KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PELAYANAN KESEHATAN
RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO
Jalan KRT dr. Soeradji Tirtonegoro Nomor 1 Klaten
Telp : (0272) 321020 Fax : (0272) 321104 E-mail : rsupsoeradji_klaten@yahoo.com
RSST

NOTA DINAS

Nomor : KM.02.03/ III.4.4 / 102 / 2023

Yth. : Direktur Perencanaan, Keuangan dan Layanan Operasional
Dari : Ketua Tim Kerja Hukum dan Humas
Hal : Laporan Kegiatan Bulan Januari 2024
Tanggal : 5 Februari 2024

Bersama ini kami sampaikan laporan kegiatan pemasaran Januari 2024 meliputi kegiatan telaah / kajian dan pengumpuluan materi layanan dan paket layanan, pembuatan dan unggahan konten digital marketing di media sosial, *spot* iklan pemasaran, kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan pasien dan pengunjung dilaksanakan di ruang-ruang tunggu dengan kegiatan penyuluhan kesehatan dan promosi pelayanan, *talkshow* kesehatan di Radio Candisewu, *talkshow* program Dokter Menyapa di ADiTV Yogyakarta, video testimoni untuk pemasaran layanan unggulan, pengelolaan *website* untuk pelayanan unggulan, rajal, ranap dan penunjang. Sesuai arahan Ditjen Yankes untuk melakukan MoU dengan asuransi yang sudah menjalin kerjasama dengan Kementerian Kesehatan akan dilaksanakan temu Asuransi. Selain itu juga pemasaran menjalin kerjasama ke instansi, BUMN, dan swasta dalam pelayanan RSST (terlampir).

Demikian laporan ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Ka. Tim Kerja Hukum dan Hubungan Masyarakat

Sri Wardanai, SKM
NIP. 197209211997032001

LAPORAN KEGIATAN PEMASARAN
RUMAH SAKIT BULAN JANUARI 2024



KEMENTERIAN KESEHATAN
DIREKTORAT JENDERAL PELAYANAN KESEHATAN
K L A T E N

KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PELAYANAN KESEHATAN
RSUP DR. SOERADJI TIRTONEGORO
Jalan KRT dr. Soeradji Tirtonegoro Nomor 1 Klaten
Telp : (0272) 321020 Fax : (0272) 321104 E-mail : rsupsoeradji_klaten@yahoo.com
RSST

LAPORAN
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN PEMASARAN RUMAH SAKIT
BULAN JANUARI 2024

A. Pendahuluan

1. Umum

Strategi pemasaran mempunyai peran penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu pemasaran berperan penting merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Tim Pemasaran Rumah Sakit mempunyai peran yang sangat strategis sebagai penunjang pelayanan di rumah sakit. Pemasaran Rumah Sakit menjalankan salah satu sistem khususnya dalam hal kelancaran pelayanan promosi layanan kesehatan bagi pasien, keluarga, dan masyarakat di dalam rumah sakit dan di luar rumah sakit dan juga harus mempunyai informasi yang lengkap perihal layanan di rumah sakit.

Pemasaran rumah sakit tetaplah vital dan dikedepankan kendati rumah Sakit merupakan salah satu institusi pelayanan kesehatan yang tidak selalu berorientasi pada profit semata. Rumah sakit mempunyai peran penting dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Menurut keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 340/MENKES/PER/III/2010 Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara Paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat.

Masuknya Indonesia ke zaman globalisasi (komunikasi) di mana persaingan pasar bebas yang mengharuskan untuk lebih kreatif dan inovatif. Ada sebuah ungkapan yang mengatakan, Kuasailah informasi niscaya engkau

akan menguasai dunia. Oleh karena itu pemasaran rumah sakit yang baik sangat penting agar rumah sakit terus bertahan dalam persaingan dan berkembang menjadi lebih baik.

Solusi terbaik untuk menghadapi globalisasi adalah dengan menyiapkan daya saing yang tinggi melalui kepemimpinan yang memicu pada perubahan dan manajemen yang profesional, manajemen perubahan, peningkatan manajemen mutu, pengembangan sumber daya manusia, sarana dan teknologi, peningkatan kepuasan konsumen, peningkatan budaya organisasi, pemasaran yang efektif, dan peningkatan mekanisme dan kegiatan mengantisipasi, memantau dan menganalisis perubahan-perubahan lingkungan yang dampaknya berupa ancaman dan berupa peluang.

