

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCAPAI TARGET PASIEN
RUMAH SAKIT UMUM DR. MOEDJITO DWIJOSISWOJO JOMBANG



Oleh

Sella Musthofa 2061273

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2023

KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCAPAI TARGET PASIEN
RUMAH SAKIT UMUM DR. MOEDJITO DWIJOSISWOJO JOMBANG



Oleh

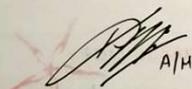
Sella Musthofa 2061273

Jumat, 18 Agustus 2023

Menyetujui,

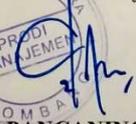
Pendamping Lapangan

Dosen Pembimbing Lapangan


CHRISTINA RAHMAYANTI, S.H, Adv
NIP : 198911052016122054


WIDY TAURUS SANDY, SE., MSM
NIDN : 0730047903

Mengetahui,
Ketua Prodi Manajemen


Dr. ERMINATI PANCANINGRUM, ST., MSM
NIDN : 0716097202

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-NYA sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan magang dengan judul “STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCAPAI TARGET PASIEN RUMAH SAKIT UMUM DR MOEDJITO DWIJOSISWOJO”

Dalam penyusunan laporan magang ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Rohim, SE., M.Si., CRA selaku Pimpinan STIE PGRI Dewantara Jombang
2. Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku Kepala Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang
3. Bapak Widy Taurus Sandy, SE., MSM selaku Dosen Pembimbing Lapangan
4. Ibu Christina Rahmayanti, S.H, Adv selaku Pendamping Lapangan
5. Kedua orang tua dan teman-teman yang selalu mendukung saya
6. Semua pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Semoga amal baik mereka mendapatkan balasan dari Allah SWT dengan balasan berlipat ganda.

Perlu disadari bahwa dengan segala keterbatasan, laporan magang ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kritikan dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya laporan ini kedepan. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jombang, 18 Agustus 2023

Sella Musthofa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang	2
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	7
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang	7
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG.....	9
2.1 Sejarah Perusahaan	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	12
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan.....	13
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG	25
3.1 Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan di Tempat Magang	25
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang	26
3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi	29
BAB IV PENUTUP	38
4.1 Kesimpulan	38
4.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	12
Gambar 2. 2 Penghargaan dari BPJS Kesehatan atas keikutsertaan dalam Program JKN-KIS dan telah mendaftarkan 100% karyawan beserta anggota keluarganya.....	23
Gambar 2. 3 Penghargaan dari BPBD Jombang atas Pelatihan Penanganan Bahaya Kebakaran	23
Gambar 2. 4 Penghargaan dari Kementerian Kesehatan RI atas tanda keikutsertaan program nasional pemantapan mutu eksternal bidang kimia klinik siklus 2 tahun 2020.....	24

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ruang Rawat Inap	13
Tabel 2. 2 BOR, LOS, GDR, dan NDR RSUD dr Moedjito Dwijosiswojo	18
Tabel 2. 3 Jumlah Kunjungan Rawat Jalan.....	18
Tabel 2. 4 Jumlah Pasien Rawat Inap	19
Tabel 2. 5 Daftar Tenaga Dokter Umum Atau Dokter Gigi	19
Tabel 2. 6 Daftar Tenaga Dokter Spesialis	19
Tabel 2. 7 Daftar Tenaga Lain	20
Tabel 2. 8 Kerjasama dengan PBF (Pabrik Besar Farmasi).....	21
Tabel 2. 9 Kerjasama Dengan Asuransi.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang/Referensi Dari Perusahaan.....	41
Lampiran 2 Form Aktivitas Harian Magang/ <i>Log Book</i>	42
Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan Magang	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang

Pendidikan di era modern ini tidak lagi terbatas pada ruang kelas semata, tetapi juga melibatkan pengalaman nyata di lapangan. Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran untuk menghadapi dunia kerja yang dinamis, pelaksanaan kuliah kerja magang menjadi suatu hal yang penting. Magang di rumah sakit menjadi pilihan yang tepat karena memberikan wawasan unik mengenai penerapan manajemen pemasaran dalam sektor kesehatan.

Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswojo Jombang adalah salah satu lembaga kesehatan terkemuka yang telah memberikan pelayanan berkualitas kepada masyarakat selama bertahun-tahun. Melalui magang di rumah sakit ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memahami bagaimana manajemen pemasaran berperan dalam memastikan kepuasan pasien dan meningkatkan citra institusi kesehatan.

Dengan menggabungkan teori manajemen pemasaran dengan pengalaman praktis di lapangan, laporan ini akan menguraikan bagaimana strategi-strategi pemasaran dapat diterapkan dalam konteks rumah sakit untuk memenuhi harapan pasien dan meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Selain itu, laporan ini juga akan membahas peran

penting kuliah kerja magang dalam mempersiapkan mahasiswa untuk tantangan di dunia kerja yang sesungguhnya.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Kuliah kerja magang ini bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang pengalaman mahasiswa dalam berinteraksi dengan pasien, menggali wawasan mengenai harapan dan kebutuhan pasien terhadap pelayanan rumah sakit, serta menganalisis dampak pengalaman tersebut terhadap persepsi masyarakat terhadap Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswojo.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

A. Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Pengalaman langsung dalam lingkungan kesehatan

Melalui kuliah kerja magang ini, saya memiliki kesempatan untuk merasakan suasana sehari-hari di lingkungan rumah sakit, berinteraksi dengan tim medis, dan memahami dinamika pekerjaan di fasilitas kesehatan.

2. Pemahaman mendalam tentang praktik klinis

Kuliah kerja magang ini memungkinkan saya untuk mengamati prosedur medis, diagnosis, dan perawatan pasien secara langsung. Ini membantu saya memperdalam pengetahuan tentang prinsip-prinsip pengobatan dan perawatan.

3. Praktik manajemen pelayanan kesehatan

Saya dapat belajar tentang pengelolaan operasional rumah sakit, termasuk administrasi, distribusi sumber daya, dan penanganan pasien. Ini memberi wawasan tentang bagaimana manajemen berperan dalam memberikan pelayanan berkualitas.

4. Keterampilan komunikasi dengan pasien

Berinteraksi langsung dengan pasien membantu saya mengasah keterampilan komunikasi yang penting dalam bidang pelayanan kesehatan. Saya belajar bagaimana mendengarkan keluhan pasien, memberikan informasi dengan jelas, dan menciptakan ikatan empati.

5. Evaluasi kualitas pelayanan

Dengan menanyakan pendapat pasien tentang pelayanan yang mereka terima, saya dapat memahami perspektif mereka dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Ini berkontribusi pada peningkatan keseluruhan pengalaman pasien di rumah sakit.

6. Penerapan teori ke dalam praktik

Kuliah kerja magang ini memungkinkan saya untuk mengaplikasikan pengetahuan yang saya peroleh selama studi di dunia nyata. Saya bisa melihat bagaimana konsep-konsep teoritis diaplikasikan dalam pengelolaan rumah sakit sehari-hari.

7. Pembelajaran interdisipliner

Saya bisa bekerja dengan berbagai tim medis dan non medis, seperti dokter, perawat, administrasi, dan keuangan. Ini membantu saya memahami betapa pentingnya kolaborasi lintas disiplin dalam memberikan perawatan yang holistik.

8. Pengembangan kemampuan adaptasi

Berada di lingkungan yang dinamis dan berubah-ubah seperti rumah sakit memperkuat kemampuan saya untuk beradaptasi dengan situasi yang berbeda-beda dengan cepat.

9. Peningkatan jaringan profesional

Melalui kuliah kerja magang ini, saya dapat membangun hubungan dengan para profesional di industri kesehatan, yang dapat berpotensi bermanfaat dalam jangka panjang untuk karier saya.

10. Penyadaran etika profesionalitas

Saya mengalami dilema etika yang mungkin muncul dalam praktik pelayanan kesehatan dan belajar bagaimana menghadapinya sesuai dengan standar etika medis.

