadu dalam bidang pendidikan tenaga medis dan tenaga kesehatan serta pendidikan

berkelanjutan secara multiprofesi. Selanjutnya Kewajiban rumah sakit yang tertera pada Undang Undang Nomor 17 Tahun 2023 adalah sebagai berikut: sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi yang benar tentang pelayanan rumah sakit kepada masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, anti diskriminatif, dan efektif dengan mengutamakan kepentingan pasien sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit
- c. Memberikan pelayanan gawat darurat kepada pasien sesuai dengan kemampuan pelayanannya.
- d. Berperan aktif dalam memberikan pelayanan kesehatan pada bencana sesuai dengan kemampuan pelayanannya.
- e. Melaksanakan fungsi sosial antara lain dengan memberikan fasilitas pelayanan bagi pasien tidak mampu atau miskin, pelayanan gawat darurat tanpa uang muka, ambulans gratis, pelayanan bagi korban bencana dan KLB, atau bakti sosial bagi misi kemanusiaan.
- f. Membuat, melaksanakan, dan menjaga standar mutu pelayanan kesehatan di rumah sakit sebagai acuan dalam melayani pasien.
- g. Menyelenggarakan rekam medis.
- h. Menyediakan sarana dan prasarana umum yang layak, antara lain sarana ibadah, tempat parkir, ruang tunggu, sarana untuk penyandang disabilitas, wanita menyusui, anak-anak, dan lanjut usia.
- i. Melaksanakan sistem rujukan.
- j. Menolak keinginan pasien yang bertentangan dengan standar profesi dan etika serta ketentuan peraturan perundang-undangan.
- k. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai hak dan kewajiban pasien
- l. Menghormati dan melindungi hak-hak pasien.
- m. Melaksanakan etika Rumah Sakit .
- n. Memiliki sistem pencegahan kecelakaan dan penanggulangan bencana.
- o. Melaksanakan program pemerintah di bidang kesehatan, baik secara regional maupun nasional.

- p. Membuat daftar tenaga medis yang melakukan praktik kedokteran atau kedokteran gigi dan tenaga kesehatan lainnya.
- q. Menyusun dan melaksanakan peraturan internal rumah sakit.
- r. Melindungi dan memberikan bantuan hukum bagi semua petugas rumah sakit dalam melaksanakan tugas.
- s. Memberlakukan seluruh lingkungan rumah sakit sebagai kawasan tanpa rokok.

3. Jenis dan Klasifikasi Rumah Sakit

Aturan tentang jenis dan kelas rumah sakit di Indonesia diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes), khususnya Permenkes Nomor 3 Tahun 2020 yang mencabut dan menggantikan Permenkes sebelumnya, yaitu Permenkes No. 30 Tahun 2019. Rumah sakit diklasifikasikan berdasarkan jenis pelayanan dan kemampuannya, dengan dua kategori utama: Rumah Sakit Umum dan Rumah Sakit Khusus. Macam-macam rumah sakit sakit berdasarkan kepemilikan, jenis pelayanan, dan kelas sebagai berikut, diantaranya :

a. Berdasarkan Kepemilikan

Rumah sakit ada dua macam yaitu rumah sakit pemerintah dan rumah sakit swasta.

b. Berdasarkan Jenis Pelayanan

Yang termasuk ke dalam jenis ini adalah rumah sakit umum, rumah sakit jiwa, dan rumah sakit khusus (misalnya rumah sakit jantung, ibu dan anak, rumah sakit mata, dan lain-lain).

c. Berdasarkan Kelas.

Rumah sakit berdasarkan kelasnya dibedakan atas rumah sakit kelas A,B (pendidikan dan nonpendidikan), kelas C, kelas D.

- 1) Rumah sakit umum kelas A, adalah rumah sakit umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik spesialisistik luas dan subspecialistik luas.
- 2) Rumah sakit umum kelas B, adalah rumah sakit umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik sekurang-kurangnya sebelas spesialisistik dan subspecialistik terbatas.

- 3) Rumah sakit umum kelas C, adalah rumah sakit umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik spesialisik dasar.
- 4) Rumah sakit umum kelas D, adalah rumah sakit umum yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik dasar.

4. Tanggung Jawab Hukum Rumah Sakit

Tanggung jawab hukum rumah sakit di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Rumah sakit bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh kelalaian tenaga kesehatan, dan cakupan tanggung jawab ini diperluas dalam UU Kesehatan yang baru. Menurut, pengaturan, penyelenggaraan rumah sakit mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a) Mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.
- b) Memberikan perlindungan hukum terhadap keselamatan pasien, masyarakat.
- c) Lingkungan rumah sakit, dan sumber daya manusia di rumah sakit.
- d) Meningkatkan mutu dan mempertahankan standar pelayanan rumah sakit.
- e) Memberikan kepastian hukum kepada pasien, masyarakat, sumber daya manusia rumah sakit.

