

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN
RS AIRLANGGA JOMBANG**



Oleh :

Ririn Tri Astuti (NIM 2061052)

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

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN
RS AIRLANGGA JOMBANG**



Oleh :

Ririn Tri Astuti (NIM 2061052)

Jombang, 25 Agustus 2023

Menyetujui,

Pendamping Lapangan



Jl. Airlangga 50C Jelakombo - Jombang (0321) 861577

(Galih Prakoso, S.Sos)

Dosen Pembimbing Lapangan

(Nurul Hidayati, SE.,MM)

Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen

(Dr. Ermitati Pancaningrum, ST., MSM))

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Magang yang telah dilaksanakan pada 10 Juli sampai dengan 22 Agustus 2023 di RS Airlangga Jombang. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menjadikan suri tauladan bagi seluruh umat. Penulis mengucapkan terimakasih kepada segenap jajaran manajemen RS Airlangga yang telah berkenan memberi kesempatan untuk melaksanakan Program KKM.

Laporan KKM ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca pada umumnya, dan penyusun pada khususnya. Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pelaksanaan maupun penyusunan laporan KKM ini, untuk itu kritik dan saran yang membangun akan menjadi masukan yang sangat penting dan berarti bagi kami dalam pembuatan laporan yang akan datang.

Jombang, 25 Agustus 2023

Penyusun

DAFTAR ISI

Contents

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	5
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang.....	5
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	6
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang	7
BAB II.....	8
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG	8
2.1 Sejarah Perusahaan.....	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	11
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan	11
2.3.1 Kegiatan Bidang Medis	12
2.3.2 Kegiatan Bidang Non- Medis	16
BAB III	18
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG	18
3.1 Pelaksanaan Kerja yang dilakukan di tempat magang	18
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang.....	22
3.2.1 Pemasaran Internal.....	24
3.2.2 Pemasaran Eksternal.....	27
3.2.3 Pemasaran Interaktif	28
3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi.....	29
BAB IV	31
KESIMPULAN DAN SARAN.....	31
4.1 Kesimpulan.....	31
4.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tiga Bentuk Pemasaram Dalam Industri Jasa.....	4
Gambar 2.1 Flayer Kerjasama RS Airlangga dengan Asuransi.....	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Rumah Sakit.....	11
Gambar 2.3 Ruang Poli Rawat Jalan RS Airlangga.....	12
Gambar 2.4 Ruang rawat inap non-intensif	14
Gambar 2.5 Ruang Rawat Inap Intensif.....	15
Gambar 2.6 Ambulance dan IGD RS Airlangga.....	15
Gambar 2.7 Layanan Penunjang Medis	16
Gambar 2.8 Bidang Non Medis	17
Gambar 3.1 Alur Layanan Rawat Jalan	19
Gambar 3.2 Bagan Koordinasi FO dengan Divisi Lain	20

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang	7
Tabel 2.1 Akreditasi RS Airlangga	9
Tabel 2.2 Jadwal Praktek Dokter RS Airlangga	12
Tabel 2.3 Tabel Kamar Rawat Inap	13
Tabel 3. 1 Log Book Magang	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Kegiatan

Lampiran 2 : Log Book Magang

Lampiran 3 : Surat Permohonan Magang

Lampiran 4 : Surat Balasan Permohonan Magang

Lampiran 5 : Surat Keterangan Magang

Lampiran 6 : Penilaian Pendamping Lapangan

Lampiran 7 : Penilaian Dosen Pembimbing Langan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kuliah Kerja Magang (KKM) adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dengan tugas langsung di Instansi BUMN, BUMD, Perusahaan Swasta, dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) setempat. Kuliah Kerja Magang (KKM) bertujuan menambah kemampuan mahasiswa dalam mengamati, mengkaji serta menilai antara teori dan praktek di lapangan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas managerial mahasiswa.

Sesuai dengan Program Studi Manajemen Pemasaran, penulis melakukan kegiatan magang di bidang Pemasaran Jasa Layanan Kesehatan di RS Airlangga Jombang. Penulis tertarik melakukan pembelajaran magang di bisnis jasa karena sektor ini memiliki keunikan tersendiri untuk dikaji. Pelayanan kesehatan atau pelayanan jasa rumah sakit merupakan persoalan yang “khusus”. Hubungan antara dokter dan pasien tidaklah sama dengan hubungan antara penjual sepeda motor dan pembelinya. Produk yang “dijual” oleh rumah sakit adalah pelayanan kesehatan, yang pada hakekatnya adalah komoditas berupa jasa. Sebagai organisasi semibisnis yang “menjual” jasa pelayanan, rumah sakit memiliki keunikan & kesulitan tersendiri.

Konsep pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran barang karena memiliki perbedaan di beberapa hal. Konsumen melihat wujud fisik ketika

membeli barang, dan sebaliknya dalam jasa konsumen dihadapkan dengan bentuk pelayanan yang dapat menciptakan sebuah value bagi konsumen tersebut.

Dalam pemasaran jasa, interaksi antara karyawan dengan konsumen merupakan kunci utama dalam menyampaikan jasa yang pada akhirnya akan membentuk tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen atau pasien adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atau pasien setelah menggunakan produk atau menerima layanan dari suatu bisnis jasa. Kepuasan konsumen atau pasien dapat diukur berdasarkan sejauh mana harapan mereka terpenuhi oleh pengalaman yang mereka alami. Kepuasan konsumen atau pasien penting dalam bisnis usaha jasa karena memiliki dampak langsung terhadap kesuksesan jangka panjang perusahaan

Untuk mencapai kepuasan konsumen atau pasien yang tinggi, penting untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi mereka, memberikan layanan yang responsif, berkualitas, dan ramah. Dalam bisnis usaha jasa, terdapat tiga strategi pemasaran yang penting, yaitu pemasaran internal, eksternal, dan interaktif.

1. Pemasaran Internal:

Pemasaran internal berkaitan dengan upaya mempengaruhi dan membangun hubungan dengan karyawan dan anggota tim internal perusahaan. Tujuannya adalah untuk menciptakan kesadaran, pemahaman, dan komitmen terhadap nilai-nilai merek dan layanan yang ditawarkan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam

Pemasaran internal antara lain:

- Mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan dengan jelas kepada karyawan.

- Melibatkan karyawan dalam merancang dan mengembangkan strategi pemasaran.
- Membangun budaya perusahaan yang berorientasi pada pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- Memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan keterampilan pelayanan dan komunikasi.

2. Pemasaran Eksternal:

Pemasaran eksternal adalah upaya yang dilakukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dari luar perusahaan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam pemasaran eksternal antara lain:

- Mengidentifikasi target pasar dan segmen pelanggan potensial.
- Mengembangkan pesan pemasaran yang menarik dan relevan.
- Menggunakan berbagai saluran pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran konten.
- Membangun hubungan dengan mitra bisnis, asosiasi industri, atau media untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi perusahaan.
- Menggunakan strategi diferensiasi untuk membedakan diri dari pesaing.