B. Manfaat Bagi Perusahaan

1. Sumber kreativitas baru

Mahasiswa sering membawa pandangan segar dan ide inovatif ke dalam perusahaan. Mereka membawa

pemahaman terbaru tentang trend dan teknologi yang dapat membantu perusahaan tetap relevan dan beradaptasi.

2. Tenaga kerja tambahan

Mahasiswa magang dapat membantu mengisi kekurangan tenaga kerja sementara atau memberikan bantuan tambahan dalam proyek-proyek khusus. Ini dapat membantu perusahaan menjaga produktivitasnya tanpa meningkatkan biaya operasional secara signifikan.

3. Pengembangan calon karyawan

Program magang sering berfungsi sebagai cara untuk mengidentifikasi dan mengembangkan bakat-bakat potensial. Perusahaan dapat mengamati kinerja mahasiswa selama magang dan mempertimbangkan mereka sebagai calon karyawan paruh waktu di masa depan.

4. Peningkatan citra perusahaan

Menerima mahasiswa magang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pendidikan dan pengembangan masyarakat. Ini dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan calon karyawan.

5. Kolaborasi dengan institusi pendidikan

Melalui program magang, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan institusi pendidikan. Ini dapat membuka pintu bagi kolaborasi lebih lanjut, seperti

penelitian bersama, pelatihan karyawan, atau pengembangan program studi yang relevan dengan kebutuhan industri.

6. Transfer pengetahuan

Mahasiswa magang dapat membawa pengetahuan baru dari lingkungan akademis dan mambagikannya dengan karyawan perusahaan. Hal ini dapat memicu pertukaran informasi yang berharga dan meningkatkan tingkat inovasi dalam perusahaan.

7. Pendekatan multigenerasi

Mahasiswa magang berasal dari generasi yang lebih muda, dan memiliki pandangan yang berbeda terhadap teknologi, media, dan perilaku konsumen. Ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih beragam dan inklusif.

8. Peningkatan produktivitas tim

Mahasiswa magang dapat memberikan dorongan tambahan bagi tim yang mereka ikuti. Kehadiran mereka dapat menginspirasi kreativitas dan meningkatkan semangat kerja dalam kelompok.

9. Peluang rekrutmen

Jika mahasiswa magang menunjukkan kinerja yang baik dan kesesuaian dengan budaya perusahaan, perusahaan

memiliki peluang untuk merekrut mereka setelah mereka lulus.

10. Diversifikasi sudut pandang

Mahasiswa magang dengan latar belakang yang beragam dapat membawa sudut pandang yang berbeda dalam memecahkan masalah dan mengambil keputusan, menghasilkan solusi yang lebih komprehensif.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Tempat kerja yang dilakukan pada kegiatan magang kali ini adalah di Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswojo Jombang. Yang beralamatkan di Jalan Hayam Wuruk No. 9 Jombang, Jawa Timur. Saya memilih melaksanakan kuliah kerja magang di Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswojo Jombang karena memiliki reputasi yang baik dalam dunia kesehatan atau layanan medis. Selain itu pembimbing lapangan yang berkompeten juga saya dapatkan di Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswojo ini, beliau memberikan panduan yang berharga selama magang. Lokasi magang yang dekat dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan penting yang dapat meminimalkan waktu perjalanan dan biaya transportasi.

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Selama melaksanakan kegiatan magang ini, waktu yang telah ditentukan sesuai kesepakatan dari STIE PGRI Dewantara Jombang bersama dengan pihak Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswojo

Jombang dalah selama 30 hari kerja yaitu terhitung mulai dari 10 Juli sampai 18 Agustus 2023. Dan ditambah 2 minggu untuk melaksanakan penyusunan laporan magang yaitu sampai tanggal 3 September 2023.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan

RSU dr Moedjito Dwidjosiswojo dibangun di tanah seluas 5141m². Di dirikan pada tanggal 3 Juli 1995. Nama rumah sakit diambil dari nama pendirinya yaitu dr Moedjito dan nama Dwidjosiswojo di ambil dari nama ayahanda dr moedjito. Almarhum dr. Moedjito Dwidjosiswojo adalah dokter spesialis bedah pertama di Jombang, beliau mendirikan Rumah sakit Bedah.

Pada saat pertama di dirikan, rumah sakit ini untuk khusus bedah sesuai dengan profesi dr moedjito. Namun, pada tahun 2001 berganti menjadi Rumah Sakit Bedah dan Obsgyn dr. Moedjito Dwidjosiswojo. Seiring dengan waktu dan tuntutan layanan kesehatan maka pada tahun 2008 Rumah Sakit Bedah dan Obsgyn berubah menjadi Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwidjosiswojo.

RSU dr Moedjito Dwidjosiswojo sejak tahun 2012 sudah menjadi rumah sakit yang terakreditasi oleh komisi akreditasi untuk Rumah Sakit. Dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat jombang maka pada tahun 2016 RS bergabung dengan BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. Pada tahun 2017 ditetapkan menjadi rumah sakit trauma center di Jombang. Selain bekerjasama dengan BPJS juga bekerjasama dengan lebih 25 asuransi swasta lainnya. Dan didukung dengan tenaga spesialis yang

ahli dibidangnya

2.1.1 Tugas Pokok Dan Fungsi Rsu Dr Moedjito Dwidjosiswojo

Tugas pokok rumah sakit adalah :

1. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang bermutu tinggi.
2. Senantiasa meningkatkan kompetensi sumber daya manusia RSU dr.Moedjito Dwidjosiwojo agar selalu memberikan pelayanan secara profesional, etis dan bermartabat.
3. Turut serta mendukung program pemerintah terkait JKN.

2.1.2 Visi dan Misi Rsu Dr Moedjito Dwidjosiswojo

Visi : Melayani kastemer tanpa membedakan cara bayar

Misi :

- a. Memberikan pelayanan kepada masyarakat secara holistic, professional, berkesinambungan, dan bermutu.
- b. Mengembangkan potensi diri serta mutu SDM, sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan ilmu kedokteran.
- c. Melengkapi diri dengan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan sesuai dengan harapan masyarakat dan perkembangan pengetahuan maupun ilmu kedokteran.
- d. Berperan aktif dalam pendidikan dan pengabdian masyarakat.

2.1.3 Tata Nilai (core value) :

- Tertib

Setiap staf RSUD dr Moedjito Dwidjosiswojo harus tertib dalam menjalankan segala peraturan rumah sakit

- Empati

Dalam melayani pasien atau customer harus mampu menerapkan rasa empati.

- Aman

Memberikan rasa aman terhadap customer terhadap suatu tindakan kedokteran yang diberikan. Hal ini dikarenakan tenaga medis mampu menjalankan tindakan sesuai dengan kewenangan klinis.