Sedangkan menurut Tribowo (2012) mengatakan bahwa rumah sakit memiliki 4 tanggung jawab, diantaranya yaitu :

1. Tanggung jawab terhadap personalia
Hal ini berdasarkan hubungan antara majikan dan karyawan. Hubungan ini dahulu bersifat universal dan dinegara kita sampai kini masih berlaku sesuai dengan KUH Perdata Pasal 1366, 1365, 1367. Di dalam tanggung jawab ini termasuk seluruh karyawan yang bekerja di rumah sakit.
2. Tanggung jawab profesional terhadap mutu pengobatan atau pelayanan keperawatan. Hal ini berarti bahwa tingkat Pelayanan Petugas Kesehatan, baik dokter maupun perawat dan tenaga kesehatan lainnya harus berdasarkan ukuran standar profesi.
3. Tanggung jawab terhadap sarana dan peralatan

Di Dalam bidang ini termasuk peralatan dasar, peralatan medis, dan lain-lain. Yang paling penting adalah bahwa peralatan tersebut selalu harus berada dalam keadaan aman dan siap pakai.

4. Tanggung jawab terhadap keamanan bangunan dan perawatannya, Misalnya, bangunan roboh, genteng jatuh, lantai yang licin, sehingga ada pengunjung yang mengalami cedera.

C. Konsep Pemasaran Rumah Sakit dengan penerapan *Lean Hospital*

RSI Gunungkidul memberikan pelayanan kepada masyarakat bersifat holistik atau menyeluruh, mulai dari pencegahan, penyembuhan, hingga pemulihan penyakit. Untuk memenuhi kebutuhan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, Manajemen Pemasaran RSI Gunungkidul menggunakan konsep *Lean Hospital* di dalam menjalankan setiap program kerjanya. Metode lean management, merupakan suatu upaya terus menerus untuk menghilangkan pemborosan atau waste dan meningkatkan nilai tambah (*value added*) produk barang maupun jasa agar memberikan nilai kepada pelanggan atau customer value, dengan tujuan untuk meningkatkan customer value melalui peningkatan terus menerus rasio antara nilai tambah terhadap waste (*the value-to-waste ratio*).

Pada proses implementasi program melakukan manajemen PDCA dan evaluasi kinerja dengan melihat data jumlah kunjungan pasien setiap bulannya, mengalami kenaikan atau penurunan dan menggunakan data kritik dan saran yang disampaikan pasien atau keluarga pasien. Dari hasil implementasi manajemen pemasaran menggunakan konsep lean hospital, didapatkan hasil kepedulian setiap karyawan di unit pelayanan untuk mengelola permasalahan yang ditemukan dan melakukan Problem solving (Continuous Improvement and Learning) yang dibantu oleh Tim *Service Excellent* Rumah Sakit.

Manajemen Pemasaran Manajemen pemasaran di dalam mengelola usaha pemasaran perlu dilakukan proses analisis peluang pemasaran, memilih pasar sasaran, mengembangkan bauran pemasaran dengan memperhatikan 4 P (Marketing Mix) :

1. Produk (Product).

1. Philosophy (Long - Term Thinking).

Keputusan manajemen didasarkan pada filosofi jangka panjang walaupun mengorbankan sesuatu jangka pendek.

2. Process (Eliminate Waste).

- a. Ciptakan proses yang mengalir untuk mengungkapkan masalah.
- b. Gunakan sistem tarik (pull system) untuk menghindari produksi berlebih.
- c. Heijunka, meratakan beban kerja.
- d. Jidoka, hentikan apabila terjadi permasalahan kualitas.
- e. Lakukan standarisasi pekerjaan untuk peningkatan berkelanjutan.
- f. Gunakan alat kendali visual supaya tidak ada permasalahan tersembunyi.
- g. Gunakan hanya teknologi yang handal benar - benar teruji.

3. People and Partner (Respect, Challenge and Grow Them)

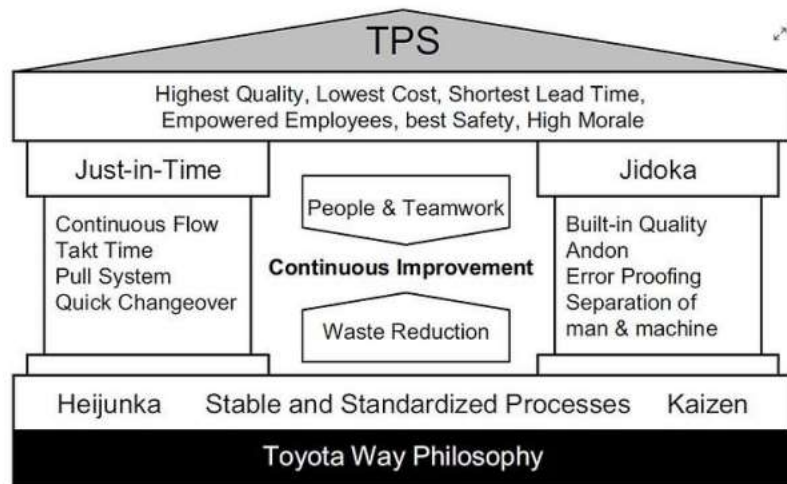
- a. Kembangkan pemimpin yang menjiwai dan menjalani filosofi
- b. Hormati, kembangkan dan tantang orang - orang dan tim
- c. Hormati jaringan mitra dan pemasok dengan memberi tantangan dan membantu mereka melakukan peningkatan.