3. Pemasaran Interaktif:

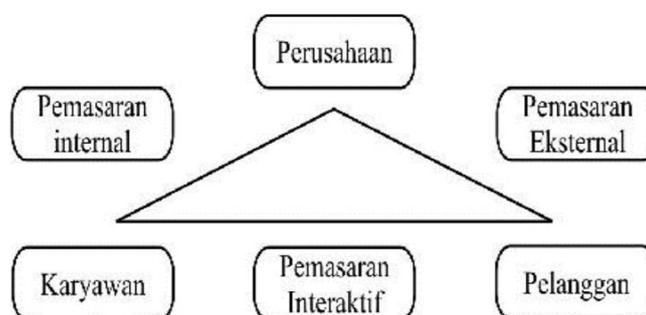
Pemasaran interaktif berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka. Strategi ini melibatkan komunikasi dua arah antara perusahaan dan pelanggan, sehingga memungkinkan

adanya umpan balik dan pengalaman yang personal. Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam pemasaran interaktif antara lain:

- Membangun kanal komunikasi yang efektif, seperti melalui media sosial, email, atau pusat panggilan pelanggan.
- Menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah.
- Membangun program loyalitas dan penghargaan bagi pelanggan setia.
- Mengumpulkan umpan balik pelanggan dan menggunakannya untuk meningkatkan layanan dan pengalaman pelanggan.
- Melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk atau layanan baru melalui survei atau kelompok fokus.

Pemasaran internal, eksternal, dan interaktif harus diterapkan secara terpadu untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis usaha jasa. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, melibatkan karyawan, dan membangun hubungan jangka panjang akan membantu memperkuat reputasi merek dan meningkatkan pertumbuhan bisnis.

Jika digambarkan dalam sebuah diagram gambar adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1 Tiga Bentuk Pemasaram Dalam Industri Jasa

Sumber : Fitria Halim, dkk, Manajemen Pemasaran Jasa, 2021

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Tujuan utama dari kuliah kerja magang ini adalah:

1. Memperoleh pemahaman yang mendalam tentang konsep dan praktik pemasaran jasa layanan kesehatan rumah sakit
2. Mengembangkan keterampilan praktis dalam melaksanakan strategi pemasaran di bidang jasa layanan kesehatan
3. Memperluas jaringan profesional di industry di bidang pemasaran
4. Mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari di bangku kuliah dalam situasi nyata.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

Manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan kuliah kerja magang bagi pihak - pihak yang terkait, antara lain :

1. Bagi Mahasiswa:
 - a. Mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan *hardskill* maupun *softskill*.
 - b. Mahasiswa mampu melihat hubungan antara dunia kerja dan dunia pendidikan.
 - c. Mahasiswa mampu menggunakan pengalaman kerjanya untuk mendapatkan kesempatan kerja yang diinginkan setelah menyelesaikan kuliah.
 - d. Sebagai pengalaman kerja awal bagi mahasiswa sebelum terjun langsung ke dunia kerja yang nyata dan wadah untuk menjalin Kerjasama yang baik antara Lembaga Pendidikan dengan pihak perusahaan/instansi terkait.

2. Bagi STIE PGRI Dewantara Jombang

1. Mempercepat peningkatan kerjasama antara STIE PGRI Dewantara dengan dunia usaha.
2. Memberi masukan pada penyempurnaan kurikulum program studi dalam menyiapkan lulusan yang siap kerja.
3. Memperoleh masukan yang berupa berbagai kasus yang dapat digunakan sebagai contoh dalam proses pendidikan.

3. Bagi Perusahaan

- a. Berperan sebagai sarana untuk menjembatani antara perusahaan dengan pihak STIE PGRI Dewantara Jombang dalam membina hubungan kerjasama lebih lanjut baik bersifat akademis maupun keorganisasian.
- b. Perusahaan bertindak sebagai lembaga pendidik dalam proses pembentukan jiwa kerja mahasiswa yang lebih unggul dan siap dalam segala tantangan.
- c. Memperoleh gambaran kondisi SDM yang akan datang.
- d. Memperoleh jalinan kemitraan dengan STIE PGRI Dewantara Jombang.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Magang dilaksanakan di Rumah Sakit Airlangga Jombang, beralamat di Jl Airlangga No. 50 C Jelakombo Jombang.

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Kuliah kerja magang dilaksanakan selama 30 hari kerja, dimulai dari tanggal 10 Juli – 22 Agustus 2023, dengan waktu kerja 5 hari dalam tiap minggu.

Jadwal magang berdasarkan pembagian aktivitas / kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

No	Aktifitas	Uraian	Durasi	Catatan
1.	Observasi	Mengamati dan mempelajari strategi pemasaran jasa RS Airlangga.	Minggu I	
2.	Pelatihan	Mengikuti pelatihan-pelatihan yang disediakan oleh RS Airlangga terkait strategi pemasaran jasa layanan rumah sakit .	Minggu II	
3.	Pelaksanaan Proyek	Melaksanakan proyek-proyek marketing yang ditugaskan oleh tim.	Minggu III, IV & V	
4.	Evaluasi dan Pembelajaran	Melakukan evaluasi mandiri terhadap kinerja a dan mempelajari pembelajaran yang dapat diambil dari pengalaman magang.	Minggu VI	

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan

Rumah Sakit Airlangga adalah sebuah rumah sakit swasta tipe D, yang beralamat di Jl. Airlangga No. 50 C Jelakombo Jombang. Berdiri pada September 2010, RS Airlangga bernaung dibawah PT. Al Birru Medical dengan 8 orang pemegang saham yang 6 diantaranya adalah dokter spesialis. Mereka adalah dokter spesialis senior yang juga rata-rata alumni Universitas Airlangga Surabaya, dan mempunyai Visi : “Menjadi rumah sakit terkemuka dalam pelayanan kesehatan paripurna yang berlandaskan moral dan profesionalisme”.

Sementara itu Misi Rumah Sakit Airlangga adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pelayanan kesehatan yang menyeluruh (promotif, preventif, kuratif & rehabilitative) bermutu & terjangkau kepada semua lapisan masyarakat.
2. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang berorientasi kepada kebutuhan pasien dan keluarganya secara professional, efektif dan efisien.
3. Meningkatkan mutu pelayanan secara terus menerus dan berkesinambungan melalui pendidikan / pelatihan SDM, penelitian inovatif, pengadaan & penguasaan sarana prasarana penunjang medic sesuai dengan perkembangan IPTEK.
4. Menciptakan iklim kerja yang kondusif, ilmiah berdasarkan kemanusiaan, kesejawatan kerjasama, disiplin dan tanggung jawab.

5. Memikirkan, merencanakan strategi, mengorganisasikan, melaksanakan, hasil serta evaluasi program organisasi berdasarkan semangat “ISTIQQOMAH”

Konsep pelayanan kesehatan paripurna adalah pelayanan kesehatan yang terintegrasi, mulai dari tindakan preventif, kuratif, dan rehabilitatif.

Terdapat layanan Rawat Jalan, Rawat Inap, Gawat Darurat, Tindakan Operasi, dan juga Instalasi Penunjang Medis yang beroperasi 24 jam dalam seminggu. Untuk rawat jalan, ada 1 poli umum, 7 poli spesialis, dan 1 poli gigi. Sedangkan layanan rawat inap, RS Airlangga memiliki kapasitas 58 TT (tempat tidur pasien), ruang perawatan intensif terdiri dari : HCU, PHCU, NICU, dan ruang VK untuk layanan persalinan. Instalasi penunjang medis seperti Farmasi, Laboratorium, Radiologi, dan Gizi juga memberikan layanan 24 untuk mendukung layanan rawat inap maupun kegawatdaruratan.

Dalam upaya menjaga dan meningkatkan mutu layanannya, RS Airlangga secara rutin melakukan standarisasi layanan melalui Akreditasi Rumah Sakit.