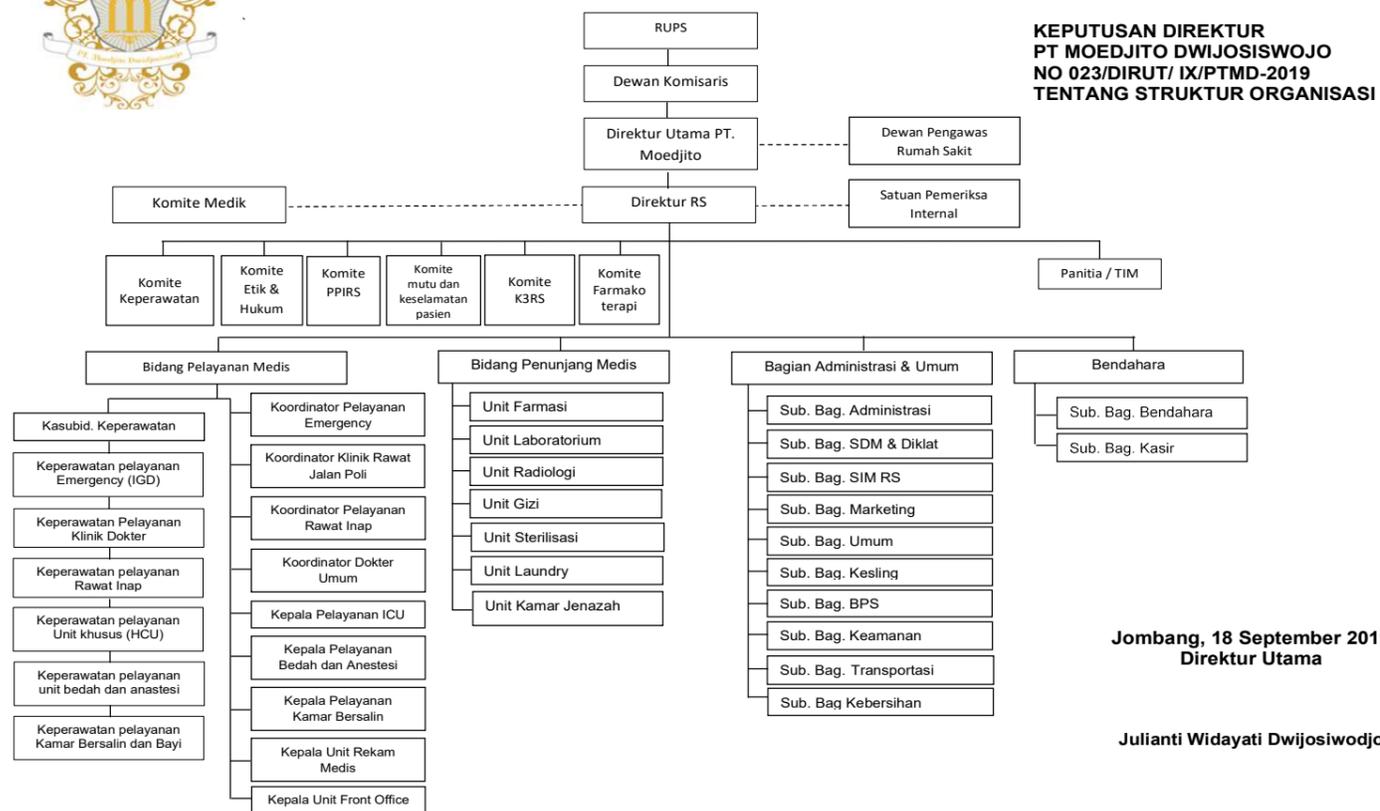
- Melayani

Menumbuhkan rasa melayani pelanggan dengan tepat serta tidak melanggar aturan rumah sakit dan perintah DPJP.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



STRUKTUR ORGANISASI PT. MOEDJITO DWIJOSISWOJO



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

2.3.1 Fasilitas dan Layanan RSUD dr Moedjito Dwidjosiswojo

RSUD dr Moedjito Dwidjosiswojo memiliki fasilitas ruang rawat inap dan penunjang lainnya. Berikut adalah fasilitas yang dimiliki :

Tabel 2. 1 Ruang Rawat Inap

Presiden Suite	1 TT
Eksekutif	3 TT
VVIP	5 TT
VIP	6 TT
Kelas 1	5 TT
Kelas 2	14 TT
Kelas 3	8 TT
Isolasi	4 TT
HCU	3 TT
IGD	6 TT
VK	2 TT
Ruang Bayi Sakit	4 TT

Hingga saat ini tahun 2023 RSUD dr Moedjito Dwidjosiswojo telah menyelenggarakan kegiatan pelayanan kesehatan yang meliputi upaya pencegahan, penyembuhan serta pemulihan kesehatan sesuai dengan fungsi dan tujuannya. Berikut adalah pelayanan yang dimiliki RSUD dr Moedjito Dwidjosiswojo sebagai berikut :

a. Pelayanan Medik Dasar

- 1) Klinik Umum
- 2) Klinik Gigi
- 3) Klinik Ibu dan Anak

- b. Pelayanan Gawat Darurat
- c. Pelayanan Penunjang
 - 1) Klinik Nyeri
 - 2) Klinik Gizi
 - 3) Home care
- d. Pelayanan Spesialis Dasar
 - 1) Penyakit Dalam
 - 2) Kebidanan dan Kandungan
 - 3) Anak
 - 4) Bedah Umum
- e. Pelayanan Spesialistik Penunjang
 - 1) Anestesiologi
 - 2) Radiologi
 - 3) Patologi Klinik
- f. Spesialis Lainnya
 - 1) Paru
 - 2) Syaraf
 - 3) Mata
 - 4) Kulit
 - 5) Periodontia
 - 6) Orthopedic spine
- g. Pelayanan Penunjang Klinik
 - 1) Perawatan Intensif

- 2) Pelayanan Darah
- 3) Pelayanan Gizi
- 4) Pelayanan Farmasi
- 5) Pelayanan CSSD

h. Pelayanan Penunjang Non Klinik

- 1) Rekam Medik
- 2) Pengelolaan Limbah
- 3) Pemulasaraan Jenazah
- 4) Pemadam Kebakaran
- 5) Pelayanan Teknik dan Pemeliharaan Fasilitas
- 6) Laundry Gudang
- 7) Ambulance
- 8) Musholla
- 9) Ruang Menyusui
- 10) Ruang Handling Complain

i. Pelayanan Administrasi

- 1) Admisi Rawat Jalan dan Admisi Rawat Inap
- 2) Marketing atau Pemasaran
- 3) Keuangan
- 4) Personalia atau HRD
- 5) Keamanan

2.3.2 Ukuran Luas Tanah dan Bangunan

- a. Tanah seluas m^2 : $5141m^2$

b. Bangunan

- Luas lantai dasar Gedung A : 595.8 m²
- Luas Lantai dasar Gedung B : 594.44m²
 - Luas bangunan Lantai 1 : 752.8m²
 - Luas Bangunan Lantai 2 : 740.2m²
 - Luas Bangunan Lantai 3 : 113.35m²
- Luas Lantai dasar Gedung C :
 - Luas Bangunan Lantai dasar : 321.9m²
 - Luas Bangunan Lantai 1 : 212.3m²

c. Bangunan tambahan :

- Pengelola Limbah Cair : 27m²
- Gardu PLN dan Genset : 19.2 m²
- Pantry dan laundry : 123.675 m²
- Ruang Keuangan dan HRD : 80m²
- Bangsal anak : 200m²

2.3.3 Kinerja Pelayanan

Untuk menilai tingkat keberhasilan atau memberikan gambaran tentang keadaan pelayanan di rumah sakit biasanya dilihat dari berbagai segi, yaitu : tingkat pemanfaatan sarana pelayanan, mutu pelayanan, dan tingkat efisiensi pelayanan.

A. Data Keadaan BOR, LOS, NDR, dan Jumlah Pasien Rawat Inap, Rawat Jalan RSUD dr Moedjito Dwijosiswojo Tahun 2023

BOR (Bed Occupancy Rate)

Adalah tingkat pemanfaatan tempat tidur di rumah sakit. Rata-rata tingkat pemanfaatan tempat tidur rawat inap adalah 49,15% dengan BOR tertinggi terjadi pada bulan Februari 74,46% dan untuk kelas 3 selalu yang mengalami peningkatan penggunaan selanjutnya di susul oleh penggunaan kamar kelas 2, 1 dan eksekutif. Angka ini masih berada dalam nilai parameter BOR ideal yaitu 60% - 80%, yang artinya pemakaian tempat tidur untuk periode tahun 2022 cukup memadai.

LOS (Length of Stay)

Adalah tingkat lamanya perawatan pasien. Rata-rata lama rawatan seorang pasien adalah 3 hari. Angka ini di bawah parameter ideal yaitu 6 - 9 hari, yang artinya lama pasien dirawat sudah efisien.

BTO (Bed Turn Over)

Adalah frekuensi pemakaian tempat tidur rumah sakit. Rata-rata frekuensi pemakaian tempat tidur adalah 43 kali. Angka ini masih di dalam angka ideal. Idealnya selama 1 tahun, 1 tempat tidur rata-rata dipakai 40 – 50 kali, yang artinya frekuensi pemakaian tempat tidur rumah sakit untuk periode tahun 2022 cukup memadai.