Tim Pemasaran merupakan bagian yang tidak terpisah dari program pelayanan kesehatan rumah sakit juga berperan memberikan informasi Produk Pelayanan, Pelayanan Unggulan dan produk baru ke masyarakat luas, dan melaksanakan kegiatan Pemasaran dengan Melalui Media Sosial (Digital marketing). Untuk mencapai efektifitas dan efisiensi dalam rangka pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya, Pemasaran Rumah Sakit harus menentukan sasaran, strategi, kebijakan, dan program kerja yang sesuai dengan visi dan misi rumah sakit pada umumnya dan sesuai dengan visi dan misi Direktorat Perencanaan Keuangan Lembaga dan Organisasi pada khususnya. Sasaran dari Pemasaran Rumah Sakit adalah meningkatnya seluruh parameter revenue di unit kerja.

2. Maksud dan Tujuan

a. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dapat terdokumentasi dan dapat dilakukan evaluasi.
b. Tercapainya data dokumentasi kegiatan pemasaran
c. Tercapainya capaian kinerja pemasaran rumah sakit.
d. Tercapainya capaian promosi layanan unggulan dalam rumah sakit dan luar rumah sakit.
e. Meningkatkan revenue layanan Non JKN

3. Ruang Lingkup

a. Menjalin mitra dan kerjasama dengan Pemerintahan, BUMN, Swasta dan Asuransi.
b. Promosi layanan unggulan dalam rumah sakit dan luar rumah sakit.

c. Digital marketing melalui media sosial dan website RS
d. Promosi dokter di Adi TV dan Radio Candi Sewu
e. *Company Visite*
f. *Rebranding* layanan kesehatan
g. Penawaran layanan dan alat kesehatan melalui Pos Surat

B. Kegiatan Pemasaran Rumah Sakit

1. Analisa Layanan Unggulan Tiap KSM

Tim Pemasaran melakukan analisa layanan unggulan dengan cara membagikan *google sheet* yang berisi tentang layanan unggulan setiap KSM yang ada. Hasil layanan unggulan yang ada di RSST dapat di lihat tabel dibawah ini :

No	Nama Layanan	KSM	DPJP / PIC	Tempat Tindakan
1	Tata Laksana Sport Injury Management	KSM Orthopaedi dan Traumatologi	Dr. dr. Sholahuddin Rhatomy, Sp. OT(K)	OK
2	Spine Endoscopy	KSM Orthopaedi dan Traumatologi	dr. Prahesta Adi Wobowo, Sp. OT(K)Spine	OK
3	Hand and Microsurgery Operation	KSM Orthopaedi dan Traumatologi	dr. IDN Suci Anindya M., Sp. OT(K)	OK
4	Minimal Invasive Trauma	KSM Orthopaedi dan Traumatologi	dr. Sudaryanto, Sp. OT	OK
5	Digital Subtraction Angiography	KSM Radiologi	dr. Bramadi Nugroho, Sp. Rad (K) RI	Cathlab
6	Digital Subtraction Angiography + Angiocoroner	KSM Radiologi	dr. Bramadi Nugroho, Sp. Rad (K) RI	Cathlab
7	Recanalisasi Tuba Fallopi	KSM Radiologi	dr. Bramadi Nugroho, Sp. Rad (K) RI	Cathlab
8	TACE / TACI	KSM Radiologi	dr. Bramadi Nugroho, Sp. Rad (K) RI	Cathlab
9	Superselektif Embolisasi	KSM Radiologi	dr. Bramadi Nugroho, Sp. Rad (K) RI	Cathlab
11	Optical Coherence Tomography	KSM Mata	Semua SpM	Poli Mata