Tabel 2.1 Akreditasi RS Airlangga

Tahun	Peringkat	Lembaga Akreditasi	Nomor Sertifikat
2023	PARIPURNA	LARSI (Lembaga Akreditasi Rumah Sakit Indonesia)	LARSI/SERTIFIKAT/129/03/2023
2021	PARIPURNA	KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit)	KARS-SERT/2165/X/2021
2018	PARIPURNA	KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit)	KARS-SERT/1250/V/2018
2018	UTAMA	KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit)	KARS-SERT/1200/II/2018
2016	PERDANA	KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit)	KARS-SERT/125/VI/2016
2012	DASAR	KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit)	KARS-SERT/845/VI/2012

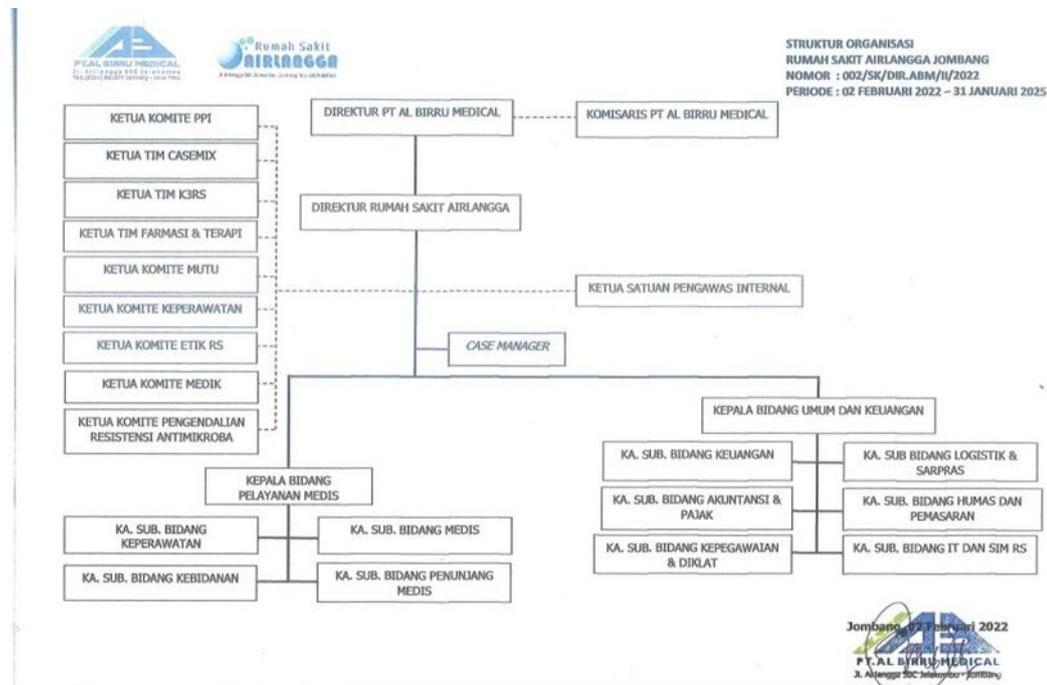
Untuk menjangkau pemberian layanan kesehatan yang lebih luas kepada masyarakat, RS Airlangga bekerja sama dengan BPJS dan sejumlah Asuransi Kesehatan Swasta maupun BPJS. Saat ini tercatat hampir 80 Asuransi yang telah bekerja sama dengan RS Airlangga.



Gambar 2.1 Flyer Kerjasama RS Airlangga dengan Asuransi

Sember : Dokumentasi RS Airlangga

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Rumah Sakit

Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum RS Airlangga secara garis besar terdiri dari Bidang Medis dan Bidang Non Medis. Sebagaimana tercantum dalam Struktur Organisasi Rumah Sakit, Bidang Medis terdiri dari Sub.Bag Keperawatan, Medis, Kebidanan dan Penunjang Medis. Sedangkan Bagian Non Medis terdiri dari Sub.Bagian Keuangan, Akuntansi, Kepegawaian, Sarpras, Humas & Pemasaran, serta IT.

Layanan Medis terdiri dari layanan Poli Rawat Jalan, Rawat Inap, Layanan Tindakan Operasi, Persalinan, dan Kegawatdaruratan. Selain itu juga terdapat layanan penunjang medis yang terdiri dari layanan Farmasi, Laboratorium, Radiologi dan Konsultasi Gizi.

2.3.1 Kegiatan Bidang Medis

1. Layanan Poli Rawat Jalan

Poli rawat jalan di RS Airlangga terdiri dari 1 poli umum, 7 poli spesialis dan juga poli gigi. Berikut adalah jadwal praktek Poli Rawat Jalan di RS Airlangga :

Tabel 2.2 Jadwal Praktek Dokter RS Airlangga

No	Poli	Dokter	Jadwal Praktek
1	Poli Anak	dr. Soewarsi Retnwati, Sp.A dr. Debby Christinne, Sp.A	Senin-Sabtu : 07.00 – 10.00 Senin-Sabtu : 18.00 – 20.00
2	Poli Bedah	dr. Bambang Sunyoto, Sp. B	Senin-Jum'at : 07.00 – 10.00 Senin-Jum'at: 18.00 – 20.00
3	Poli Penyakit Dalam	dr. H. M. Mahfudz, Sp.PD - FINASIM	Senin-Sabtu : 06.00 – 08.00
4	Poli Syaraf	dr. Sigit Hari Nursamsu, Sp. S	Senin-Sabtu : 07.00 – 10.00
5	Poli Jantung	dr. Wahyu Widjanarko, Sp.JP FIHA	Senin-Sabtu : 08.00 – 10.00
6	Poli Rehab Medik	dr. Agustuna Mufida, M.Ked.Klin.,Sp.FKR	Senin-Sabtu : 08.00 – 10.00
7	Poli Orthopedi	dr. Juniarita Eva Santy, Sp.OT	Selasa : 14.00-17.00
8	Poli Gigi	drg. Evie Fitriani	Senin-Jum'at : 07.00 – 10.00 Senin-Jum'at: 18.00 – 20.00
9	Poli Umum	dr. Aditya Angga Fernanda	Senin-Jum'at : 07.00 – 10.00 Senin-Jum'at: 18.00 – 20.00



Gambar 2.3 Ruang Poli Rawat Jalan RS Airlangga

Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

2. Layanan Rawat Inap

Layanan rawat inap terbagi menjadi rawat inap untuk pasien perawatan non intensif dan intensif. Ruang rawat inap pasien non- intensif juga terbagi dalam beberapa kelas perawatan sebagai berikut :

Tabel 2.3 Tabel Kamar Rawat Inap

Kelas	Nama Kamar	Harga	Fasilitas
Junior Suite	Arafah (Junior Suite)	Rp. 825.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 1 bed pasien, bantal guling, bed cover • 1 bed sofa, almari nakas • 1 KM, Wastafel • AC, TV Kabel, Kulkas • Welcome Drink • Pantry; water heater, the, kopi, air mineral • Menu pasien dan penunggu
VIP A	Arafah (Bawah)	Rp. 600.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 1 bed pasien, bantal guling, bed cover • 1 bed sofa, almari nakas • 1 KM, Wastafel • AC, TV, Kulkas • Menu pasien dan penunggu
VIP B	Arafah (Atas)	Rp. 550.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 1 bed pasien, bantal guling, bed cover • 1 bed sofa, almari nakas • 1 KM, Wastafel • AC, TV, Kulkas • Menu pasien dan penunggu
Utama	Mudzalifah	Rp. 425.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 1 bed pasien, bantal guling • 1 bed sofa, almari nakas • 1 KM, Wastafel • AC, TV • Menu pasien
Kls I	Mina	Rp. 335.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 1 bed pasien, bantal • almari nakas • 1 KM, Wastafel • AC, TV • Menu pasien
Kls II	Multazam	Rp. 250.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 2 bed pasien, bantal • 2 almari nakas • 1 KM, Wastafel • AC, TV • Menu pasien
Kls III	Safa	Rp. 160.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • 6 bed pasien, bantal • 6 almari nakas • 2 KM, Wastafel • AC, TV • Menu pasien



Gambar 2.4 Ruang rawat inap non-intensif

Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

Sedangkan ruang rawat inap untuk pasien intensif terdiri dari HCU (High Care Unit), PHCU (Pediatric High Care Unit), NICU (Neonatus Intensif Care Unit). Ruangan-ruangan ini memiliki desain dan kelengkapan peralatan medis yang berbeda dengan ruang rawat inap biasa. Petugas yang menangani juga memiliki skill khusus/ tertentu.