TOI (Turn Over Interval)

Adalah tingkat hari tempat tidur tidak ditempati dari saat ke saat sampai terisi berikutnya. Rata-rata hari tempat tidur tidak ditempati dari saat terisi ke saat terisi berikutnya adalah 4 hari. Angka ini masih di bawah angka ideal karena idealnya tempat tidur kosong hanya dalam waktu 1 s.d 3 hari.

Tabel 2. 2 BOR, LOS, GDR, dan NDR RSUD dr Moedjito Dwijosiswojo

TAHUN	Jumlah TT	BOR	LOS	GDR	NDR
2020	51	55.80%	2.3	0.40%	0.17%
2021	51	47.81%	2.19	0.17%	0.59%
2022	51	40.90%	2.2	0.90%	0.33%
2023	53	49,15%	1,99	0,93%	0,35%

Keterangan :

GDR (per seribu)

NDR (per seribu)

BOR : Tingkat Hunian

LOS : Lama Hari Perawatan

GDR : Angka Kematian Kasar

NDR : Angka Kematian Bersih

B. Jumlah Kunjungan Berdasarkan Pelayanan

Tabel 2. 3 Jumlah Kunjungan Rawat Jalan

No	Jenis Pelayanan	2020	2021	2022	2023
1	IGD	5016	4704	4207	5314
2	Poliklinik	8445	68351	13258	17578

Tabel 2. 4 Jumlah Pasien Rawat Inap

Bulan	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Januari	344	249	247	342
Februari	334	222	206	342
Maret	354	324	249	313
April	367	249	200	249
Mei	304	224	176	205
Juni	263	228	183	165
Juli	299	238	157	170
Agustus	258	206	184	160
September	264	214	205	-
Oktober	269	289	212	-
November	259	236	194	-
Desember	240	210	245	-
Jumlah	3555	2883	2452	1946

2.3.4 Daftar Tenaga Dokter Umum Atau Dokter Gigi

Tabel 2. 5 Daftar Tenaga Dokter Umum Atau Dokter Gigi

NAMA DOKTER	JABATAN	JADWAL POLI
Dr. Andre Natalia	Kabid yanmed, Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Resi Lystianto Putra Perdana	Kepala IGD, Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Dwitya Aprilia	Kabid Jangmed, Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Eval Braco	Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Maulidia Oktria M	Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Ardhi Dwi Putra	Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Daniel Linardi	Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Dr. Barlian Alamudi	Dokter Umum	Poli Umum,IGD
Drg.Nur Azizah	Dokter Gigi	Poli Gigi

2.3.5 Daftar Tenaga Dokter Spesialis

Tabel 2. 6 Daftar Tenaga Dokter Spesialis

NO	NAMA	SPELIALIS
1	dr. Indiyah Suryani,S.Pd	Penyakit Dalam
2	dr. Haris,Sp.A	Anak
3	dr. Ratna Parma Jaya,Sp.M	Mata
4	dr. Dyah Purwita Trianggadewi, M.ked. kiln,Sp.M	Mata
5	drg. Hanita Imelda,S.Perio	Gigi Periodontia
6	dr. Hanafi,Sp.B	Bedah Umum
7	dr. Henny Hendaryono,Sp.OG (K)	Kebidanan dan Kandungan
8	dr. Asep,Sp.P	Paru
9	dr. Maslihatul,Sp.S	Neurology (syaraf)
10	dr. Yvone Sarah,Sp.OT-Spine	Orthopaedi
11	dr. Budi Tjatur,Sp.an	Anaesthesi
12	dr. Tumini Miryanti,Sp.PK	Patologi Klinik
13	dr. Diah ayu Pitasari,M.Ked.klin,Sp.D.V	Kulit

2.3.6 Daftar Tenaga Lain

Tabel 2. 7 Daftar Tenaga Lain

NO	JENIS TENAGA	JUMLAH
1	Tenaga Medis	22
2	Tenaga Apoteker	2
3	Tenaga Perawat	20
4	Tenaga Bidan	10
5	Asisten Apoteker	3
6	Radiografer	2
7	Analisis Laboratorium	5

8	Rekam Medis	2
9	Gizi	1
10	Sanitarian	1
11	Tenaga Lainnya	48
TOTAL		116

2.3.7 Daftar Kerjasama RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo

Tabel 2. 8 Kerjasama dengan PBF (Pabrik Besar Farmasi)

NO	NAMA PABRIK	ALAMAT
1.	PT. Daya Anugerah Dewata Sakti	Jl. Taman Jemursari Selatan 1/ 7 Surabaya
2.	PT. Anugrah Argon Medica	Jl. Mayjen sungkoni perum chris kencana blok H-2 RT/Rw 05/VI Gunungsari Dukuh Pkis Surabaya
3.	PT. Daya Buda Agung	Jl. Sruni 265 Kec. Gedangan Sidoarjo
4.	PT. Megah Medika Pharma	Ruko Sun City Festifal Madiun Blok A-10-11 Madiun 63111
5.	Apotek Mimbar Farma	Jl KH. Mimbar No. 40/44 Jombang
6.	PT. Kalista Prima	Jl. Bandar Lor gg II No.36 a Kediri
7.	PT. Penta Valent	Jl. Berbek Industri V/8 Waru Sidoarjo 60251
8.	PT. Trisapta Jaya	Ruko Gateway Blok F10-12 Jl Rayu Waru Sidoarjo
9.	PT. Indomedika Anugrah Nusantara	Jl. Dharmahusada Mas blok AC NO 29 RT/RW : 1/12 kel mulyorejo Kec. Mulyorejo surabaya
10.	PT. Lab Medika Sejahtera	Jl. Kencanasari Timur VIII/H-1 (Perum Kris Kencana) Surabaya
11.	Antar Mitra Sembada	JL. Balas Klumprik No. 118 RT/RW :3/1 surabaya
12.	Apotek Merdeka	Jl. Gusdur No. 112 Jombang
13.	PT. Multi Medika Makmur	Ruko Delta Fortuno No. 14-15 Desa Ngingas Waru Sidoarjo
14.	PT. Dos Ni Roha	Jl. Margorejo Indah Raya No. 8-12 Margorejo surabaya
15.	PT. Bina San Prima	Jl. Wahid Hasyim No. 63 Bandar LOr Kediri 64114
16.	Kimia Farma	Komp. Pergudangan Tanrise Southgate C/9 Sidoarjo 61254
17.	PT. Intisumber Hasil Sempurna	Jl. Kencanasari Barat I/A-4 RT/RW : 3/5 Dukuh Pakis Surabaya
18.	PT. Samator Gas Industri	JL. SErsan Suharmaji 117 ds Manisrenggo Kediri 64128
19.	PT. Rukun Putra Bersama	Jl. Wijaya Kusuma No.9-17 Mojokerto

Tabel 2. 9 Kerjasama Dengan Asuransi

NO	NAMA ASURANSI	NO	NAMA ASURANSI
1	AA INTERNASIONAL	25	FULLERTON-GAMI
2	AXA SMART CARE	26	GENERALI
3	ABDA	27	GREAT EASTERN
4	ACA	28	INDOSURYA LIFE
5	ADIRA/MEDICELIN	29	INHELT MANDIRI
6	AIA FINANCIAL	30	JPKM SSA
7	ALIANZ	31	LIPPO
8	ADMEDICA ASKRIDA	32	MANULIFE
9	ADMEDICA HANWA	33	MEGA
10	ADMEDICA INHEALT	34	OWLEXA
11	ADMEDICA PANPACIFIC	35	PRUDENTIAL
12	ADMEDICA YAYASAN LING BADAQ	36	PHE WMO
13	AJ CAR	37	RENANS
14	ASTRA LIFE/AVIVA	38	RAMAYANA
15	ATK/TAFAKUL	39	SINAR MAS
16	AVRIST	40	SINAR MAS MSIG
17	AXA MANDIRI	41	SOS
18	BNI LIFE	42	TIRTA MEDICAL CENTER
19	BRI LIFE	43	TMS
20	BPJS KESEHATAN	44	JMA SYARIAH ASYIFA CARE
21	CJI PLOSO	45	CIGNA
22	COB DJARUM	46	SEQUIS LIFE
23	EQUITY	47	BPJS KETENAGAKERJAAN
24	FWD		