4. Problem solving (Continuous Improvement and Learning).

2 hal Pembelajaran terus menerus melalui Kaizen yaitu:

- a. Melihat dengan mata kepala sendiri agar lebih memahami situasi dengan benar (Genchi Genbutsu).
- b. Buatlah secara perlahan melalui konsensus, dengan hati - hati mempertimbangkan semua kemungkinan dan implementasi dengan cepat.

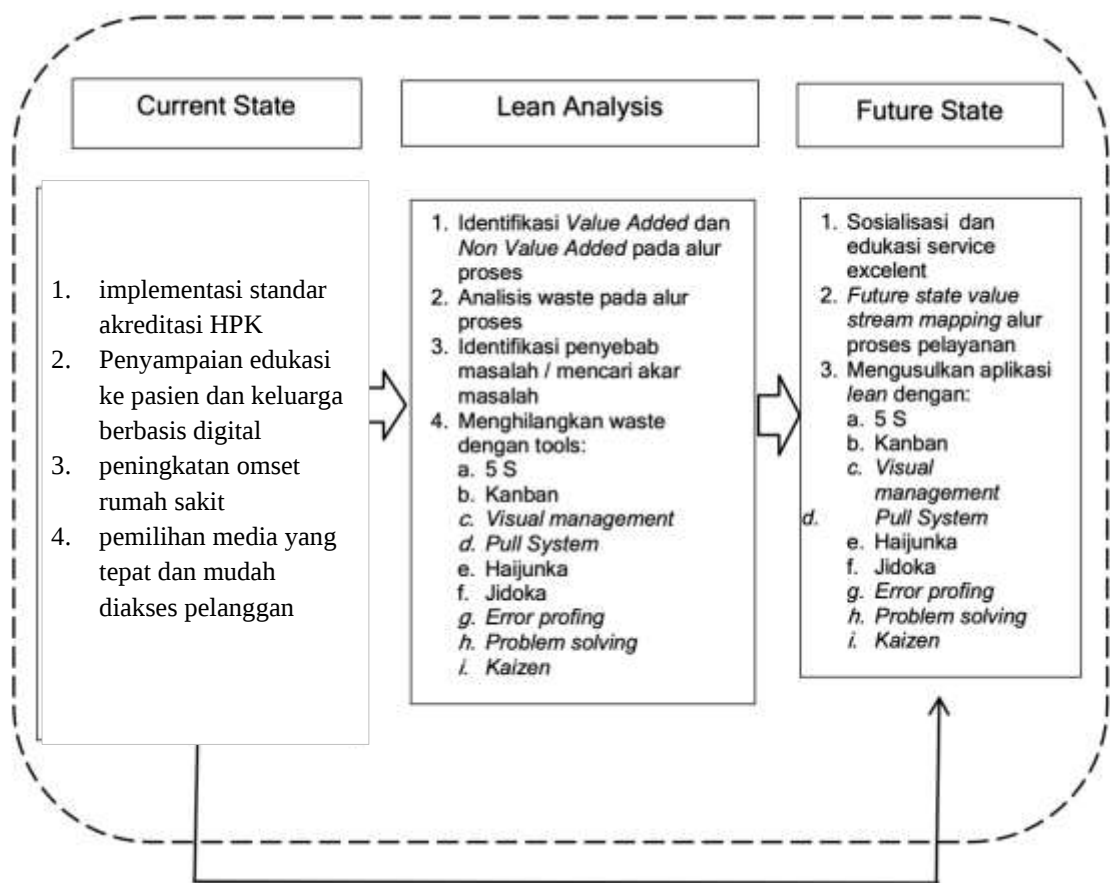
Prinsip 4 P di atas dapat dilihat di gambar ilustrasinya pada gambar sebagai berikut :



Gambar 2. Bagan Toyota Production System. bagan atap adalah hasil. Bagan bawah adalah upayanya.

BAB III IMPLEMENTASI PROGRAM

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut diatas maka Manajemen Pemasaran RSI Gunungkidul menurut American Marketing Association (AMA) melakukan “ proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan, baik individu maupun organisasi” (Kotler, 1997; Joscon Network, 2002), dengan melakukan evaluasi hasil pemasaran secara menyeluruh dengan menggunakan konsep Lean yaitu suatu upaya terus menerus untuk menghilangkan pemborosan (waste) dan meningkatkan nilai tambah (value added) produk (barang dan atau jasa) agar dapat memberikan nilai kepada pelanggan (customer value). Adapun kerangka konsep tersebut sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Konsep Manajemen Pemasaran dengan Konsep Lean Management

Kerangka proses menjalankan program Manajemen Pemasaran dengan Konsep Lean Management tersebut diawali dengan pendefinisian yang jelas dan tegas tentang audiens sasaran, karena sangat mempengaruhi keputusan komunikator tentang *what, who, when, where, why* pesan akan disampaikan.