Gambar 2.5 Ruang Rawat Inap Intensif

Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

3. Layanan Gawat Darurat

Layanan Instalasi Gawat Darurat RS Airlangga tersedia 24 /7 atau 24 jam dalam satu minggu. Dokter jaga, perawat dan juga bidan standby menerima pasien-pasien dengan kondisi gawat darurat. Instalasi Gawat Darurat juga didukung oleh unit layanan Ambulance yang juga siap 24 jam.



Gambar 2.6 Ambulance dan IGD RS Airlangga

Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

4 Penunjang Medis

Unit layanan penunjang medis RS Airlangga yang tersedia diantaranya adalah Farmasi, Laboratorium, Radiologi, dan Instalasi Gizi.



Gambar 2.7 Layanan Penunjang Medis

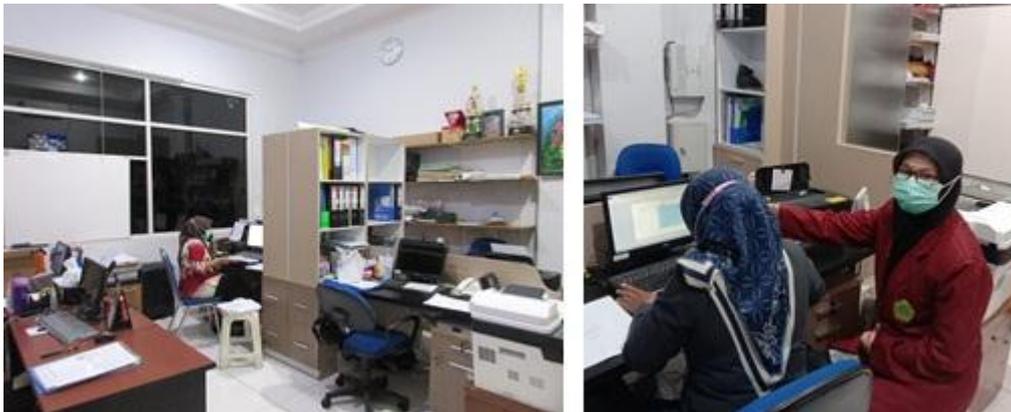
Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

2.3.2 Kegiatan Bidang Non- Medis

Kegiatan utama bidang non-medis pada intinya adalah sebagai support sistem untuk mendukung *core business* rumah sakit, yakni bidang medis, untuk mencapai tujuan perusahaan. Memberikan dukungan layanan terbaik dalam hal pengembangan, penyediaan, pembangunan bidang sarana prasarana pelayanan, dan juga pengembangan sumber daya manusia.

Di RS Airlangga kegiatan bidang non medis terbagi menjadi 6 (enam), yakni; Sub. Bagian Keuangan, Sub. Bagian Akuntansi, Sub. Bagian Kepegawaian dan Diklat, Sub. Bagian Logistik & Sarpras, Sub. Bagian Humas & Pemasaran, serta Sub. Bagian IT dan SIM RS. Di bawah masing-masing sub bagian ini terdapat unit-unit / divisi yang menjadi pelaksana kegiatan harian. Seperti Sub. Bagian Humas dan Pemasaran misalnya, memiliki unit Front Office sebagai salah satu unit pelaksana.

Dalam kegiatan program KKM ini, mahasiswa ditempatkan di bagian Front Office. Penempatan ini menyesuaikan dengan konsentrasi program jurusan yang diambil yakni Manajemen Pemasaran. Dimana dari Front Office, mahasiswa akan dibimbing untuk mempelajari lebih jauh terkait materi strategi pemasaran dalam bisnis layanan jasa kesehatan / rumah sakit.



Gambar 2.8 Bidang Non Medis

Sumber : Dokumentasi RS Airlangga

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja yang dilakukan di tempat magang

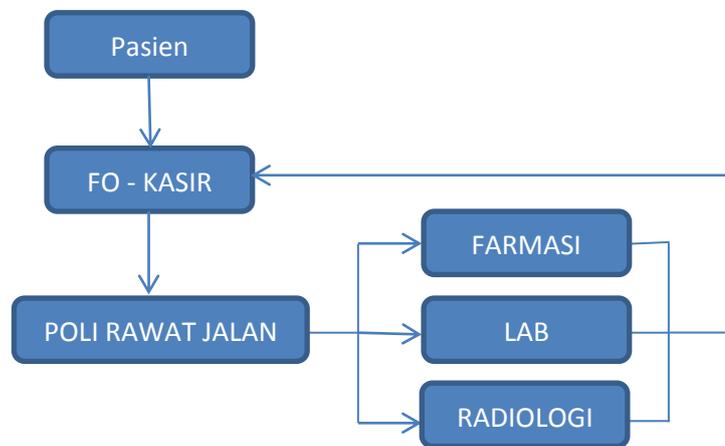
Pelaksanaan magang di RS Airlangga berlangsung 5 hari kerja setiap minggunya, hari Senin s/d Jum'at dimulai tanggal 10 Juli 2023. Dalam durasi 30 hari kerja tersebut terdapat 2x tanggal merah yakni tanggal 19 Juli 2023 dan 17 Agustus 2023. Untuk itu, hari magang diganti tanggal 21 dan 22 Agustus 2023. Sehingga kegiatan magang berlangsung antara tanggal 10 Juli – 22 Agustus 2023.

Mahasiswa ditempatkan di bagaian Humas & Pemasaran, dimana salah satu sub-divisinya adalah Front Office. Bagaian Front Office adalah tempat yang biasanya pertama kali selalu didatangi oleh pasien, pengunjung maupun relasi RS Airlangga. Front Office menjadi bagian yang sangat penting karena di FO-lah pusat informasi, baik informasi yang masuk-maupun keluar, bermula. Petugas dan Tim FO memiliki tanggung jawab besar atas validitas penanganan informasi baik untuk internal maupun eksternal.

Dalam keseharian, tugas pokok bagian FO adalah menerima pendaftaran pasien, baik rawat inap, rawat jalan, IGD, maupun pasien yang hanya memerlukan pemeriksaan ke instalasi penunjang medis. Semua data pasien diinput ke SIM RS (Sistem Informasi & Manajemen) Rumah Sakit. Selanjutnya petugas FO mengarahkan pasien sesuai dengan poli atau jenis layanan yang dituju. Untuk memastikan layanan bisa berjalan dengan baik, petugas FO juga harus

memastikan / saling berkoordinasi dengan bagian lain seperti para asisten poli, atau petugas Lab, Radiologi, maupun Farmasi.