2.3.8 Penghargaan Yang Diterima RSU dr. Moedjito Dwijosiswojo



Gambar 2. 2 Penghargaan dari BPJS Kesehatan atas keikutsertaan dalam Program JKN-KIS dan telah mendaftarkan 100% karyawan beserta anggota keluarganya



Gambar 2. 3 Penghargaan dari BPBD Jombang atas Pelatihan Penanganan Bahaya Kebakaran



Gambar 2. 4 Penghargaan dari Kementerian Kesehatan RI atas Tanda Keikutsertaan Program Nasional Pemantapan Mutu Eksternal Bidang Kimia Klinik Siklus 2 Tahun 2020

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan di Tempat Magang

Selama magang di RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo saya menjalani waktu pelaksanaan magang selama 30 hari kerja. Waktu kerja saya adalah dari Senin hingga Jumat, mulai pukul 7 pagi hingga 4 sore. Tempat magang saya berada di Gedung Administrasi RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo.

Jadwal aktivitas magang saya mencakup berbagai tugas terkait manajemen sumber daya manusia, seperti perekrutan, pelatihan karyawan, pengelolaan data karyawan, dan penyusunan kebijakan internal. Saya ditempatkan pada bagian HRD dan bertanggung jawab kepada Kepala Bagian HRD dalam menjalankan tugas-tugas tersebut.

Dalam bidang pekerjaan yang saya lakukan, saya membantu dalam pengumpulan dan analisis data perekrutan karyawan baru, serta terlibat dalam proses pelatihan karyawan lama. Saya juga berkontribusi dalam penyusunan laporan kinerja karyawan dan membantu dalam pengelolaan dokumen-dokumen terkait tenaga kerja. Selain itu saya juga membantu unit marketing dan unit kesehatan lingkungan untuk melakukan tugas-tugas terkait bidang mereka.

Posisi saya sebagai mahasiswa magang adalah sebagai admin HRD, dimana saya mendukung tugas-tugas sehari-hari departemen

tersebut. Bidang pekerjaan HRD sangat penting dalam rumah sakit, karena melibatkan pengelolaan sumber daya manusia yang berdampak langsung pada kualitas layanan medis dan operasional rumah sakit. Keterhubungan dengan bidang kerja lain, seperti departemen medis dan administrative, memastikan bahwa tenaga kerja yang berkualitas dan terlatih tersedia untuk mendukung berbagai kegiatan di rumah sakit.

Melalui magang di bagian HRD, saya mendapatkan wawasan tentang pengelolaan SDM di lingkungan rumah sakit serta memahami pentingnya kolaborasi antar bidang dalam menjalankan operasional yang efisien dan berkualitas.

3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang

RSU dr. Moedjito Dwijosiswojo mempunyai strategi marketing berupa penyebaran leaflet tentang profil perusahaan dan edukasi mengenai kesehatan. Setiap minggunya ada jadwal marketing keliling untuk melaksanakan kegiatan posyandu remaja, lansia, dan balita yang didampingi oleh petugas puskesmas setempat dan ibu kader atau ibu RT/RW pada lokasi yang sudah dijadwalkan.

Selama magang di RSU dr. Moedjito Dwijosiswojo, beberapa masalah terkait strategi pemasaran untuk mencapai target pasien telah dihadapi. Beberapa masalah tersebut termasuk :

- 1) Kurangnya kesadaran masyarakat

Salah satu masalah utama adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang layanan yang ditawarkan oleh rumah sakit. Hal

ini disebabkan oleh kurangnya promosi yang efektif atau informasi yang tidak mencapai target audiens dengan baik. RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo sudah memiliki branding rumah sakit mahal di kalangan masyarakat sebelumnya, tetapi sekarang rumah sakit tersebut sudah bekerjasama dengan BPJS Kesehatan. Namun program tersebut belum terdengar oleh masyarakat sekitar. Dan bisa jadi program tersebut masih tertutup dengan branding rumah sakit yang mahal.

2) Persaingan dengan rumah sakit lain

Lingkungan industri kesehatan yang kompetitif dapat menyebabkan kesulitan dalam menarik perhatian pasien. Persaingan dengan rumah sakit lain yang menawarkan layanan serupa dapat mempengaruhi upaya mencapai target pasien.

3) Kurangnya pemahaman internal tentang pemasaran

Beberapa staf di RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo masih kurang memahami pentingnya pemasaran dalam mencapai tujuan organisasi. Kurangnya dukungan dari berbagai departemen/unit internal dapat menghambat pelaksanaan strategi pemasaran.

4) Keterbatasan anggaran pemasaran

Anggaran yang terbatas dapat menjadi hambatan dalam merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran yang efektif. Hal ini mungkin membatasi penggunaan media atau saluran pemasaran tertentu yang lebih mahal.

5) Perubahan dalam kebutuhan pasien

Kebutuhan pasien terus berubah seiring waktu. Jika strategi pemasaran tidak fleksibel untuk mengakomodasi perubahan tersebut, maka target pasien mungkin sulit untuk dicapai.

Faktor- faktor penyebab timbulnya masalah-masalah tersebut antara lain :

1) Kurangnya riset pasar yang mendalam

Kekurangan dalam melakukan riset pasar yang menyeluruh dapat menyebabkan kesulitan dalam memahami preferensi dan kebutuhan target pasien dengan tepat.

2) Kurangnya tim pemasaran yang kompeten

Jika tim pemasaran tidak memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai dalam bidang pemasaran kesehatan, maka strategi yang diimplementasikan mungkin kurang efektif.

3) Kurangnya integrasi antar departemen

Ketidakmampuan berbagai departemen dalam rumah sakit untuk bekerja sama dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang holistik dapat menghambat pencapaian target.

4) Penggunaan teknologi yang tidak optimal

Jika rumah sakit tidak memanfaatkan teknologi pemasaran dengan baik, seperti media sosial atau pemasaran daring, maka potensi untuk menjangkau pasien secara luas mungkin terbatas.

5) Perubahan eksternal yang tidak terduga

Faktor eksternal seperti perubahan regulasi atau situasi kesehatan masyarakat dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang telah direncanakan sebelumnya.

3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Beberapa strategi yang umumnya dilakukan dalam industri jasa kesehatan adalah (Supriyanto, 2010).

1. Kemudahan (*accessibility*). Sebagaimana pemasaran produk barang pada umumnya, lokasi yang strategis dan lokasi yang mudah dijangkau merupakan “senjata” bagi pemasaran industri kesehatan. Selain itu, kemudahan pendaftaran atau mendapatkan waktu berkonsultasi juga menjadi perhatian, termasuk adanya dokter jaga bila diperlukan sebagai tenaga pengganti.
2. Keragaman (*variability*). Dengan banyaknya ragam layanan yang diberikan, maka pelanggan/pasien tidak perlu mencari rumah sakit lain untuk keluhan yang berbeda. Termasuk adalah keragaman paket atau harga pelayanan kesehatan. Contohnya, pasien dapat memilih menggunakan obat generic berlogo atau *brand*.
3. Mutu pelayanan. Pelayanan yang cepat dan sesuai dengan standar pelayanan medis yang telah baku, ditambah dengan keramahan atau keterampilan profesi memberikan pengaruh pada kepuasan pasien.
4. Sifat produk/jasa yang diunggulkan. Dalam memberikan pelayanan jasa kesehatan, kesembuhan bukan merupakan produk/jasa, akan tetapi kecepatan atau kecenderungan untuk sembuhlah yang menjadi

produk inti. Sifat produk yang diunggulkan yang lain berkaitan dengan proses pelayanan kesehatan adalah obat-obatan, pemeriksaan laboratorium dan radiologi, skema pembayaran dan merek atau simbol rumah sakit itu sendiri.