12	Humphrey Field Analyzer	KSM Mata	Semua SpM	Poli Mata
13	Pan Retinal Photocoagulation	KSM Mata	dr. Ika Nuraita, SpM	Poli Mata
14	Nd Yag Laser	KSM Mata	Semua SpM	Poli Mata
15	Injeksi Intravitreal Anti VEGF	KSM Mata	dr. Ika Nuraita, SpM	Poli Mata
16	Endovenous Laser Ablation (EVLA)	KSM Bedah	dr. Andrian Bimo Indrasmoro, Sp.B.Subsp.BVE(K)	OK dan Cathlab
17	Endovascular Aneurysm Repair (EVAR)	KSM Bedah	dr. Andrian Bimo Indrasmoro, Sp.B.Subsp.BVE(K)	OK dan Cathlab
18	Laparascopy Paediatric	KSM Bedah	dr. Guntur Surya Alam, Sp.B., Sp.BA.Subsp.D.A(K), MPH, FICS, FAACT	OK
19	Laparascopy dan Endoscopy Anak	KSM Bedah	dr. Guntur Surya Alam, Sp.B., Sp.BA.Subsp.D.A(K), MPH, FICS, FAACT	OK
20	Video Assisted Thoracoscopy Surgery (VATS)	KSM Bedah	dr. Taufik Nur Yahya, Sp.BTKV	OK
21	Open Heart Surgery	KSM Bedah	dr. Taufik Nur Yahya, Sp.BTKV	OK
22	Skrining & Deteksi Dini Kanker Paru	KSM Paru	dr. Kurniyanto, Sp.P(K) Onk	Poli
23	Cryobiopsi bronkoskopi	KSM Paru	dr. Indah Juliana, Sp.P(K) M.Kes / KSM Paru	OK
24	Rekanalisasi saluran napas	KSM Paru	dr. Indah Juliana, Sp.P(K) M.Kes / KSM Paru	OK
25	Bronkoskopi pediatrik	KSM Paru	dr. Indah Juliana, Sp.P(K) M.Kes / KSM Paru	OK
26	Dilatasi bronkus dg balon	KSM Paru	dr. Indah Juliana, Sp.P(K) M.Kes / KSM Paru	OK
27	Torakoskopi dg Pleuroscopy	KSM Paru	dr. Indah Juliana, Sp.P(K) M.Kes / KSM Paru	OK
28	Ambulatory chest tube	KSM Paru	dr. Indah Juliana, Sp.P(K) M.Kes / KSM Paru	OK
29	Spirometri penilaian fungsi paru	KSM Paru	dr. Zakiah Novianti, SpP(K) M.Kes / KSM Paru	Poli

30	Minimal invasive spine surgery	KSM Bedah saraf	dr. Wisnu B., Sp.BS	OK
31	BESS dekompresi	KSM Bedah saraf	dr. Wisnu B., Sp.BS	OK
32	percutaneous stabilisation (screw and Fusion)	KSM Bedah saraf	dr. Wisnu B., Sp.BS	OK
33	Microvascular decompression untuk trigeminal neuralgia dan hemifacial spasm	KSM Bedah saraf	dr. M. Fakhri R.P., Sp.BS	OK
34	endoscopic transsphenoidal Hypophysectomy untuk makroadenoma hipofisis	KSM Bedah saraf	dr. M. Fakhri R.P., Sp.BS	OK
35	endoskopi stroke perdarahan	KSM Bedah saraf	dr. M. Fakhri R.P., Sp.BS	OK
36	Clipping aneurisma otak	KSM Bedah saraf	dr. M. Fakhri R.P., Sp.BS	OK
37	Epidurolisis	KSM Bedah saraf	dr. Wisnu B., Sp.BS	OK
38	pain management USG Guiding	KSM Bedah saraf	dr. Wisnu B., Sp.BS	OK
39	cerebral angiography (DSA/TFCA)	KSM Bedah saraf	dr. M. Fakhri R.P., Sp.BS	Cathlab
40	Embolisasi DAVF/brain AVM/CCF	KSM Bedah saraf	dr. M. Fakhri R.P., Sp.BS	Cathlab
41	Visite pre operasi	KSM Anestesi	Semua Sp.An	Semua Bangsal
42	**Kemoterapi kanker padat**	KSM Penyakit Dalam dll	dr.Siswi, dr.Aryo, dr.Brian, dr.Kurniyanto	Ruang kemoterapi
43	Kemoterapi kanker darah	KSM Penyakit Dalam	dr.Siswi, dr.Wahid SpPK	Ruang kemoterapi
44	Terapi thalasemia	KSM Penyakit Dalam	dr.Siswi	Ruang lily thalasemia
45	Terapi hemofilia	KSM Penyakit Dalam	dr.Siswi	Klinik HOM
46	insersi CDL temporer	KSM Penyakit Dalam	dr. Fredie/ dr. Tri	OK

47	insersi CDL tunnelling	KSM Penyakit Dalam	dr. Fredie/ dr. Tri	OK
48	Endoscopy Gastro Intestinal atas dan bawah	KSM Penyakit Dalam	dr. Thabrani	OK

Kendala:

Dokter penangung jawab masih belum mengirimkan materi memalui google drive yang sudah tim pemasaran siapkan sebagai bahan Tim Pemasaran untuk melakukan digital marketing melalui media sosial dan web RSST

RTL:

Koordinasi dengan Ketua Tim Kerja Pelayanan Medik untuk penentuan layanan unggulan mana yang akan di promosikan, serta akan mengundang semua DPJP untuk rencana tindak lanjut.