Setelah pasien menerima semua layanan yang dibutuhkan; di dalam sistem IT RS sudah terinput tagihan yang harus dibayar oleh pasien. Masih di bagian Front Office – Kasir, pasien melakukan pembayaran pelayanan. Apabila digambarkan dalam alur layanan rawat jalan adalah sebagai berikut :



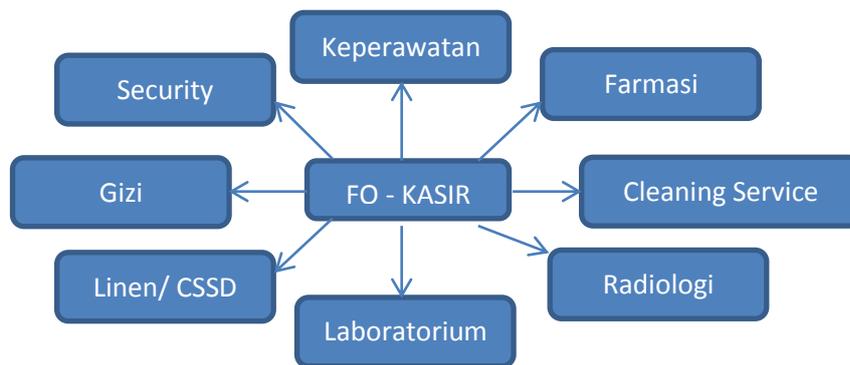
Gambar 3.1 Alur Layanan Rawat Jalan

Jadi, di bagian Front Office RS Airlangga terdiri dari bagian Pendaftaran dan bagian Kasir, Penempatan bagian pendaftaran dan kasir pada satu tempat yang sama adalah untuk memudahkan koordinasi karena keduanya saling terkait.

Selain memberikan layanan pendaftaran dan pembayaran, bagian Front Office juga bertugas untuk mengatur *flow*, alur keluar masuk pasien untuk rawat inap. Mengelola penggunaan kamar rawat inap, berkoordinasi dengan bagian keperawatan, Office Boy, Cleaning Service, Gizi, maupun Linen. Petugas FO memiliki catatan kamar mana yang kosong, mana yang sudah siap, mana yang

belum siap ditempati lagi, bahkan kamar yang sedang dalam perbaikan. Semua informasi ini dikoordinasikan di bagian FO.

Apabila digambarkan dalam sebuah bagan, maka jalur koordinasi antar divisi yang ada di FO adalah sebagai berikut :



Gambar 3.2 Bagan Koordinasi FO dengan Divisi Lain

Berikut adalah rincian kegiatan magang di RS Airlangga Jombang :

Tabel 3. 1 Log Book Magang

No	Tanggal	Tema Kegiatan	Rincian Kegiatan Magang
1	10 Juli 2023	Observasi	<ul style="list-style-type: none"> Diterima oleh HRD RS Airlangga, dan didampingi untuk perkenalan dengan bagian Marketing dan Admin Mengamati alur layanan di Bagian Front Office
2	11 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> Kegiatan magang di Bagian FO, mengamati proses pendaftaran Membuat catatan alur rawat jalan dan rawat inap Mendapatkan informasi tentang struktur organisasi RS Airlangga Mencatat jadwal dokter praktek di RS Airlangga
3	12 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> Diskusi dengan bagian Marketing RS Airlangga tentang strategi pemasaran RS Airlangga Mengamati strategi-strategi pemasaran terkait pemasaran internal, eksternal, dan interaktif Menghafalkan denah ruangan rumah sakit
4	13 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti kegiatan di Front Office

			<ul style="list-style-type: none"> • Menyapa pasien, dan mengarahkan kepada petugas pendaftaran sesuai poli yang dituju
5	14 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti rapat persiapan kegiatan PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) • Mengikuti kegiatan di Bagian Front Office
6	17 Juli 2023	Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) di PKM Peterongan
7	18 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti pelatihan Customer Service Care
8	20 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti evaluasi kegiatan PKRS
9	21 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti briefing perencanaan Sosmed
10	24 Juli 2023	Pelaksanaan Proyek	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; mengamati dan mempraktekkan cara petugas berkomunikasi dengan pasien
11	25 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; menginput data pasien
12	26 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
13	27 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan • Mengamati proses penyelesaian komplain oleh petugas customer service
14	28 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan • Berinteraksi dengan divisi lain untuk berkoordinasi dalam kegiatan pelayanan
15	31 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti briefing Sub. Bidang Humas dan Pemasaran terkait penyusunan content calendar
16	01 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Belajar membuat desain melalui aplikasi canva
17	02 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Belajar membuat desain melalui aplikasi canva
18	03 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat 1 ide konten untuk IG Feed dengan tema Kemerdekaan
19	04 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi dengan bagian IT terkait dengan data/ persebaran customer RS Airlangga
20	07 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
21	08 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
22	09 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office;

			melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
23	10 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
24	11 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
25	12 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti kegiatan PKRS ; senam bersama PORPI dan Pemeriksaan Prolanis kerjasama RS Airlangga dan PKM Jelakombo
26	14 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti rapat persiapan kegiatan perlombaan memperingati Hari Kemerdekaan ke 78
27	15 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
28	16 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Membantu mempersiapkan kegiatan lomba-lomba memperingati Hari Kemerdekaan Belanja hadiah, dan mengemas hadiah-hadiah
29	18 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti kegiatan perlombaan memperingati Hari Kemerdekaan RI di RS Airlangga
30	21 Agustus 2023	Evaluasi dan Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> Mendiskusikan sistematika penyusunan laporan KKM
31	22 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> Penilaian dan Evaluasi

3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Dengan ditempatkannya Mahasiswa Magang di bagian Front Office, hal ini cukup strategis dan memudahkan mahasiswa dalam melakukan pengamatan terkait tema Pemasaran pada Bisnis Layanan Kesehatan/ Rumah Sakit. Dimana bisnis layanan kesehatan seperti rumah sakit memiliki keunikan dan tingkat kerumitan tersendiri. Selain mengemban misi kemanusiaan, rumah sakit juga menjalankan misi bisnis untuk mendapatkan profit dan memastikan keberlanjutan usahanya.

Konsep pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran barang karena memiliki perbedaan di beberapa hal. Konsumen melihat wujud fisik ketika

membeli barang, namun sebaliknya dalam jasa konsumen dihadapkan dengan bentuk pelayanan yang dapat menciptakan sebuah value bagi konsumen tersebut. Maka strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan jasa adalah untuk meningkatkan penggunaan jasa oleh konsumen, dan bagaimana mempertahankan tingkat kepuasan mereka agar selalu menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan.

Dalam bisnis pemasaran jasa, interaksi antara karyawan dengan konsumen merupakan kunci utama dalam menyampaikan jasa yang pada akhirnya akan membentuk tingkat kepuasan konsumen. Karyawan menjadi garda terdepan dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan minat dari konsumen untuk kembali menggunakan jasa yang sama.

Mengutip Buku Manajemen Pemasaran Jasa, yang ditulis oleh Fitria Halim, dkk (2021), terdapat tiga bentuk pemasaran dalam industri (Kotler et al., 2017; Zeithaml, Bitner and Gremler, 2017; Fatihudin and Firmansyah, 2019) yaitu Strategi Pemasaran Internal, Eksternal, dan Interaktif. Berikut adalah hasil pengamatan di tempat magang (RS Airlangga Jombang) berdasarkan ketiga kerangka strategi tersebut.