5. Promosi rumah sakit sesungguhnya banyak dibatasi oleh etika. Sehingga umumnya hanya berkisar pada kebijakan harga dan kemudahan pembayaran, penampilan fisik rumah sakit, teknologi yang dimiliki serta pelayanan interaktif rumah sakit. Peran media lebih ke arah pemberian informasi tentang pelayanan yang diberikan, bukan menjanjikan kesembuhan.
6. *Home care* atau pelayanan pasca kunjungan berupa kemudahan konsultasi ulang, pelayanan di rumah dan kunjungan rumah (*home care* terutama bagi pasien dengan penyakit kronis dan kambuhan), dapat memberikan nilai tambah bagi suatu rumah sakit.

Berikut adalah cara mengatasi temuan masalah hasil pengamatan di RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo, antara lain :

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat serta menerapkan strategi pemasaran media sosial dan konten berbasis edukatif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat. Mengembangkan kampanye pemasaran yang kreatif dan berfokus pada manfaat layanan kesehatan yang ditawarkan. Dari berbagai studi pemasaran dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara pemasaran yang efektif. WOM mungkin menyebar dalam jaringan dan mempengaruhi kelompok besar orang,

dan bisa dipertimbangkan sebagai cara yang mungkin untuk mendistribusikan rekomendasi pelayanan kesehatan. (Martin S,2017). Word of mouth by customer juga perlu diperhatikan terutama hal-hal yang bersifat positif. Hal ini dapat ditingkatkan dengan terus memperbaiki kualitas layanan dan memberikan service khusus bagi pasien yang loyal. (Febrianti, 2015). Di era digital ini, pemasaran dari mulut ke mulut bisa difasilitasi dalam media seperti group WA, facebook dan instagram, atau akun sosial yang lain. (Alon, 2018). RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo dapat meluncurkan kampanye “Sehat Senyum Bersama” yang berfokus pada manfaat layanan kesehatan mereka. Kampanye ini dapat melibatkan :

- a. Video cerita pasien. Membuat video singkat yang menggambarkan perjalanan pasien yang mendapatkan perawatan di rumah sakit. Ceritakan bagaimana layanan medis yang diberikan telah merubah hidup pasien dan membuatnya bisa tersenyum lagi.
- b. Kelas kesehatan online gratis. Menawarkan kelas online gratis kepada masyarakat tentang berbagai topik kesehatan yang relevan. Ini akan menunjukkan komitmen rumah sakit dalam memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat.
- c. Kolaborasi dengan influencer kesehatan. Mengajak beberapa influncer kesehatan lokal untuk berkunjung dan berbagi pengalaman mereka di rumah sakit. Mereka bisa

membagikan konten di media sosial mereka, menjangkau audiens yang lebih luas.

- d. Konten edukatif. Membuat blog, infografis, dan video pendek yang menjelaskan berbagai layanan kesehatan yang ditawarkan di rumah sakit. Fokuskan pada manfaat, kualitas, dan teknologi terbaru yang digunakan.
 - e. Kompetisi sehat. Menyelenggarakan kompetisi kreatif dengan tema kesehatan, misalnya mengajak masyarakat untuk berbagi resep makanan sehat atau rutinitas olahraga favorit mereka. Berikan hadiah menarik sebagai intensif.
2. Diferensiasi dari persaingan. Menyusun strategi pemasaran yang menonjolkan keunggulan dan ciri khas rumah sakit yang membedakan dari kompetitor. Serta menawarkan layanan tambahan atau program khusus yang tidak dimiliki oleh rumah sakit lain. RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo dapat fokus pada spesialisasi tertentu, misalnya pelayanan kanker atau bedah jantung, dan menggarisbawahi beberapa aspek berikut:
- a. Tim medis berkualitas tinggi. Mengutamakan dokter dan tenaga medis berpengalaman dan terampil dalam bidang spesialisasi. Ini bisa diiklankan dengan profil lengkap dan pencapaian para dokter di berbagai media.
 - b. Teknologi medis terkini. Menonjolkan investasi dalam peralatan dan teknologi medis terbaru, yang membantu

dalam diagnosis dan perawatan yang lebih akurat dan efektif. Dapat berupa iklan tentang peralatan canggih yang hanya tersedia di rumah sakit ini.

- c. Program edukasi kesehatan. Mengadakan seminar, lokakarya, atau program edukasi kesehatan yang melibatkan masyarakat. Ini akan membantu membangun citra sebagai sumber informasi kesehatan terpercaya.
- d. Pelayanan darurat 24/7. Menekankan ketersediaan pelayanan darurat setiap saat, menunjukkan komitmen dalam merespons keadaan mendesak.

- 3. Peningkatan pemahaman internal tentang pemasaran. Mengadakan pelatihan internal untuk mengedukasi staf mengenai pentingnya pemasaran dan dampaknya terhadap kesuksesan rumah sakit. Serta membuat komunikasi yang lebih baik antara departemen pemasaran dan departemen lain. Penelitian penting untuk menentukan strategi pemasaran di masa yang mendatang. Dengan paradigma *patient centered*, kebutuhan pasien akan terakomodir, hubungan yang baik antara penyedia layanan akan, akan mempermudah rumah sakit mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pasien sebagai pangsa pasar. (Anderson, 2018). Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi pasien tetapi juga bagi penyedia layanan kesehatan. Ekspektasi layanan pasien yang dapat diterapkan secara hati-hati dan kreatif dalam program pemasaran, meningkatkan orientasi layanan dokter dan perawat,

mengembangkan bukti fisik, dan mengelola referensi untuk mengkomunikasikan nilai layanan kepada pasien (Islam, 2018). RSU dr. Moedjito Dwijosiswojo dapat mengimplementasikan beberapa pelatihan berikut untuk mengedukasi stafnya tentang pemasaran dan dampaknya :

- a. Pelatihan penanganan pasien dan komunikasi efektif. Mengajarkan keterampilan komunikasi yang efektif dan empati kepada staf yang berhubungan langsung dengan pasien, seperti perawat dan petugas pendaftaran. Mereka dapat belajar bagaimana mendengarkan kebutuhan pasien, memberikan informasi dengan jelas, dan membangun hubungan yang positif.
- b. Pelatihan kolaborasi antar tim. Mengedukasi staf dari berbagai unit tentang bagaimana pemasaran dapat mempengaruhi dan didukung oleh berbagai aspek operasional rumah sakit. Ini akan mendorong kolaborasi antar tim untuk mencapai tujuan pemasaran dengan lebih baik.
- c. Pelatihan penggunaan media sosial dan teknologi. Memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial dan teknologi dalam konteks pemasaran. Staf dapat belajar cara mengelola platform media sosial rumah sakit, membuat

konten yang relevan, dan merespons interaksi dari pasien dan masyarakat.

4. Optimalisasi anggaran pemasaran. Melakukan alokasi anggaran yang lebih bijak dengan memprioritaskan saluran pemasaran yang paling efektif. Serta memanfaatkan pemasaran digital yang cenderung lebih hemat biaya. Setelah menganalisis hasil dan dampak dari berbagai saluran pemasara, RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo dapat mengambil langkah-langkah berikut :
 - a. Analisis data. Melakukan analisis mendalam terhadap data kinerja dari masing-masing saluran pemasaran. Misalnya, mengukur berapa banyak pasien yang berasal dari iklan online, media sosial, acara kesehatan, atau rujukan dari dokter.
 - b. ROI (*Return on Investment*). Menghitung tingkat pengembalian investasi dari setiap saluran pemasaran. Apakah anggaran yang dihabiskan untuk iklan online menghasilkan jumlah pasien yang sepadan? Apakah partisipasi dalam acara kesehatan memberikan keuntungan yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan?
 - c. Pemetaan *customer journey*. Memahami perjalanan yang dilakukan pasien mulai dari mencari informasi hingga menggunakan layanan kesehatan. Dengan pemahaman ini,

rumah sakit dapat mengetahui saluran mana yang paling berperan dalam mengubah prospek menjadi pasien.