2. Kerjasama dengan Pihak External

Tim Pemasaran melakukan penawaran kerjasama dengan beberapa PT dan Asuransi sebagai berikut :

No	Perusahaan/ Asuransi	Layanan	Kendala	RTL	Hasil
1	PT Adhi Beton	MCU Karyawan 20 Orang	Pagu PT Adi Beton kurang dari Rp. 200.000	Melakukan koordinasi dengan tim tarif dan pelayanan untuk membuat paket MCU sesuai permintaan dengan harga Rp. 189.000	Nihil Ket: PT Adi Beton akan melaksanakan MCU di Bulan Februari. RTL: Follow Up ulang di bulan Februari

No	Perusahaan/ Asuransi	Layanan	Kendala	RTL	Hasil
2	PT Yanmar Diesel Indonesia	MCU Karyawan 4 Orang	Parameter MCU sesuai dengan PT Yanmar Diesel Indonesia	Melakukan koordinasi dengan tim tarif dan pelayanan untuk membuat paket MCU sesuai permintaan berdasarkan ketentuan PT Yanmar Diesel Indonesia Usia lebih 40 tahun Rp. 865.000, Usia kurang dari 40 tahun Rp. 278.000	**Approve MoU 2 tahun** **Revenue Rp. 1.699.000**
3	PT Panji	MCU Karyawan 282 orang	Parameter MCU sesuai dengan PT Panji	Melakukan koordinasi dengan tim tarif dan pelayanan untuk membuat paket MCU sesuai permintaan berdasarkan ketentuan PT Panji Rp. 223.000	**Approve MoU 1 tahun** **Revenue Rp. 62.886.000**
4	PT KAI	MCU dan Screening	PT KAI sudah kerja	Folow Up lagi bulan Agustus	Nihil

No	Perusahaan/ Asuransi	Layanan	Kendala	RTL	Hasil
		kesehatan karyawan	sama dengan Klinik Budi Sehat sejal bulan September 2023	2024 untuk kerjasama dengan RSST	
5	OS Security RSST	MCU Karyawan	OS Security belum ada pagu MCU	Folow up tahun berikutnya	Nihil
6	BRI Medika	MCU Karyawan	Permintaan MCU On site, belum adanya mobil MCU Mobile, Foto Thorax Mobile, USG Mobile dan Lab Mobile	Koordinasi dengan pelayanan untuk pengadaan mobil MCU Mobile, Foto Thorax Mobile, USG Mobile dan Lab Mobile	Nihil

3. Kegiatan Pemasaran Eksternal Rumah Sakit

No	Waktu	Kegiatan	Petugas Pelaksana	Keterangan
1	Januari 2024	Videotron RSST	- Promosi Kesehatan, Tim Kerja Hukum dan Humas - Instalasi SIRS	Vidiotron rusak sejak bulan november 2023

2	Januari 2024	Iklan radio 5x sehari	- Candi Sewu	Tiap bulan berganti tema. Tema Januari iklan tentang Poli Eksecutif Tirta Cendana
2	Minggu, 21 Januari 2024	Kegiatan Pemasaran di *Car Free Day* Kabupaten Klaten	- Tim Gizi RSST - Petugas Keperawatan - Petugas Laboratorium - Promosi Kesehatan, Tim Kerja Hukmas	
3	Senin, 22 Januari 2024	Kegiatan Pemasaran dalam Program Dokter Menyapa di ADiTV Yogyakarta	- dr. Taufik Nur Yahya, Sp.BTKV, M.Ked.Klin, FIATCVS - Promosi Kesehatan, Tim Kerja Hukmas	
4	Kamis, 25 Januari 2024	Kegiatan Pemasaran di Kampanye Kesehatan dalam Rangka Hari Gizi Nasional (HGN) Tahun 2024	- Tim Gizi RSST - Pemasaran, Tim Kerja Hukmas	
5	Rabu, 31 Januari 2024	Kegiatan Pemasaran di Radio Candisewu Klaten	- dr. Riana Herviati, Sp.KK, M.Kes - Pemasaran, Tim Kerja Hukmas	