Manajemen Pemasaran RSI Gunungkidul pada maret 2023 melakukan manajemen PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) sebagai berikut :

3.1 Plan (Perencanaan)

Perencanaan dimulai dengan bantuan masalah menggunakan teknik 5W, yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), dan *why* (mengapa) dengan teknik *root cause analysis*, bersama Tim *Service Excellent* dan tim *marketing* melakukan sosialisasi program aplikasi terpadu kegiatan pemberian informasi kepada pasien dan keluarganya dengan menggunakan media layar sentuh berukuran besar di area ruang tunggu rawat jalan. Materi sosialisasi yang disampaikan tentang manajemen pemasaran rumah sakit, program pemasaran dengan konsep *Lean Hospital* dan tujuan utama implementasi program sampai berdaya ungkit meningkatkan kunjungan pasien sehingga omset rumah sakit pun meningkat dari tahun ke tahun.

3.2 Do (Lakukan)

Berikut ini salah satu kegiatan yang dikerjakan tim marketing rumah sakit berkaitan dengan realisasi program pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga. Program ini seolah bisa diperibahasakan “sekali dayung, 3 pulau terlampaui”, sekali implementasi program dan selama maintenance selalu update, maka. Ada 3 hal yg sudah terselesaikan sekaligus, yaitu implementasi standar akreditasi rumah sakit bab HPK, target marketing jangka panjang tercapai, dan volume pasien serta omset rumah sakit meningkat pesat. Adapun hal-hal yang dilakukan pada tahap ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Implementasi program marketing dan pemberian edukasi dengan layar sentuh sebesar 60 inchi yang dipasang di area ruang tunggu rawat jalan.



Gambar 5. Layar sentuh besar, dengan menampilkan menu utama yang ada di layar pusat informasi digital.

Pada gambar 5 tersebut menampilkan 9 menu utama yang setelah di klik bisa menelusuri informasi-informasi lainnya seputar seluruh informasi layanan dan sarana RSI gunungkidul. Adapun 9 menu utama tersebut adalah jadwal dokter, alur pendaftaran, buku menu, konten edukasi, nomor layanan penting, tarif layanan, informasi kamar, jaminan Kesehatan, dan menu special



Gambar 7. Setelah klik “buku menu” di menu utama akan muncul barcode yang bisa diakses tidak hanya dengan layar sentuh, namun jg dengan handphone masing-masing dan barcode dapat disimpan dan dibuka kapan saja dan dimana saja.



Gambar 8. Setelah barcode di klik, muncul sampul buku menu



Gambar 9. Contoh isi buku menu. Geser dengan telunjuk seperti membuka buku, maka akan terbuka halaman selanjutnya untuk mengetahui lebih banyak lagi informasi terkait RSI Gunungkidul.



Gambar 10. Setelah klik nomor layanan, akan muncul semua nomor penting yang dapat diakses segera Ketika membutuhkan layanan

KPI respon chat di seluruh media sosmed RSI Gunungkidul adalah maksimal 15 menit. Hal ini membuktikan bahwa mutu pelayanan di RSI Gunungkidul sangat baik dan sesuai budaya kerja di RSI Gunungkidul yaitu “Cepat, Ramah, Ikhlas dan Berkualitas”. Respon yang cepat dan jawaban sesuai kebutuhan yang dilakukan terus menerus ternyata efek jangka panjangnya sangat luar biasa, yaitu kepuasan akan pelayanan dan info kepuasan tersebut cepat menyebar di seluruh wilayah Gunungkidul. Mindset serba digital dan implementasi paperless di RSI gunungkidul benar-benar menjadi pembeda rumah sakit ini dengan rumah sakit lain disekitarnya yang menjadikan pengalaman tersendiri untuk semua pasien dan merasakan kecanggihan teknologi. Preferensi pasien seperti ini ternyata mampu merangsang pertumbuhan pasien di RSI gunungkidul sangat signifikan dari bulan ke bulan, dari tahun ke tahun, walau RSI Gunungkidul ini masih tergolong rumah sakit baru.



Gambar 11. Barcode konten edukasi. Memuat seluruh konten dan artikel edukasi Kesehatan.

Setelah klik pilihan konten edukasi, akan muncul seluruh pilihan konten yang ingin dibaca dan diketahui lebih lengkap. Caranya mudah, cukup klik pilih konten edukasi yang diinginkan, dan geser dengan jari seperti mengoperasikan buku menu yang sudah dijelaskan di atas. Konten edukasi ini di update dari waktu ke waktu sesuai kebutuhan dan semakin hari semakin dilengkapi dan di update Ketika ada perubahan. Isi konten edukasi saat ini meliputi ebook hemodialisis, perawatan doble lumen, konten bab gizi, konten bab menyusui, konten bab KIA, 5 momen cuci tangan, akses vaskuler pada pasien HD, Instagram RSI Gunungkidul, dan masih banyak pilihan lagi yang dapat diakses di pilihan konten edukasi ini dengan klik linktr.ee/you di bagian paling bawah.