- d. Alokasi ulang anggaran. Berdasarkan analisis di atas, rumah sakit dapat mengalokasikan anggaran dengan lebih bijak. Jika saluran pemasaran online terbukti lebih efektif dalam menarik pasien, maka anggaran iklan online dapat ditingkatkan sementara saluran lain mungkin perlu dinilai ulang.

5. Penyesuaian dengan perubahan kebutuhan pasien. Melakukan survey atau penelitian untuk mengidentifikasi perubahan kebutuhan pasien secara periodic. Serta beradaptasi dengan perubahan tersebut dalam perencanaan strategi pemasaran. RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo menyadari bahwa kebutuhan pasien dalam layanan kesehatan dapat berubah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, mereka secara rutin melakukan survey kepuasan pasien untuk mengidentifikasi trend dan perubahan dalam preferensi serta harapan pasien terhadap layanan kesehatan. Dengan informasi ini, rumah sakit dapat mengadaptasi strategi pemasaran mereka. Misalnya, mereka dapat mengubah fokus promosi, meningkatkan layanan yang sedang diminati, atau meningkatkan kualitas pelayanan yang memenuhi harapan pasien, dan secara efektif mengadaptasi strategi pemasaran mereka untuk tetap relevan dan kompetitif dalam industri layanan kesehatan. Untuk penciptaan citra dan merk dianjurkan mengelola layanan pelanggan

yang berdasar pengalaman pasien. Pengalaman Pasien sangat penting untuk merancang kegiatan pemasaran yang sesuai dan pengelolaan pelayanan pelanggan, terutama untuk layanan yang sangat dominan berlandaskan kepercayaan seperti layanan kesehatan (Kumar, 2018). Perencanaan pemasaran yang berorientasi pada pasien sangat penting karena pasien adalah sumber daya yang jujur dari sebuah organisasi untuk membangun gambaran yang jelas tentang keuntungan dan wewenang. (Fatima, 2018)

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Strategi pemasaran RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo sudah sesuai dengan strategi industri jasa kesehatan pada umumnya yang memuat poin kemudahan, keragaman, mutu pelayanan, sifat produk/jasa yang diunggulkan, promosi rumah sakit yang dibatasi oleh etika, dan *home care*.
2. Segmentasi pasar RSUD adalah dari penduduk Kecamatan Jombang, Kecamatan Tembelang, Kecamatan Peterongan dan sekitarnya, juga pasien rujukan dari Puskesmas dan Klinik di sekitar Kabupaten Jombang, serta pasien peserta BPJS.
3. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam mencapai target pasien di RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo perlu dilakukan beberapa strategi baru seperti menerapkan strategi pemasaran media sosial dan konten berbasis edukatif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, diferensiasi dari persaingan, peningkatan pemahaman internal tentang pemasaran, optimalisasi anggaran pemasaran, dan melakukan survey atau penelitian untuk mengidentifikasi perubahan kebutuhan pasien secara periodic.

4. Pemasaran berorientasi pelanggan sangat penting, karena kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas. Penyebaran informasi bisa melalui media sosial atau mulut ke mulut secara langsung.

4.2 Saran

Pada akhir dari bagian laporan magang ini, saya akan menyampaikan saran-saran, baik untuk pihak RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo maupun bagi pihak STIE PGRI Dewantara Jombang tentang pelaksanaan Kuliah Kerja Magang.

Untuk RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo diharapkan agar kerjasama antara Perguruan Tinggi dengan perusahaan lebih ditingkatkan dengan banyak memberi peluang kepada mahasiswa/i untuk melaksanakan Kuliah Kerja Magang. Hubungan pegawai dengan mahasiswa/i Kuliah Kerja Magang diharapkan selalu terjaga keharmonisannya agar dapat tercipta suasana kerjasama yang baik.

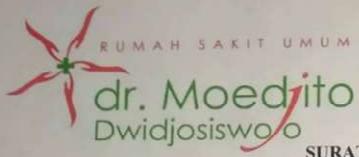
Untuk STIE PGRI Dewantara Jombang diharapkan pemantauan dan bimbingan terhadap mahasiswa/i yang sedang Magang maupun yang baru akan melaksanakan Magang agar lebih ditingkatkan lagi. Dan juga dosen selalu memberikan motivasi serta bimbingan kepada mahasiswa/i yang sedang Magang.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryani, M. (2012). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Rumah Sakit Omni Pulomas*.
- Heningnurani, A. Y. (2019). *Strategi Pemasaran RSUD H Abdul Manap Kota Jambi*. ARSI.
- KumarRS, DashS, MalhotraNK, (2018) "*The impact of marketing activities on service brand equity: The mediating role of evoked experience*", *European Journal of Marketing*, Vol. 52 Issue: 3/4, pp.596-618, <https://doi.org/10.1108/EJM-05-2016-0262> (diakses pada tanggal 28 Agustus 2023).
- Fatima T, Malik SA, Shabbir A, (2018) "*Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems*", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 35 Issue: 6, pp.1195-1214, <https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2017-0031> (diakses pada tanggal 28 Agustus 2023).
- AndersonS, et All. (2018) . "*Future thinking: the role of marketing in healthcare*", *European Journal of Marketing*, <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2017-0779> (diakses pada tanggal 28 Agustus 2023).
- Islam S, (2018) "*Understanding health consumer value: service marketing perspective*", *South Asian Journal of Business Studies*, Vol. 7 Issue: 1, pp.2-21, <https://doi.org/10.1108/SAJBS-04-2017-0051> (diakses pada tanggal 28 Agustus 2023)
- AlonAT, BrunelFT, (2018) "*Peer-to-peer word-of-mouth: word-of-mouth extended to group online exchange*", *Online Information Review*, Vol. 42 Issue: 2, pp.176-190, <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2016-0290> (diakses pada tanggal 28 Agustus 2023).
- Martin S, (2017) *Word-Of-Mouth In The Health Care Sector: A Literature Analysis Of The Current State Of Research And Future Perspectives*. *Int Rev Public Nonprofit Mark* 14:35–56

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang/Referensi Dari Perusahaan

SURAT KETERANGAN
No : 0033/DIR/VIII/RSMD-2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHRISTINA RAHMAYANTI, S.H, Adv.
NIP : 198606142723032000
Jabatan : Kepala Bagian Personalia & Administrasi

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : SELLA MUSTHOFA
NIM : 2061273
Nama Perguruan Tinggi : STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG
Program Studi : MANAJEMEN
Tempat/Tanggal Lahir : Jombang, 01 Juni 2002
Alamat : Dsn. Cangkring Ds. Kedunglosari Kec. Tembelang, Jombang

Adalah benar pernah melakukan Praktek Kerja (Magang) pada Unit Kerja Personalia & Administrasi di Rumah Sakit Umum dr. Moedjito Dwijosiswo Jombang. Terhitung mulai tanggal 10 Juli 2023 sampai dengan 18 Agustus 2023. Selama menjalani Praktek Kerja (Magang), yang Mahasiswi yang tersebut diatas mempunyai sopan santun yang baik, bertanggung jawab, dan mau belajar akan hal-hal yang baru. Demikian surat keterangan ini dikeluarkan dan ditandatangani untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 18 Agustus 2023
RSU. Dr. Moedjito Dwijosiswo

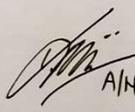
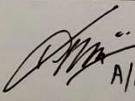
CHRISTINA RAHMAYANTI, S.H, Adv.
Kabag. Personalia & Administrasi
NIP : 198911052016122054

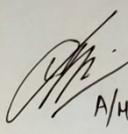
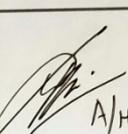
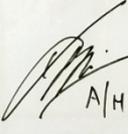
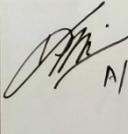
RumahSakit dr. MoedjitoDwijosiswo
Jl. HayamWuruk No. 9 JombangJawaTimur – Indonesia 61411
Emergency Call 0321 855 555
Telp: 0321 864308/ 0321 6977788
Fax: 0321 877276
Email: hospital@moedjito.com