3.2.1 Pemasaran Internal

Terkait pemasaran internal, dimana strategi ini berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan karyawan. Perusahaan melatih dan karyawannya untuk membangun profesionalisme dalam melayani konsumen. RS Airlangga selain memiliki Visi dan Misi, juga memiliki Falsafah, Nilai-nilai Perusahaan dan juga Budaya Kerja yang menjadi landasan bagi arah gerak menuju tujuan perusahaan.

Falsafah Perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Kami percaya bahwa kebebasan untuk memperdebatkan dan mendiskusikan ide, pendapat dan usul adalah kunci bagi keputusan terbaik.
2. Kami berbicara dan bertindak berdasarkan data
3. Kami tumbuh pesat berkar integritas dan selalu mengupayakan hasil cemerlang dalam segala sesuatu yang kami hasilkan.

Nilai-nilai Perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Fokus kepada pasien, konsumen, dan masyarakat
2. Kerjasama
3. Integritas
4. Mewujudkan sesuatu terjadi
5. Berbagi Kebahagiaan
6. Pelayanan Prima

Motto Rumah Sakit adalah “ Kami Berbuat Allah Yang Menyembuhkan”

Budaya Perusahaan adalah sebagai berikut :

Lima (5) Budaya) dan 10 Perilaku Utama :

1. Trust

- 1) Saling menghargai dan bekerja sama
- 2) Jujur, tulus dan terbuka

2. Integrity

- 3) Disiplin dan konsisten
- 4) Berpikir, berkata & bertindak terpuji

3. Professionalism

- 5) Kompeten & bertanggung jawab
- 6) Memberi solusi

4. Customer Fokus

- 7) Inovatif, proaktif dan cepat tanggap
- 8) Mengutamakan pelayanan dan kepuasan pasien

5. Excellence

- 9) Orientasi pada added value (nilai tambah) dan pertumbuhan terus menerus
- 10) Peduli lingkungan dan sesama

Implementasi dari nilai-nilai perusahaan ini adalah dalam bentuk kegiatan edukasi dan inhouse training yang dilakukan secara rutin dan berkala. Inhouse training terbagi menjadi 2, yakni materi yang bersifat umum yang diikuti oleh seluruh karyawan RS Airlangga, dan materi khusus yang terkait dengan bidang kerja atau

skill masing-masing bagian; seperti inhouse training terkait keperawatan, farmasi, laborat maupun radiologi. Sedangkan materi umum yang diikuti oleh seluruh karyawan diantaranya adalah tentang Komunikasi Efektif, Customer Care, K3RS, dan Mutu Rumah Sakit.

Di bagian Front Office kemampuan komunikasi efektif mutlak harus dikuasai. Karena di bagian Front Office lah, interaksi pertama / awal terbentuk. Petugas FO penting untuk “merebut perhatian” konsumen sebelum konsumen berinteraksi dengan layanan selanjutnya. Seperti tag line salah satu iklan “Kesan Pertama Begitu Menggoda, Selanjutnya Terserah Anda”, demikian pula tanggung jawab yang ada di FO.

Selain memberikan pelayanan yang ramah, empaty, dan komunikatif, FO juga bertanggung jawab atas validitas identitas pasien. Di rumah sakit, ketepatan identitas mutlak diperlukan, bahkan tidak boleh salah. Sedikit kesalahan bisa berakibat fatal; seperti salah diagnose, treatment dst. Dan sebagai salah satu pedoman tata laksana di FO, manajemen juga telah memberikan sosialisasi SPO (Standart Prosedur Operasional), dokumen terlampir 1.

Mengingat pentingnya kemampuan SDM dalam pemberian layanan kepada pasien, maka pelatihan atau inhouse training ini dijadwalkan sekurang-kurangnya 1 kali dalam 1 tahun. Hal ini harus selalu dilakukan untuk merefresh kembali kemampuan dan membentuk mindset karyawan dalam rangka meningkatkan profesionalisme kerja. Akan tetapi terkadang jadwal ini tidak terlaksana dikarenakan beberapa kendala. Sehingga berdampak pada fluktuasi kinerja karyawan. Dapat dilihat dari bagaimana kemampuan karyawan

menghandle komplain pasien. Kemampuan karyawan belum merata dari segi kemampuan menangani komplain maupun penjelasan informasi.

3.2.2 Pemasaran Eksternal

Pemasaran Eksternal yaitu hubungan antara perusahaan dengan pihak pelanggan. Hal ini terkait dengan bagaimana strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dari luar perusahaan. Rumah Sakit Airlangga telah menggunakan berbagai saluran pemasaran seperti publikasi melalui sosial media, membangun hubungan dengan mitra bisnis, asosiasi industri, asuransi umum, dan juga BPJS. Serta upaya untuk mengembangkan strategi diferensiasi produk untuk membedakan diri dari pesaing, mengingat perkembangan rumah sakit di Jombang juga semakin pesat dan ketat persaingannya.

Terkait strategi differensiasi produk, RS Airlangga saat ini banyak dikenal dengan layanan persalinan yang memberikan “nilai plus” kepada pasien dengan mengabadikan proses persalinan dalam sebuah album. Program ini cukup banyak menarik minat customer. Selain layanan persalinan, RS Airlangga juga mulai mengembangkan layanan rehab medik, echocardiography, treadmill, dan juga layanan vaksin internasional.

Pengembangan pemasaran dan publikasi melalui media dilakukan RS Airlangga melalui website yang bisa diakses pada www.rumahsakitairlangga.com media sosial instagram, facebook dan juga TikTok. Namun saat ini yang lebih aktif berjalan adalah instagram

Selain melakukan publikasi di sosial media dan menjalin kerjasama dengan sejumlah asuransi dan perusahaan, RS Airlangga juga rutin melakukan edukasi melalui program PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit). Dalam kegiatan ini upaya utamanya adalah memberikan edukasi kepada masyarakat luas. Biasanya seputar penyakit-penyakit yang umum / umumnya banyak dikeluhkan masyarakat; seperti Hipertensi, Asam lambung, DM, dst.

Kegiatan ini cukup menarik karena “sekali dayung dua, tiga, pulau termpai. Karena selain melakukan sosialisasi program promosi kesehatan, RS Airlangga melalui Tim PKRS juga sekaligus bisa memberikan informasi tentang layanan yang ada di RS Airlangga. Sehingga melalui program tersebut, kedekatan dan persebaran informasi layanan bisa tersampaikan. Kegiatan ini biasanya dilakukan di Puskesmas-Puskesmas yang juga merupakan jejaring RS Airlangga untuk layanan BPJS.

3.2.3 Pemasaran Interaktif

Pemasaran interaktif berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka. Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam pemasaran interaktif antara lain: menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah, membangun program loyalitas dan penghargaan bagi pelanggan setia, mengumpulkan umpan balik pelanggan dan menggunakannya untuk meningkatkan layanan dan pengalaman pelanggan.

Pada bagian ini, RS Airlangga masih belum maksimal mengembangkan strategi ini. Terkait layanan pelanggan yang interaktif misalnya, saat ini nomor

kontak rumah sakit masih digunakan lebih banyak untuk proses pendaftaran pasien. Sedangkan untuk layanan pelanggan seperti penanganan komplain, atau customer service untuk mmbanguun program loyatitas pelanggan / *upscale* belum ada.