JADWAL DOKTER RSI GUNUNGKIDUL

BEDAH	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Azzam Hidayat Rahman, Sp. B		17.00 - selesai		17.00 - selesai			
dr. Zulbahri, Sp. B	11.00 - selesai 17.00 - selesai	11.00 - selesai 17.00 - selesai	11.00 - selesai 17.00 - selesai	11.00 - selesai 17.00 - selesai	11.00 - selesai 17.00 - selesai	11.00 - selesai 17.00 - selesai	
PENYAKIT DALAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Nisa Amanita, Sp. PD	07.00 - selesai	07.00 - selesai	07.00 - selesai	07.00 - selesai		07.00 - selesai	
dr. Ruchanibadi, Sp. PD	14.00 - selesai		14.00 - selesai		13.30 - selesai		
dr. Nur Setiawan, Sp. PD		14.00 - selesai		14.00 - selesai			
dr. Eko Darmawan, M. Sc. Sp. PD	20.00 - selesai	20.00 - selesai	20.00 - selesai	20.00 - selesai	20.00 - selesai		
THT	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Dicky I. Sp. THT-BBL	09.00 - 12.00	09.00 - 12.00	09.00 - 12.00	09.00 - 12.00			
ARIK	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Anik Dwiarni, Sp. A	12.00 - 14.00	10.00 - 12.00			10.00 - 12.00		
dr. Heru Sulistyowati, Sp. A	15.30 - selesai	15.30 - selesai		15.30 - selesai	13.00 - selesai		
MATA	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Utami Purnomowati, Sp. M	13.00 - selesai		13.00 - selesai	12.00 - selesai		11.00 - selesai	
SYARAF / NEUROLOGI	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Dody Wahyu Lestya N, Sp. N	16.30 - selesai	16.30 - selesai		16.30 - selesai			
dr. M. Anif Budi P, MMR., Sp. N	22.30 - selesai		22.30 - selesai		08.00 - selesai	11.30 - selesai	
KANDUNGAN	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Winarni Risanto, Sp. OG	16.00 - selesai	16.00 - selesai	16.00 - selesai	16.00 - selesai			
dr. Nita Tri Kurniati, Sp. OG					18.00 - selesai	07.00 - selesai	
dr. Achmad Suparmono, Sp. OG	13.00 - selesai	13.00 - selesai	13.00 - selesai	13.00 - selesai			
UROLOGI	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Muhammad Faham 3, Sp. U	17.00 - 20.00		17.00 - 20.00		17.00 - 20.00		
GIGI	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
dr. Nabila Briyana P.P	10.30 - 14.30	10.30 - 14.30	10.30 - 14.30	10.30 - 14.30	10.30 - 14.30	10.30 - 14.30	

RSI GUNUNGKIDUL

Gambar 12. Jadwal dokter, muncul setelah klik pilihan jadwal dokter.

Dari kanal jadwal dokter ini, setiap profil dokter pun dapat dilihat disini, nama dokter, foto dan profil singkatnya. Pengetahuan terhadap dokter yang akan melayani pasien ini ternyata berefek baik dan kepercayaan pasien terhadap dokternya meningkat setelah mengetahui profilnya, terutama info dokter spesialis lulusan dari kampus favorit dan lama pengalamannya.

LAYANAN GRATIS PENJEMPUTAN PASIEN

Fasilitas untuk pasien **Rawat Inap**

RSI GK MELAYANI PASIEN :

BPJS Kesehatan

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial

RSI GK I

Informasi & Pendaftaran
☎ 0877 165 165 99

RSI GK II

Booking Online
🌐 bit.ly/daftarRSIGK

EMERGENCY CALL
☎ 0274-2910151

NEXT

KEMBALI KE BERANDA

Gambar 13. Menu promo. Banyak promo yang disuguhkan dan setiap periode berbeda dan selalu di update.

Dalam pilihan di menu utama juga dapat dipilih promo special apa saja di RSI Gunungkidul yang sedang berjalan. Promo-promo ini selalu di update karena dari waktu ke waktu dapat berubah sesuai kebutuhan marketing untuk mencapai target volume layanan setiap bulannya. Adapun contoh-contoh promo yang berlaku di bulan agustus 2025 ini adalah sebagai berikut:



Gambar 14. Promo operasi MOW gratis



Gambar 15. Promo Merdeka poli gigi



Gambar 16. Promo Merdeka poli mata



Gambar 17. Promo persalinan umum dengan tarif BPJS

Gambar 18. Promo paket MCU

Gambar 19. Promo paket sunat

3.3 Check (Periksa)

Pada fase pemeriksaan dilakukan dengan *Check* data jumlah kunjungan pasien dibandingkan dari awal implementasi sampai juli 2025 ini, karena sangat penting untuk memperbaiki rencana dan menghindari kesalahan terulang dan menjalankan semuanya dengan *Kaizen (Continuous Improvement)*. Adapun data volume pelayanan dari maret 2023 sampai juli 2025 di RSI Gunungkidul adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Capaian Total kunjungan pasien RSI Gunungkidul maret 2023-juli 2025