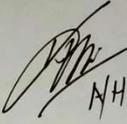
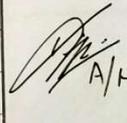
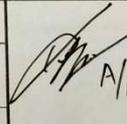
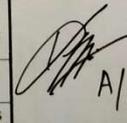
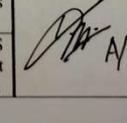
Lampiran 2 Form Aktivitas Harian Magang/Log Book

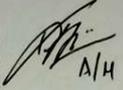
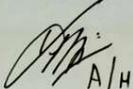
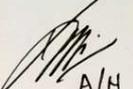
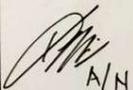
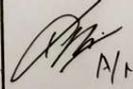
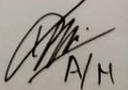
FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

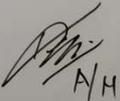
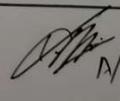
Nama : Sella Musthofa
 NIM : 2061273
 Program Studi : Manajemen
 Tempat KKM : RSU dr. Moedjito Dwijosiswojo
 Bagian / Bidang : HRD

Minggu	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
MINGGU KE 1	Senin, 10 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
		Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar	
	Selasa, 11 Juli 2023	Meriview perjanjian kerjasama yang akan habis masa berlakunya dan membuat daftarnya	 A/H
		Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
	Rabu, 12 Juli 2023	Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar	 A/H
Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian			
Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien			
		Mengerjakan laporan kepuasan	

	Kamis, 13 Juli 2023	pelanggan	 A/H
		Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
		Membuat surat keterangan untuk pegawai	
		Merekap data ulasan rating RS berdasarkan google	
	Merekap jumlah data pasien setiap minggunya		
	Jumat, 14 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing			
Sabtu, 15 Juli 2023	LIBUR		
Minggu, 16 Juli 2023	LIBUR		
MINGGU KE 2	Senin, 17 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
		Pemberkas surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar	
	Selasa, 18 Juli 2023	Meriview perjanjian kerjasama yang akan habis masa berlakunya dan membuat daftarnya	 A/H
Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian			
Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien			
Rabu, 19 Juli 2023	LIBUR		

	Kamis, 20 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
		Membuat surat keterangan untuk pegawai	
	Jumat, 21 Juli 2023	Merekap data ulasan rating RS berdasarkan google	 A/H
Merekap jumlah data pasien setiap minggunya			
Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian			
Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien			
	Sabtu, 22 Juli 2023	LIBUR	
	Minggu, 23 Juli 2023	LIBUR	
MINGGU KE 3	Senin, 24 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Melakukan pengecekan CO ² pada titik tertentu di RS	
		Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing	
		Membuat lembar perjanjian kerja waktu tertentu untuk pegawai baru	
	Pemberkasas surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar	 A/H	
Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing			
Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien			
Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian			
Rabu, 26 Juli 2023	Pemberkasas surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar	 A/H	
Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing			
Kamis, 27 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H	
	Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien		

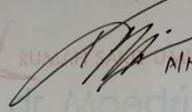
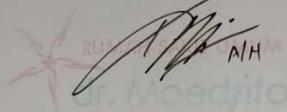
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	 A/H
		Membuat surat keterangan untuk pegawai	
		Merekap data ulasan rating RS berdasarkan google	
		Merekap jumlah data pasien setiap minggunya	
	Jumat, 28 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	
		Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan	
	Sabtu, 29 Juli 2023	LIBUR	
	Minggu, 30 Juli 2023	LIBUR	
MINGGU KE 4	Senin, 31 Juli 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
		Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar	
		Membuat lembar perjanjian kerja waktu tertentu untuk pegawai baru	
		Melakukan pengecekan CO ² pada titik tertentu di RS	
	Selasa, 1 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H
	Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar		
	Membuat lembar perjanjian kerja waktu tertentu untuk pegawai baru		
	Melakukan pengecekan CO ² pada titik tertentu di RS		
Rabu, 2 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H	
	Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar		
	Membuat lembar perjanjian kerja waktu tertentu untuk pegawai baru		
	Melakukan pengecekan CO ² pada titik tertentu di RS		
Kamis, 3 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian	 A/H	
	Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar		
	Membuat lembar perjanjian kerja waktu tertentu untuk pegawai baru		
	Melakukan pengecekan CO ² pada titik tertentu di RS		

		titik tertentu di RS	
	Jumat, 4 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian Pemberkasas surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar Membuat lembar perjanjian kerja waktu tertentu untuk pegawai baru Melakukan pengecekan CO ² pada titik tertentu di RS	 A/H
	Sabtu, 5 Agustus 2023	LIBUR	
	Minggu, 6 Agustus 2023	LIBUR	
MINGGU KE 5	Senin, 7 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing Menyiapkan konsumsi untuk meeting dengan konsultan manajemen	 A/H
	Selasa, 8 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing Menyiapkan konsumsi untuk meeting dengan konsultan manajemen	 A/H
	Rabu, 9 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien Mengerjakan laporan kepuasan pelanggan Menyiapkan leaflet untuk kegiatan marketing Menyiapkan konsumsi untuk meeting dengan konsultan manajemen	 A/H
	Kamis, 10 Agustus 2023	Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien	 A/H

	Sabtu, 19 Agustus 2023	LIBUR	
	Minggu, 20 Agustus 2023	LIBUR	

Jombang, 18 Agustus 2023

Pendamping Lapangan,

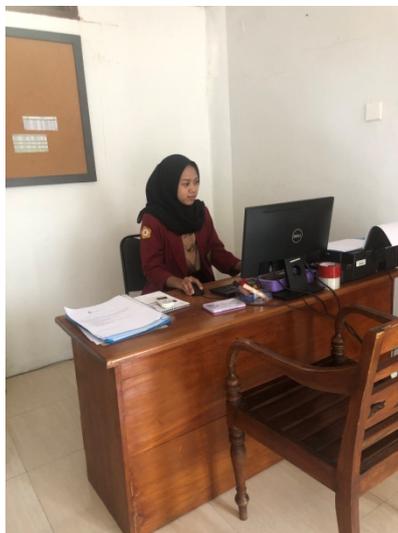

M/H

CHRISTINA RAHMAYANTI, S.H, Adv

Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan Magang

1. Melakukan program marketing RS yaitu dengan bertanya terkait pelayanan dan fasilitas kepada pasien



2. Menyiapkan berkas untuk rekredensial BPJS



3. Pemberkasan surat masuk dan keluar serta pencatatan kedalam buku register surat masuk dan keluar



4. Mengarsipkan dan menyusun berkas kepegawaian





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI) PROGRAM
STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website : www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Sella Musthofa
NIM : 2061273
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Magang : Rumah Sakit dr. MOEDJITO DWIJOSISWOJO JOMBANG
Alamat Tempat Magang : Jl. Hayam Wuruk No.9, Kepanjen, Kabupaten Jombang
Bagian/Bidang : HRD

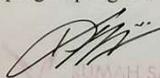
No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	90
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	90
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	90
4.	Kreativitas dan ketrampilan	85
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	85
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	90
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas kerja*	90
Jumlah		710
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		88,75

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Catatan:

Jombang, 18 Agustus 2023

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**,


(CHRISTINA RAHMAYANTI, S.H, Adv)
Kabag Personalia



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website : www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Sella Musthofa
NIM : 2061273
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Magang : RSUD dr. Moedjito Dwijosiswojo
Bagian/Bidang : HRD

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	92
2.	Motivasi	92
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	92
4.	Tata Bahasa dan kerapian laporan	90
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	92
6.	Sistematika laporan	90
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	90
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	90
Jumlah		728
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		91

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, 18 Agustus 2023
Dosen Pembimbing Lapangan,

(Widy Taurus Sandy, SE., M.SM)

NIDN. 0730047903