

## Peran Customer Relations dalam Membangun Citra Positif Pada Rumah Sakit Umum Daerah Banyumas

Dwi Pangastuti Marhaeni

Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNSOED

### Abstrak

*Perkembangan rumah sakit yang semakin pesat pada masa sekarang ini menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Sebagai organisasi yang bergerak pada sektor public service maka rumah sakit harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan seluas-luasnya kepada publik atau pengguna.*

*Dengan mengambil topik peran customer relations dalam membangun citra positif pada Rumah Sakit Umum Banyumas, telah didapatkan hasil bahwa melalui kajian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis yang dilakukan dengan jalan mengaitkan kategori dan data kedalam kerangka yang telah ada, maka hasil analisis diskriptif kualitatif memperlihatkan bahwa customer relation sebagai salah satu tugas humas belum maksimal dilaksanakan, karena adanya penggabungan antara pemasaran sosial dengan humas.*

*Untuk memperoleh kinerja humas yang maksimal melalui customer relation diharapkan ada pemihakan yang tegas antara pemasaran sosial dengan humas, sehingga kepuasan pelanggan bisa lebih baik dan citra positif bisa meningkat.*

**Kata Kunci :** Customer Relations, Citra Positif.

### Pendahuluan

Setidaknya ada dua alasan yang mendasar, mengapa rumah sakit menjadi menarik untuk dikaji. Pertama, rumah sakit sebagai public service harus mampu memberikan pelayanan seluas-luasnya dan sebaik-baiknya kepada masyarakat. Kedua, melambungnya harga barang-barang medis maupun non medis serta biaya perawatan dan bangunan, menyebabkan pihak rumah sakit mau tidak mau harus menaikkan biaya perawatan medis agar rumah sakit mampu bertahan kelangsungannya. Dua hal ini

menyebabkan posisi rumah sakit menjadi serba sulit (terjepit) posisinya.

Disisi lain, peningkatan biaya kesehatan yang semakin tinggi sebetulnya tidak menjadi masalah sepanjang mau mengimbangnya dengan peningkatan kualitas pelayanan kesehatan, terutama oleh para dokter atau perawatan menjadi ujung tombak pelayanan kesehatan di rumah sakit. Karena selama ini terjadi kecenderungan bahwa dokter, perawat dan para petugas administrasi rumah sakit terkesan dingin, acuh tak acuh, kaku, menjauhkan diri bahkan terkesan arogan

(Cultip,1992: 477).

Pasien merupakan pelanggan utama rumah sakit, oleh karena itu bagi rumah sakit pasien memegang peranan penting, karena mereka inilah yang akan memiliki keinginan terhadap pelayanan kesehatan yang diberikan rumah sakit.

Suatu perusahaan atau institusi yang bergerak dalam bidang jasa, sangat tergantung pada bagaimana caranya memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang optimal bagi pelanggan merupakan suatu keharusan bagi perusahaan yang menjual jasa. Oleh karena itu agar dapat bertahan, rumah sakit perlu mengembangkan hubungannya dengan pasien sebagai customerya. Perlakuan dokter/perawat dan tenaga administrasi yang tidak baik dapat menyebabkan pasien berpindah ke rumah sakit lain.

Kepuasan pasien terhadap layanan kesehatan yang diterimanya akan dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor tersebut berhubungan dengan pemberi layanan (provider) yaitu dokter dan perawat, penerima layanan pasien dan system organisasi tempat layanan didapatkan. Pope dalam Achadi menekankan beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pasien seperti : 1). Kualitas dan kompetensiteknis, 2). Aksesibilitas kepada system layanan untuk pelayanan rutin, 3). Aksesibilitas kepada system layanan untuk kebutuhan layanan kesehatan mendadak, 4).

Biaya dengan keuntungan yang di dapat dan 5). Kenyamanan (Achadi, 1996).