Kegiatan survey kepuasan pasien sudah pernah dilakukan, akan tetapi pelaksanaannya belum maksimal dan belum rutin dilakukan. Sehingga hal ini menyulitkan untuk melakukan analisa dan pembuatan rekomendasi selanjutnya.

3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Semua strategi pemasaran tersebut idealnya dilakukan secara kontinyu dan terintegrasi; internal – ekstrenal – integrative. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah disampaikan, beberapa usulan pemecahan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan Pelatihan Internal: RS Airlangga dapat meningkatkan strategi pemasaran internal dengan melanjutkan pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkala. Ini akan membantu meningkatkan keterampilan pelayanan dan komunikasi karyawan, yang akan berdampak positif pada hubungan dengan pasien.
2. Perluas Jaringan Eksternal: RS Airlangga dapat memperluas upaya pemasaran eksternal dengan menjalin lebih banyak kemitraan dengan asosiasi industri, perusahaan asuransi, dan media. Hal ini akan membantu meningkatkan visibilitas RS Airlangga dan membedakan dirinya dari pesaing

3. Lebih Responsif terhadap Umpan Balik Pelanggan: RS Airlangga dapat memperkuat strategi pemasaran interaktif dengan menjadi lebih responsif terhadap umpan balik pelanggan. Ini dapat mencakup penanganan komplain dengan lebih baik, penggunaan media sosial untuk berinteraksi dengan pasien, dan melibatkan pasien dalam pengambilan keputusan terkait pelayanan.
4. Pengukuran Kepuasan Pasien: Melakukan survei reguler untuk mengukur kepuasan pasien dan menggunakan data ini untuk terus meningkatkan layanan adalah langkah yang penting. RS Airlangga dapat menggunakan hasil survei ini untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan dan untuk mengukur kemajuan seiring waktu.
5. Pengembangan Layanan Baru: RS Airlangga dapat mempertimbangkan untuk terus mengembangkan layanan baru yang relevan dengan kebutuhan dan ekspektasi pasien, seperti layanan kesehatan yang inovatif atau program-program kesehatan masyarakat yang proaktif.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kuliah Kerja Magang (KKM) memiliki peran penting dalam membantu mahasiswa memahami perbedaan antara teori dan praktek. Dalam dunia bisnis jasa, terutama dalam sektor Pemasaran Jasa Layanan Kesehatan, bisnis jasa kesehatan memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari bisnis barang, di mana pelayanan yang berkualitas dan kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam kesuksesannya.

Pentingnya interaksi antara karyawan dan konsumen dalam bisnis menjadi fokus utama untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Untuk mencapai hal ini, tiga strategi pemasaran utama perlu diterapkan dengan baik:

1. Pemasaran Internal: Strategi ini berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan karyawan. Dengan melibatkan karyawan dalam proses pengembangan strategi pemasaran dan memberikan pelatihan yang diperlukan, perusahaan dapat meningkatkan keterampilan pelayanan dan komunikasi karyawan.
2. Pemasaran Eksternal: Pemasaran eksternal adalah upaya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dari luar perusahaan. Identifikasi target pasar, pengembangan pesan pemasaran yang menarik, penggunaan berbagai saluran pemasaran, dan diferensiasi produk atau layanan adalah langkah-langkah kunci dalam strategi ini.

3. Pemasaran Interaktif: Strategi pemasaran interaktif berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Ini melibatkan komunikasi dua arah, layanan pelanggan responsif, program loyalitas, pengumpulan umpan balik pelanggan.

4.2 Saran

RS Airlangga dapat memperkuat strategi pemasaran dalam bisnis jasa layanan kesehatan dengan mengambil langkah-langkah kunci untuk memperbaiki kualitas pelayanannya. Menerapkan strategi pemasaran yang terintegrasi secara kontinyu, meliputi aspek internal, eksternal, dan interaktif. Pengembangan SDM, memperluas kemitraan, responsif terhadap umpan balik pasien, selalu melakukan / memantau perkembangan kepuasan pelanggan, dan mulai mengembangkan layanan unggulan baru.

Bagi Mahasiswa; KKM bukan hanya kesempatan untuk menggabungkan teori dengan praktik, tetapi juga membantu mahasiswa memahami kompleksitas pemasaran dalam bisnis jasa. Ini adalah pengalaman berharga dalam mempersiapkan diri untuk karir di dunia bisnis yang semakin kompetitif dan berorientasi pada pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

dinkes.jombangkab.go.id. (n.d.). Retrieved from Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang: <https://dinkes.jombangkab.go.id/daftar-alamat-rumah-sakit-di-jombang.koer>

Halim Fitria, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Yayasan Kita Menulis, 2021.

Hartono, SKM, MSc, MM, D. (2010). *Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

jombangkab.bps.go.id. (n.d.). Retrieved from Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang: <https://jombangkab.bps.go.id/statictable/2018/05/23/236/luas-wilayah-menurut-kecamatan-di-kabupaten-jombang-2017>

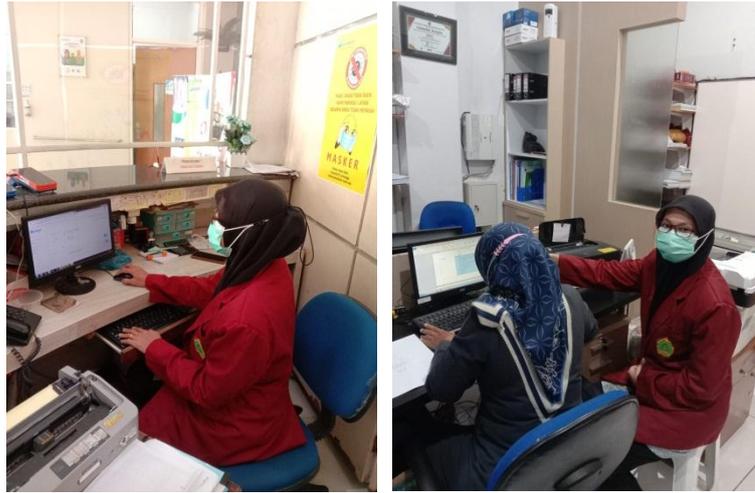
Maulana, N. (2020, Juli 3). *Menelisik Strategi Pemasaran Rumah Sakit Menggunakan Market Based-Management*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17.

Sugiyono, Prof.Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013

LAMPIRAN 1.

Dokumentasi Kegiatan Magang

1. Mengikuti Kegiatan di Front Office



2. Mengikuti Kegiatan PKRS



Lampiran 2

Log Book Kegiatan Magang

No	Tanggal	Tema Kegiatan	Rincian Kegiatan Magang
1	10 Juli 2023	Observasi	<ul style="list-style-type: none"> • Diterima oleh HRD RS Airlangga, dan didampingi untuk perkenalan dengan bagian Marketing dan Admin • Mengamati alur layanan di Bagian Front Office
2	11 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan magang di Bagian FO, mengamati proses pendaftaran • Membuat catatan alur rawat jalan dan rawat inap • Mendapatkan informasi tentang struktur organisasi RS Airlangga • Mencatat jadwal dokter praktek di RS Airlangga
3	12 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan bagian Marketing RS Airlangga tentang strategi pemasaran RS Airlangga • Mengamati strategi-strategi pemasaran terkait pemasaran internal, eksternal, dan interaktif • Menghafalkan denah ruangan rumah sakit
4	13 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office • Menyapa pasien, dan mengarahkan kepada petugas pendaftaran sesuai poli yang dituju
5	14 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti rapat persiapan kegiatan PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) • Mengikuti kegiatan di Bagian Front Office
6	17 Juli 2023	Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit) di PKM Peterongan
7	18 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti pelatihan Customer Service Care
8	20 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti evaluasi kegiatan PKRS
9	21 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti briefing perencanaan Sosmed
10	24 Juli 2023	Pelaksanaan Proyek	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; mengamati dan mempraktekkan cara petugas berkomunikasi dengan pasien
11	25 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; menginput data pasien
12	26 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
13	27 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan • Mengamati proses penyelesaian komplain oleh petugas customer service
14	28 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan • Berinteraksi dengan divisi lain untuk berkoordinasi dalam kegiatan pelayanan