BULAN	2023	2024	2025
JANUARI		1616	2501
FEBRUARI		1799	2192
MARET	63	1970	2133
APRIL	201	2239	2157
MEI	177	2003	
JUNI	281	1703	
JULI	316	1907	
AGUSTUS	406	1891	
SEPTEMBER	423	1834	
OKTOBER	480	2032	
NOVEMBER	857	1982	
DESEMBER	1265	2367	

Sumber : Rekam Medis RSI Gunungkidul

Dilihat dari data diatas ada kenaikan jumlah kunjungan dari 63 pasien di rawat jalan pada bulan maret 2023, terjadi peningkatan yang sangat signifikan di

januari 2024 sebanyak 1.616 pasien, lalu di januari 2025 sebanyak 2.501 pasien, sampai di bulan terakhir di cek saat makalah ini dibuat yaitu pasien bulan april 2025 sebanyak 2.157 pasien. Kenaikan yang signifikan dan konsisten ini tentunya di dukung dari tim marketing yang harus rajin update semua informasinya dan rajin sosialisasi ke semua berkunjung secara berkala tentang cara memanfaatkan pusat informasi digital yang ada di RSI Gunungkidul. Dari data diatas, kenaikan sangat signifikan dan bahkan bisa dikatakan meroket.

Adapun *check* tentang kritik dan saran dilakukan dengan cara mencantumkan barcode kritik saran. Tim humas dan marketing juga melihat setiap hari ulasan di google bisnis, setiap ada ulasan Bintang 3 kebawah akan langsung dilakukan investigasi dan perbaikan sesegera mungkin, bahkan jika memungkinkan saat itu juga. Dari total pasien periode maret 2023 sampai juli 2025 sebanyak 43.736 pasien, terdapat ulasan negatif (Bintang 3 ke bawah) sebanyak 35 kali yaitu sekitar 0,08 %. Walaupun angka komplain di RSI Gunungkidul sangat rendah, namun setiap komplain tetap menjadi perhatian penting sebagai bahan perbaikan pelayanan dari waktu ke waktu. Manajemen Pemasaran melakukan Identifikasi *Value Added* dan *Non Value Added* pada alur proses, analisis *waste* pada alur proses, identifikasi penyebab masalah / mencari akar masalah dan menghilangkan *waste* dengan unit terkait.

Komponen ketiga dalam PDCA *check* atau pengecekan masalah - masalah yang ditemukan dilakukan pengecekan secara intensif pada proses alur pelayanan dan direncanakan perbaikan kembali dan dipastikan tidak ada kesalahan kedua agar rencana dapat berjalan dengan lancar. Pada siklus evaluasi pengerjaan rencana di tahap *do* (lakukan), meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi, dengan demikian tahapan *check* dilakukan dengan serius dan teliti bersama unit terkait.

3.4 Act (Tindak Lanjut)

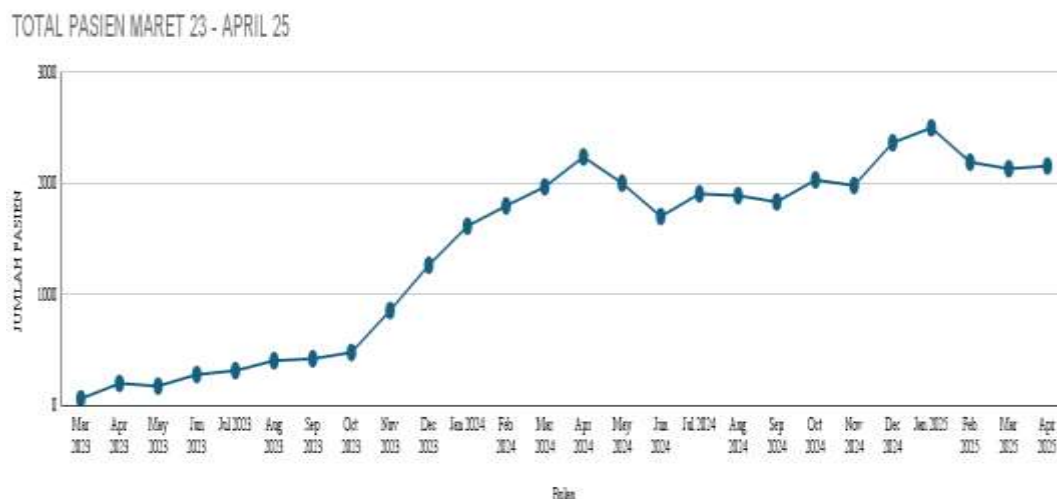
Pada konsep lean hospital dengan kaizen, Komponen keempat dan terakhir dalam PDCA adalah *act* atau tindak lanjut. Dalam tahap terakhir ini, semua proses pada tahap *plan*, *do*, dan *check* kegiatan manajemen pemasaran dan unit terkait sudah dievaluasi dan identifikasi masalahnya dengan mengerjakan rencana yang sudah ada.