6	Tanggal 1 - 31 Januari 2024	Digitalisasi secara elektronik - penayangan konten video di TV ruang tunggu pasien IRJT dan *Lobby* Direksi	Pemasaran, Tim Kerja Hukum dan Humas	TV IRJT sebagian lt 1 rusak. Usulan TV baru sedang Proses 
7	Tanggal 1 - 31 Januari 2024	Membuat dan *update website* pelayanan. a. Pelayanan Rajal b. Pelayanan Penunjang c. Pelayanan Unggulan d. Rawat Inap e. IGD	Pemasaran, Tim Kerja Hukum dan Humas	

4. Digital Marketing

Pemasaran dilakukan secara digital memalui *platform* media sosial dan webiste RSST. Berikut beberapa digitial *marketing* yang dilakukan oleh Tim Pemasaran.

a. Pelayanan Neuro Intervensi



https://www.instagram.com/p/C2PCHGmLNAJ/?utm_source=ig_web_copy_link

b. Pelayanan Kardiologi Anak Intervensi



https://www.instagram.com/p/C2eXHbmre0B/?utm_source=ig_web_copy_link

c. Pelayanan BEES



https://www.instagram.com/p/C2043k5v3hW/?utm_source=ig_web_copy_link

Kendala:

1. Selama 1 bulan (Januari) belum ada tim pemasaran, pemasaran masih gabung dengan tim promosi kesehatan.
2. Beberapa DPJP belum mengirimkan materi pelayanan unggulan yang akan tim pemasaran kemas dengan sesusi perkembangan media eletronik masa kini.
3. Beberapa DPJP yang tidak mau di publish dengan alasan sarana dan prasana tidak mencukupi untuk konsumen karena dana pengadaan bahan untuk layanan sangat terbatas (Klinik Gigi dan Estetika).
4. Belum adanya paket pelayanan yang bisa di promosikan.

Rencana Tindak Lanjut :

1. Koordinasi dengan SDM untuk penambahan tim pemasaran
2. Koordinasi dengan pelayanan tentang pengadaan bahan dan alat layanan sesuai unit terkait.
3. Koordinasi dengan pelayanan dan tim tarif dalam pembuatan paket layanan (Pap Smear, vaksin, sirkumsisi, paket bersalain bonus foto bayi baru lahir, paket perawatan gigi (scaling, pasang behel, dll)

D. Rencana Kegiatan Bulan Februari

1. Temu Asuransi tanggal 20 Februari 2024
2. Company Visite Bulan Februari – Mei 2024
3. Penawaran produk layanan yang sudah berjalan dan update layanan ke RS Jejaring melalui Pos Surat
4. Temu Komunitas Cancer tanggal 28 Februari 2024

E. Simpulan dan Saran

1. Simpulan

a. Kegiatan Pemasaran terbagi menjadi 3, (dua) yaitu kegiatan dalam rumah sakit, kegiatan di luar rumah sakit dan digital marketing.

b. Kegiatan Pemasaran terlaksana secara berkesinambungan untuk mempermudah akses informasi pelayanan ke Masyarakat Internal dan Eksternal.

c. Kegiatan Pemasaran secara berkesinambungan untuk Promosi Pelayanan / memasarkan produk layanan dengan melalui Media Sosial (IG, Facebook, Web, Youtube).

d. Kegiatan Pemasaran secara berkesinambungan menjalin kerjasama dengan Instansi Pemerintah, BUMN, Swasta dan asuransi terkait Pelayanan *Medical Check Up* (MCU), rawat inap, rawat jalan dan Pelayanan Kesehatan lainnya di RSST

2. Saran

Seluruh *civitas* RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten dapat bekerjasama (Kolaborasi) untuk mewujudkan tercapainya revenue layanan Non JKN sesuai arahan Menteri Kesehatan.

F. Penutup

Demikian laporan kegiatan Pemasaran Rumah Sakit Bulan Janurai 2024 ini telah disusun sesuai dengan data-data yang telah didapatkan dan telah diolah dan dianalisis berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Karena keterbatasan pengetahuan dalam penyusunan laporan tim Pemasaran ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karenanya, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Tim Pemasaran mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan laporan Pemasaran ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, khususnya untuk menjadi acuan dalam pelaksanaan kegiatan Pemasaran di masa mendatang.

Ketua Tim Kerja Hukum dan
Hubungan Masyarakat

Sri Wardanai, SKM
NIP. 197209211997032001