

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum atau profil dari objek penelitian. Penelitian akan diselenggarakan di Rumah Sakit “JIH” yang secara khusus pada departemen Humas dan Layanan Pelanggan. Adapun penjelasan dalam bab ini akan berisikan informasi mengenai sejarah Rumah Sakit “JIH”, *tagline*, visi dan misi, pedoman *quality policy* dan *quality objective*, *value*, nilai-nilai, kebijakan mutu, penjelasan logo rumah sakit, kepemilikan dan struktur organisasi, budaya organisasi perusahaan, kepuasan pelanggan, alur atau skema pasien, serta penjelasan Department Humas dan Layanan Pelanggan beserta strukturnya.

Gambar 2.1. Foto Profil Rumah Sakit “JIH”



Rumah Sakit JIH adalah sebuah rumah sakit di Yogyakarta yang mengembangkan layanan prima dengan fokus pada kebutuhan pasien. Beroperasi

sejak 2007, Rumah Sakit JIH berikhtiar membangun institusi syariah di bidang pelayanan kesehatan.

A. Sejarah Rumah Sakit “JIH”

Rumah Sakit “JIH” pada awalnya bernama Jogja International Hospital, berada dibawah pengelolaan PT Unisia Medika Farma (PT UMF), yang didirikan berdasarkan Akta Pendirian PT UMF No: 33 tanggal 24 Februari 2005, dan telah mendapatkan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM RI No. C-17298 HT.01201.TH 2005 tanggal 22 Juni 2005, dan telah diumumkan dalam Lembaran Berita Negara No. 84 tahun 2005 Tambahan Lembaran No. 11273, termasuk di dalamnya Jogja International Hospital sebagai Unit Usaha PT UMF.

Jogja International Hospital mulai operasional per 5 Februari 2007, berdasarkan Surat Izin Penyelenggaraan Sementara Rumah Sakit No: 503/0393/DKS/2007. Pada tanggal 12 Rabiul Awal 1428 H (31 Maret 2007) *grand opening* Jogja International Hospital.

Jogja International Hospital memperoleh ijin operasional tetap dari Dinas Kesehatan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 28 April 2008, Surat Ijin Penyelenggaraan Rumah Sakit No: 445/3282/IV.2. Pada tanggal 20 Mei 2010 Jogja International Hospital berhasil memperoleh Sertifikat ISO 9001:2008. Berdasarkan surat dari Direktur Jenderal Bina Pelayanan Medik Kementerian Kesehatan RI No: YM.02.10/III/2743/10 dan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 659/Menkes/Per/VIII/2009, tanggal 14 Agustus 2009, tentang Rumah Sakit Indonesia Kelas Dunia, pasal 15, maka per tanggal 1 Agustus

2010 nama Jogja International Hospital diganti menjadi RUMAH SAKIT “JIH”.

(Diakses melalui <http://www.rs-jih.co.id/tentang> pada tanggal 4 Juli 2018)

B. Tagline

The Ultimate Values Health Care

C. Visi & Misi JIH

VISI

Terwujudnya Rumah Sakit JIH sebagai rumah sakit *rahmatan lil alamin* melalui komitmen pada layanan kesehatan bertaraf internasional berdasar ketentuan rumah sakit syariah.

MISI

1. Membangun institusi syariah di bidang pelayanan kesehatan untuk mengabdikan dan mencari *ridha* Allah SWT.
2. Mengembangkan layanan prima yang fokus pada kebutuhan pasien didukung dengan teknologi tepat guna sesuai standar internasional.
3. Membangun *human capital* yang terampil, profesional dan kompeten berdasar nilai budaya Islami.

D. Quality Policy

Melalui standar kualitas yang menjadi acuan dalam melakukan pelayanan dengan pasien. “Rumah Sakit “JIH” memastikan layanan premium yang bermanfaat bagi masyarakat, berbasis syariah dan bertaraf internasional.” Sehingga dapat diartikan bahwa dalam kegiatan pelayanan dan penyajian produk oleh Rumah Sakit “JIH” berupaya mewujudkan profesionalitas dalam standar yang bertaraf internasional yang tidak meninggalkan syariah islam.