15	31 Juli 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti briefing Sub. Bidang Humas dan Pemasaran terkait penyusunan content calendar
16	01 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Belajar membuat desain melalui aplikasi canva
17	02 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Belajar membuat desain melalui aplikasi canva
18	03 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat 1 ide konten untuk IG Feed dengan tema Kemerdekaan
19	04 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi dengan bagian IT terkait dengan data/ persebaran customer RS Airlangga
20	07 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
21	08 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
22	09 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
23	10 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
24	11 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
25	12 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan PKRS ; senam bersama PORPI dan Pemeriksaan Prolanis kerjasama RS Airlangga dan PKM Jelakombo
26	14 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti rapat persiapan kegiatan perlombaan memperingati Hari Kemerdekaan ke 78
27	15 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan di Front Office; melakukan pendaftaran pasien poli rawat jalan
28	16 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Membantu mempersiapkan kegiatan lomba-lomba memperingati Hari Kemerdekaan • Belanja hadiah, dan mengemas hadiah-hadiah
29	18 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan perlombaan memperingati Hari Kemerdekaan RI di RS Airlangga
30	21 Agustus 2023	Evaluasi dan Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Mendiskusikan sistematika penyusunan laporan KKM
31	22 Agustus 2023		<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian dan Evaluasi

Lampiran 3

Surat Permohonan Magang



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
(STIE) PGRI DEWANTARA JOMBANG

Jl. Prof. Moh Yamin No. 77 Telp. 0321- 865180, Fax. 0321- 853807 Jombang 61471

INSTITUSI : Status Terakreditasi (B) SK. BAN-PT No.275/SK/BAN-PT/Akred/PT/IV/2019

PRODI : AKUNTANSI : Status Terakreditasi (BAIK SEKALI) SK Nomor : 347/DE/A.5/AR.10/IV/2023

MANAJEMEN : Status Terakreditasi (B) SK Nomor : 1873/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/III/2022

Nomor : 477.2/STIE.PGRI.DW.JB/KM/2023
Lampiran : 1 Proposal
Perihal : Permohonan Kuliah Kerja Magang (KKM)

Kepada Yth :
Direktur RS Airlangga Jombang
Jl. Airlangga No 50 C Jelakombo - Jombang
Di
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kegiatan akademik di Perguruan Tinggi kami STIE PGRI Dewantara Jombang, yaitu program Kuliah Kerja Magang (KKM) bagi mahasiswa, kami bermaksud menyampaikan permohonan kepada Bapak/Ibu Direktur RS Airlangga Jombang untuk berkenan mengizinkan mahasiswa kami magang di Perusahaan/ Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Adapun mahasiswa kami yang akan magang dengan data sebagai berikut :

Nama : Ririn Tri Astuti
NIM : 2061052
Prodi : Manajemen

Sebagai informasi, periode magang yang kami ajukan adalah tanggal 10 Juli - 10 Agustus 2023. Kami berharap informasi kesediaan dapat disampaikan melalui alamat *e-mail* kami di infoprodi@stiedewantara.ac.id.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan terima kasih.

Jombang, 24 Mei 2023
Ketua

Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si, CRA
NIK 10477120



Jombang, 12 Juni 2023

Nomor : 002/RSA-DIR/P/VI/2023
Sifat : Penting
Perihal : **Surat Balasan Permohonan Ijin Kuliah Kerja Magang (KKM)**

Kepada Yth.
**Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang
di Tempat**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, semoga kita selalu mendapat pertolongan dan ridho Allah SWT dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Amin

Sehubungan dengan kegiatan akademik di Perguruan Tinggi STIE PGRI Dewantara Jombang, yaitu program Kuliah Kerja Magang (KKM) bagi mahasiswa, di Rumah Sakit Airlangga Jombang, untuk mahasiswa yang akan magang dengan data sebagai berikut :

Nama : **Ririn Tri Astuti**
NIM : 2061052
Program Studi : Manajemen

Untuk itu saya selaku Direktur RS AIRLANGGA JOMBANG **memberikan ijin** kepada mahasiswa tersebut untuk Kuliah Kerja Magang di RS AIRLANGGA JOMBANG.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat kami,

Jl. Airlangga 50C Jelakombo - Jombang (3881) 861577

dr. H. Jauhan Fata A., M.H., M.Kes.
Direktur Rumah Sakit Airlangga Jombang

Lampiran 5

Surat Keterangan Magang

Kami Berbuat, Allah Yang Menyembuhkan



SURAT KETERANGAN KERJA MAGANG
No. 022/HRD/RSA/SK.KM/VIII/2023

Yang bertandatangan di bawah ini Direktur Rumah Sakit Airlangga Jombang, menerangkan bahwa :

Nama : Ririn Tri Astuti
NIM : 2061052
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Institusi : STIE PGRI Dewantara Jombang

Telah melakukan KKM (Kuliah Kerja Magang) di Bagian Humas dan Pemasaran di **Rumah Sakit AIRLANGGA JOMBANG** pada tanggal 10 Juli 2023 s/d 22 Agustus 2023 .

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 22 Agustus 2023



dr. Jaufan Fata A. Madani, M.H, M.Kes
Direktur RS Airlangga Jombang

Poli Dokter Spesialis I Poli Umum 24 Jam I Rawat Inap I UGD - Dokter Jaga 24 Jam I Ambulance 24 Jam I Apotik 24 Jam I Laboratorium Diagnostic 24 Jam
imaging Center/Radiologi - USG I HCU - PHCU I Perawatan Neonatus
Persalinan Normal/Operasi(SC) I Kamar Operasi I Ruang VK I Konsultasi Gizi

Official Letter Head -10/2014 Rev.00

Lampiran 6

Penilaian Pendamping Lapangan



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 : Ririn Tri Astuti
NIM : 2061052
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Magang : RS Airlangga Jombang
Alamat Tempat Magang : Jl. Airlangga No 50 C Jelakombo - Jombang
Bagian/Bidang : Humas & Pemasaran (Div. Front Office)

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	85
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	89
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	89
4.	Kreativitas dan ketrampilan	87
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	89
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	90
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas kerja*	88
Jumlah		707
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		88,4

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

Jombang, 22 Agustus 2023

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**,



Jl. Airlangga No. 50 C Jelakombo - Jombang 61471

** dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi

Lampiran 7

Penilaian Dosen Pendamping Lapangan



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 : Ririn Tri Astuti
NIM : 2061052
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Magang : RS Airlangga Jombang
Bagian/Bidang : Humas & Pemasaran (Div. Front Office)

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	80
2.	Motivasi	85
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	90
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	90
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	90
6.	Sistematika laporan	90
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	90
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	90
Jumlah		705
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		88,2

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, 6 Sept 2023
Dosen Pembimbing Lapangan,

(Nurul Hidayati, SE., MM)