Siklus PDCA manajemen pemasaran berusaha melakukan dengan baik dan konsisten dengan harapan hasilnya dapat digunakan sebagai sebuah standar baru dalam alur pelayanan di RSI Gunungkidul. Di setiap unit di RSI Gunungkidul juga memastikan adanya perbaikan atau evaluasi yang dilakukan pada setiap tahapan. Perbaikan ini dilakukan secara berkala dan berkelanjutan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi pelayanan

BAB VI

HASIL IMPLEMENTASI

Hasil implementasi program pada bab ini merupakan Gambaran dari efek implementasi program pemberian edukasi berbasis digital terhadap capaian performa rumah sakit baik dari sisi volume kunjungan pasien maupun omset rumah sakit. Direksi RSI Gunungkidul membuka data seluas-luasnya terkait data capaian kunjungan pasien dan pendapatan/omset rumah sakit. Dengan mengetahui data secara transparan dan dievaluasi harian, tim humas dan marketing RSI Gunungkidul mampu mengambil Solusi cepat setiap ada target yang belum terpenuhi. Adapun hasil kinerja tim humas marketing setelah mengimplementasikan program pemberian edukasi digital yang telah dilakukan sejak maret 2023 hingga saat ini digambarkan pada grafik capaian kunjungan pasien dan omset RSI Gunungkidul tahun 2023-2025 sebagai berikut:

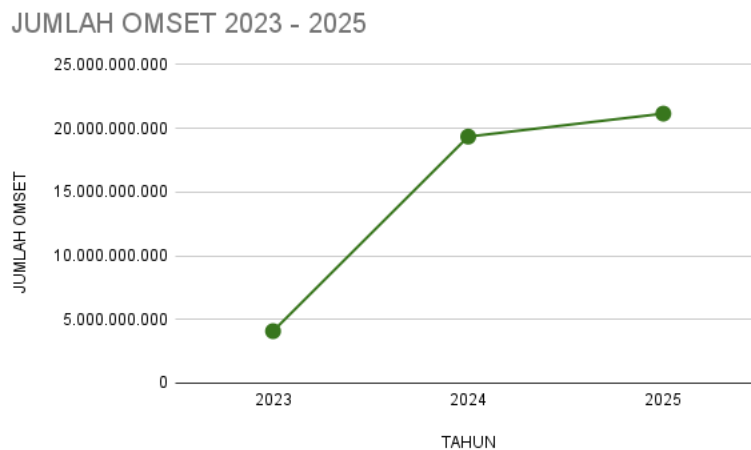


Sumber: data rekam medis RSI Gunungkidul 2025

Gambar 20. Grafik pertumbuhan pasien di RSI Gunungkidul dari maret 2023 s/d April 2025

Dari grafik gambar 20 tersebut tampak dari bulan ke bulan mengalami kenaikan yang signifikan. Ada beberapa bulan mengalami penurunan, karena memang di rumah sakit fluktuatif kunjungan pasien sangat mungkin terjadi. Adapun jika dijumpai penurunan kunjungan, tim humas marketing segera bergerak untuk mengatasi penurunan dengan berbagai promo atau Solusi lainnya dan semua Langkah tersebut dapat diimplementasikan pada platform media pemberian edukasi digital yang dikembangkan di RSI Gunungkidul ini dengan cepat dan tersosialisasikan ke

seluruh pengunjung dan Masyarakat dengan cepat pula. Sehingga kunjungan pasien dapat meningkat Kembali. Dan yang menjadi patokan paling penting adalah capaian target tahunan yang sudah ditetapkan di RKA (rencana kerja dan anggaran) rumah sakit harus tercapai walaupun capaian setiap bulannya mengalami fluktuatif turun naik.



Sumber: data keuangan RSI Gunungkidul 2025

Gambar 21. Grafik capaian kinerja keuangan RSI Gunungkidul

Berdasarkan Gambaran capaian kinerja keuangan yang tampak pada gambar 21 di atas, tampak perkembangan pasien yg naik secara signifikan berefek sinergis terhadap peningkatan pendapatan/omset RSI Gunungkidul secara signifikan juga. Data diambil per juli 2025, dan capaian tahun 2025 merupakan capaian proyeksi 2025 terhadap data capaian real pendapatan RSI Gunungkidul per bulan juli 2025. Sebagai tambahan info, RSI Gunungkidul merupakan rumah sakit baru yang beroperasi dari bulan maret 2023.

Berdasarkan hasil implementasi program yang telah dibahas diatas, dapat disimpulkan bahwa pemberian edukasi berbasis digital kepada seluruh pasien dan keluarganya tersebut memiliki hubungan yang signifikan terhadap peningkatan capaian kinerja rumah sakit secara umum. Hal tersebut dikarenakan tim humas marketing mampu mengemas media yang disukai pelanggan, mudah diakses, lengkap dan update. Pengalaman memperoleh informasi Kesehatan dengan media baru dan cara penyajian baru ini menjadi preferensi pasien tersendiri dan menjadi keunggulan layanan informasi di RSI Gunungkidul. Kemudahan layanan ini harapannya akan

mudah tersebar dari 1 pengunjung ke kerabat lainnya sehingga efek promosi dan marketing melalui 1 program ini memiliki efek domino yang sangat baik.