E. Quality Objective

1. Semua pasien poli klinik dilayani sesuai jam praktik dokter
2. Tidak ada keterlambatan dalam layanan penunjang medik
3. Semua pasien “emergency” dilayani CITO
4. Dokter *visit* pasien rawat inap minimal sekali dalam 24 jam
5. Semua *complain* akan langsung di respon
6. Memperoleh sertifikasi Rumah Sakit syariah pada tahun 2019
7. Memperoleh sertifikasi Joint Commision International pada tahun 2020

F. Value

AMANAH dalam MELAYANI pasien secara PROFESIONAL dengan keahlian dan peralatan yang UNGGUL dibidang medis dalam suasana kerja yang HARMONIS

G. Nilai – Nilai

1. *JIH is Place for Worship*

Bila JIH adalah tempat ibadah, maka bekerja juga adalah ibadah. Artinya Perusahaan dan Karyawan akan memberikan yang terbaik yang ada pada dirinya dalam mengerjakan tugas sehari-hari.

2. *JIH is Place of Wealth*

JIH adalah tempat menjanjikan keseimbangan antara kesejahteraan material dan spiritual (kedamaian, kesehatan dan kebahagiaan) bagi seluruh *stakeholders*-nya.

3. *JIH is Place of Warfare*

JIH adalah tempat berjihad bagi para anggotanya dalam mengembangkan dan memperjuangkan eksistensi JIH sebagai Rumah Sakit Syariah, modern dan berstandar internasional. Kesemuanya tidak akan datang dengan mudah namun harus diperjuangkan secara konsisten dengan semangat *jihad fisabilillah*.

H. Kebijakan Mutu

Setiap insan JIH berkomitmen pada kepuasan pelanggan melalui pelayanan terbaik yang profesional, dilandasi sikap empati yang mengutamakan keselamatan pasien, berdasar standar layanan internasional yang didukung oleh SDM yang berkomitmen profesionalisme, kesetiaan dan kejujuran berlandaskan Syariah Islam.

I. Logo Rumah Sakit “JIH”

Gambar 2.2 Logo Rumah Sakit “JIH”



Sebagai rumah sakit internasional yang didirikan oleh sebuah institusi Islam, maka konsep logo yang digunakan adalah representasi citra “universal” dari *international hospital*. Garis geometri yang tersusun berasal dari cuplikan bentuk *Islamic pattern* yang menerus, merupakan representasi citra Islam yang *rahmatan lil’alamin*.

J. Kepemilikan & Struktur Organisasi

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Kepemilikan Rumah Sakit “JIH”



Badan Wakaf UII
Ketua
Dr.Ir. Luthfi Hasan, M.S.
PT UNISIA MEDIKA FARMA/Rumah Sakit “JIH”
Direktur Utama
dr.Mulyo Hartana, Sp.PD
Direktur Medik & Keperawatan
dr. Sigit Riyarto, M.Kes
Pjs. Direktur Operasional
Bambang Pediantoro, SE, MM, CPHR
Direktur Keuangan
Bambang Pediantoro, SE, MM, CPHR
Dewan Syariah
Prof.Zaini Dahlan,MA
Drs.Sunardi Djahuri

K. Budaya Organisasi

1. Budaya Islami;
 - a. Konsep *Ikhrām Wal Muslimin* (menghormati tamu)
 - b. *Takhayul* yang dipercaya oleh pasien harus dihindari dan dihilangkan
 - c. Pengobatan secara spiritual, mencakup doa serta peningkatan iman dan taqwa.
 - i. Semua prosedur dimulai dengan lafaz *Bismillahirrahmanirrahim*. Setelah mengamati dan memeriksa penyakit pasien, ucapkan *Subhanallah*.
 - ii. Saat melakukan prosedur, ucapkan *Insya Allah* dan sesudahnya ucapkan *Alhamdulillahirobbilalamin*.
 - iii. Untuk tindakan yang mengakibatkan rasa nyeri maka pasien dianjurkan untuk berdzikir.

2. Dalam Hal Pelayanan Gender

Karena perawatan terhadap pasien perlu kontak terus-menerus antara staf perawat dan pasien, maka urutan staf yang menunggu pasien berdasarkan gender adalah sebagai berikut:

- a. Pasien pria : diutamakan ditunggu oleh perawat pria. Jika tidak ada maka perawat wanita harus didampingi oleh perawat lain atau pembantu.
- b. Pasien wanita : diutamakan ditunggu oleh perawat wanita. Jika tidak ada maka perawat pria yang terlatih harus didampingi oleh muhrim pasien atau pembantu wanita lainnya.

3. Budaya Organisasi Lainnya

- a. Mengucapkan SALAM setiap kali bertemu orang pertama kali
- b. Zakat Profesi 2,5% dipotong dari gaji Karyawan;
- c. Pengajian Bulanan Karyawan
- d. Menghormati hak pasien yang menyangkut privasi, akses informasi dan perlindungan dari infeksi nosokomial.
- e. Selalu bersih, berpakaian secara layak, terlihat formal, teratur dan disiplin.
- f. Selalu ceria, bersikap lunak, empati, rendah hati dan ramah.
- g. Berpikiran positif terhadap pasien dan menghindari kata-kata kotor dan keji.
- h. Sebagai staf profesional tidak pernah menampilkan kesan emosional.
- i. Penuh kasih sayang dan empati tapi keterlibatan emosi tidak sampai melampaui batas sehingga mengganggu pertimbangan profesional yang rasional. Tidak melibatkan diri dengan permasalahan sosial jika ada harus diselesaikan dengan profesi yang bersangkutan
- j. Ihtiar selalu diiringi doa untuk kesembuhan.
- k. Selalu minta izin saat mendekati atau memeriksa pasien.
- l. Segala prosedur harus diawali dengan penjelasan terhadap pasien.
- m. Mendorong pasien untuk tidak berputus asa
- n. Menyapa & memberi salam kepada pasien.
- o. Berdoa untuk pasien.
- p. Berkata-kata yang dapat membesarkan hati pasien.

- q. Melakukan hal-hal yang dapat menyenangkan hati pasien.
- r. Memotivasi pasien untuk bersabar.
- s. Mencegah pasien untuk mengharapkan kematian.
- t. Mengingatkan pasien untuk selalu berzikir.

L. Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit “JIH”

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien.

RULE NO 1

If We Don't Take Care of Our Customer, Somebody Else Will

RULE No 2

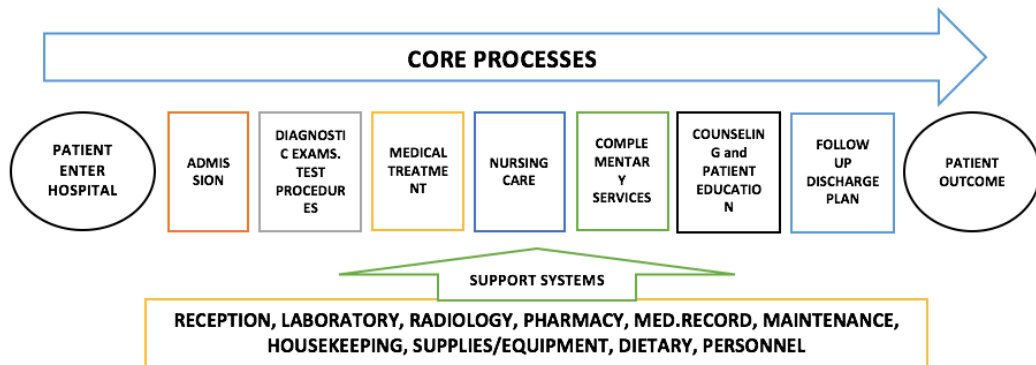
When We Take Care of Our Customers, We take care of OURSELVES

RULE No 3

Level of Customer Satisfaction Is dynamic and Always Increasing

M. Alur Pasien (*Hospital Processes*)

Bagan 2.2 Alur Pasien Rumah Sakit “JIH”



N. Humas dan Layanan Pelanggan Rumah Sakit “JIH”

Kehadiran *Public Relations* (PR) atau Humas merupakan satu hal yang penting dalam perkembangan komunikasi perusahaan. Adapun dalam profesinya PR harus menciptakan hubungan yang berkesinambungan antara perusahaan dengan *stakeholder* yang terkait. Melalui hubungan tersebut akan menghasilkan citra yang positif (*good image*), kemauan yang baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*), antara kedua belah pihak. Hal ini juga merupakan tujuan utama dari kegiatan Humas yang dilaksanakan oleh PR Rumah Sakit “JIH”. Berikut deskripsi tugas dan kegiatan utama yang dilaksanakan PR Rumah Sakit “JIH” :

1. Konseptor

PR Rumah Sakit “JIH” memiliki peran sebagai konseptor terhadap rencana-rencana perusahaan dalam meningkatkan pelayanan maupun menjalin mitra kerjasama dengan beberapa institusi atau perusahaan lain. Adapun langkah-langkah yang harus dilalui PR dalam mengambil

keputusan yakni dimulai dengan melaksanakan penelitian dan mendengarkan; perencanaan dan pengambilan keputusan; komunikasi dan pelaksanaan; serta evaluasi.