Manajemen rumah masa kini memang dituntut untuk selalu adaptable terhadap semua perubahan di sekitar, dan mampu mengambil peluang dengan cara kreatif yang dapat mendukung peningkatan kinerja rumah sakit. Tidak hanya tim humas dan marketing saja yang dapat mengimplementasikan program-program inovatifnya dalam Upaya mendukung peningkatan kinerja rumah sakit, namun unit lain harus juga mampu menjaga mutu pelayanan yang merupakan salah satu tugas dan tanggung jawab petugas kesehatan sebagai komponen yang menjalankan pelayanan kesehatan, oleh sebab itu petugas harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap semua pasien yang berkunjung.

Mutu pelayanan ini harus diterapkan sesuai dengan ketentuan maupun kebijakan yang ditetapkan untuk seluruh institusi kesehatan, karena tingkat pertumbuhan kunjungan pasien merupakan patokan dari cermin mutu sebuah pelayanan Kesehatan. Oleh karena itu setiap petugas kesehatan harus memiliki jiwa kreatif, rasa empati dan rasa tanggap yang cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kesehatan agar tercapai tingkat kepuasan pasien, mutu pelayanan dan kinerja rumah sakit dapat selalu meningkat performanya dari tahun ke tahun.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

Penentuan cara dan metode di setiap unit kerja di rumah sakit harus mampu dikemas sebaik mungkin agar berimbang terhadap pertumbuhan dan perkembangan kinerja rumah sakit secara signifikan. Program pemberian informasi Kesehatan bagi pasien dan keluarga dengan menggunakan pendekatan *Lean Management* sangat membantu Manajemen Pemasaran untuk :

1. Meningkatkan kunjungan pasien rawat inap, rawat jalan dan IGD di RSI Gunungkidul.
2. Meningkatkan kinerja manajemen baik dari sisi capaian volume kunjungan pasien maupun omset di RSI Gunungkidul.
3. Membantu upaya sebagai metode pemecahan masalah yang terjadi untuk perbaikan secara berkesinambungan antar unit pelayanan di RSI Gunungkidul.
4. Karyawan berperan sebagai sarana sumber informasi yang berperan dalam loyalitas pada pasien untuk melakukan upaya pemasaran pelayanan Kesehatan melalui bauran pemasaran dengan meminimalkan pemborosan di semua unit pelayanan.
5. Mengevaluasi kinerja pemasaran terhadap hubungan persepsi pasien melalui kritik dan saran pelayanan kesehatan bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien di RSI Gunungkidul.

Saran bagi Jajaran Manajemen RSI Gunungkidul untuk melakukan *Gemba / Genchi Genbutsu* yaitu melihat dengan mata kepala sendiri agar lebih memahami situasi dengan benar di tempat permasalahan. Sedangkan Saran bagi karyawan RSI Gunungkidul untuk secara konsisten melakukan perbaikan kinerja berkelanjutan dan tidak putus asa apabila masalah yang timbul tetapi menggunakan filosofi jangka panjang untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi, tetap ulet dan konsisten. Yakinkanlah, semua hal yang dikerjakan dengan pemikiran dan perencanaan yang matang akan selalu lebih baik hasilnya daripada dikerjakan tanpa intervensi apapun. Tetap diingat, hasil tidak pernah mengingkari usahanya. Semangat!

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. 2011, Cet I, Bandung Satu Nusa.
- Hafid, M. (2014). Hubungan Kinerja Perawat Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Pengguna Yankestis dalam Pelayanan Keperawatan di RSUD Syech Yusuf. *Jurnal Kesehatan Volume VII No.2*, 368-375.
- Herlambang, S. (2016). *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*. Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- KemenKes, (2020). *Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 3 tahun 2020 tentang Klasifikasi dan perijinan Rumah sakit*. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Kemenkes, (2024) Standar Akreditasi Rumah Sakit Kementrian Kesehatan tahun 2024. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Kuntoro. (2010). *Buku Ajar Manajemen Keperawatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Kurniadi, D. (2016). *Manajemen Keperawatan Dan Prospektifnya*. Jakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia.
- Nursalam . (2015). *Manajemen Keperawatan : Aplikasi dalam Praktik Keperawatan Profesional*. Jakarta: Salemba Medika.
- Potter & Perry. (2009). *Fundamental Of Nursing : Fundamental Keperawatan Edisi 7 Volume 1*. Penerjemah: Adrina Ferderika. Jakarta: Salemba Medika.
- Supriyanto S, & M Ernawati. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryani. (2015). *Komunikasi Terapeutik Teori dan Praktek*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Tjiptono, & Anastasia, D. (2011). *Servis Management*. Yogyakarta: Andi Pustaka.
- Triwibowo, C. (2012). *Perizinan dan Akreditasi Rumah Sakit, Sebuah Kajian Hukum Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 tahun 2023 tentang Kesehatan. (2023). <http://www.depkes.go.id>.

Wahyuni, E. (2017). Proses Pelayanan Kesehatan Dalam Penerapan Pelayanan Prima di Rawat Inap Rumah Sakit Umum Pusat Haji Adam Malik Medan. <http://repository.usu.as.id/handle/123456789/34925>