Melalui penelitian dan mendengarkan, pihak PR Rumah Sakit “JIH” melakukan penelitian yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijakan suatu organisasi. Kemudian dalam perencanaan dan pengambilan keputusan PR menentukan langkah-langkah yang diambil berdasarkan data dari penelitian yang telah dilaksanakan dilengkapi dengan keinginan atau tuntutan dari pihak yang berkepentingan dalam menentukan keputusan tersebut. Tahap komunikasi dan pelaksanaan PR mulai menerapkan konsep yang akan dilakukan sehingga menimbulkan kesan yang diinginkan kepada pihak yang berkepentingan. Terakhir pelaksanaan evaluasi dilaksanakan PR dalam mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil program kerja atau aktivitas yang telah dilaksanakan.

2. Publisitas

Humas Rumah Sakit “JIH” memiliki wewenang untuk menampilkan atau menyebarkan informasi mengenai profil rumah sakit beserta layanan dan produk yang dimiliki oleh rumah sakit. Selain menampilkan informasi tersebut Humas memiliki tanggung jawab untuk mengelola peredaran informasi tersebut baik dimulai dari perencanaan, implementasi atau komunikasinya hingga evaluasi dan tindak lanjutnya. Kegiatan publisitas merupakan ranah utama Humas sebagai penyembatan

informasi antara perusahaan dengan lingkungan eksternal perusahaan atau pihak yang berkepentingan dalam perkembangan perusahaan. Kegiatan publisitas juga dapat mendorong ketertarikan masyarakat mengenai produk dan layanan serta aktivitas yang terjadi didalam rumah sakit. Melalui publisitas juga akan mendorong citra dan tanggapan yang positif apabila dikelola dengan baik.

Peran publisitas merupakan fokus utama yang akan diteliti yang berkaitan dengan pengelolaan digital *public relations*. Peran Humas yang berkaitan dengan publisitas dalam media digital menyangkut mengenai perencanaan, implementasi serta evaluasi yang dilakukan dalam melakukan publikasi dalam media digital. Publisitas pada media digital dipilih oleh Humas untuk menjangkau segmentasi yang baru secara cepat.

3. *News Service*

PR Rumah Sakit “JIH” memberikan bahan-bahan bagi media massa untuk dijadikan berita. Bahan-bahan pemberitaan ini juga dijadikan ukuran bagi PR sejauh mana eksistensi rumah sakit di masyarakat luar maupun pasien yang telah mengetahui Rumah Sakit “JIH”. Disamping alasan tersebut, kegiatan ini juga dilaksanakan dalam upaya untuk memberikan informasi yang terbaru mengenai produk dan layanan Rumah Sakit “JIH” kepada target dan sasaran perusahaan.

4. *Customer Relations*

Hubungan pelanggan merupakan bagian kerja utama dari PR Rumah Sakit “JIH”. Hal ini dikarenakan bagi PR konsumen merupakan investasi bagi

mereka dan dianggap sebagai orang yang dapat penghubung perusahaan dengan masyarakat yang lebih luas yang berkaitan dengan produk dan layanan yang dimiliki Rumah Sakit “JIH”. Selain itu bagi PR sendiri dengan adanya kegiatan *customer relations* dapat meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas rumah sakit, meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan serta dapat meningkatkan nilai dari Rumah Sakit “JIH” dimata pasien dibandingkan dengan rumah sakit lain.

5. *Monitoring Media*

Melalui kegiatan ini PR Rumah Sakit “JIH” dapat memperhatikan bagaimana pemberitaan mengenai produk dan layanan rumah sakit yang ditampilkan pada berita dan bagaimana kesesuaian antara bahan yang diberikan dengan pemberitaan yang ditampilkan ke publik. Selain itu kegiatan kliping juga dilaksanakan untuk mengukur tingkat eksistensi perusahaan di media massa, sebagai tolak ukur mengenai prestasi dan reputasi yang dicapai mengenai persepsi dan perolehan citra di masyarakat.

6. *Event Organizer*

PR memiliki tanggung jawab dalam merencanakan dan mengorganisasikan acara yang berkaitan dengan kegiatan Rumah Sakit “JIH”. Tujuan pelaksanaan diadakannya acara tertentu untuk meraih respon positif dari pihak yang berkepentingan dalam acara tersebut. Selain itu untuk memudahkan pelanggan untuk memahami produk dan layanan yang dimiliki oleh Rumah Sakit “JIH”.

O. Struktur Organisasi Department Maketing dan Layanan Pelanggan

Bagan 2.3 Struktur Organisasi Department Maketing dan Layanan Pelanggan