Pasien merupakan publik eksternal rumah sakit. Dengan demikian untuk mengembangkan customer relationsnya perlu menggunakan teknik-teknik pemasaran. Rumah sakit dengan citra tertentu sering menjadi pertimbangan bagi pasien dalam memilih rumah sakit.

### **Permasalahan**

Berangkat dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut. Bagaimana peran customer relations yang dijalankan Rumah Sakit Umum Daerah Banyumas dalam membangun citra positifnya?

### **Metodologi**

#### **a. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan Rumah Sakit Umum Daerah Banyumas

#### **b. Sasaran Penelitian**

Sasaran penelitian ini adalah staf Rumah Sakit Umum Daerah Banyumas yang akan dikhususkan pada bagian Humas dan masyarakat pengguna yang terdiri dari pasien rawat inap, rawat jalan.

#### **c. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu berusaha menggambarkan secara cermat suatu fenomena social tertentu. Penelitian ini berusaha mengembangkan

konsep dan menghimpun fakta tetapi tidak melakukan hipotesa (Singrimbun, 1989; 4-5). Dalam hal ini pendekatan yang digunakan adalah riset terpancang (embedded qualitative research) yaitu suatu pendekatan penelitian yang memusatkan studi pada beberapa aspek yang dipilih berdasarkan kepentingan, tujuan dan minat penelitian atau seiring juga disebut sebagai studi kasus (Sutopo, 1989; 155).

d. Metode

Pengambilan sampel digunakan melalui proporsive random sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Masri Singarimbun, 1989; 155).

e. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperlukan akan dikumpulkan melalui 2 cara yaitu :

- Studi pustaka, untuk mengumpulkan data dan teori dalam penelitian ini, maka peneliti memanfaatkan berbagai macam data dan teori yang dikumpulkan melalui buku-buku, majalah, surat kabar, agenda dan sebagainya.
- Penelitian Lapangan  
Observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Fungsi observasi dalam studi deskriptif adalah meloloskan dan meneliti gejala yang terjadi. Bentuk berupa observasi tak berpartisipasi.  
Wawancara, peneliti melakukan kegiatan

tanya jawab secara langsung dan mendalam dengan pihak-pihak yang berwenang dengan tetap berpegang pada interview guide sebagai instrumen utama.

f. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan jalan mengaitkan kategori dan data kedalam kerangka yang telah ada. Data yang diperoleh dalam keseluruhan proses penelitian ini akan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara sistematis agar dapat dipahami dengan mudah.

## **Pembahasan**

### 1. Customer Relations pada Rumah Sakit Umum Banyumas

Customer relations bagi rumah sakit memegang peranan penting. Dengan adanya customer / pelanggan rumah sakit menjadi exist dan berkembang. Customer relations dalam rumah sakit, menggunakan teknik-teknik public relations, terutama dalam membangun citra rumah sakit dan mempromosikan produk-produk pelayanan kepada publiknya. Public relations memiliki peran dan andil yang besar bagi rumah sakit. Untuk membina dan menjalin hubungan harmonis dengan publiknya. Publik relations pada rumah sakit perlu memberikan dan menanamkan pengertian serta pemahaman mengenai lembaganya beserta aktivitas dan pelayanan yang disediakan melalui komunikasi

dengan publiknya. Publik relations merupakan suatu fungsi strategis dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik (Khasali, 1995 : 5 ). Dengan adanya pemahaman dan penerimaan publik terhadap rumah sakit, dengan segala aktivitas dan kegiatannya, diharapkan akan mampu membentuk dan membangun citra yang positif dibenak publiknya.

Dengan timbulnya pemahaman dan penerimaan publik terhadap keberadaan rumah sakit, selain membina dan menjalin hubungan yang harmonis, maka citra positif mengenai lembaga tersebut juga akan dapat terbentuk sehingga akan mampu membentuk opini dan persepsi publik yang positif dan menguntungkan.

Kegiatan public relations melalui customer relation di rumah sakit Banyumas di bagi menjadi dua yaitu internal customer relations dan external customer relations.

Internal customer RSUD Banyumas adalah para karyawan yang bekerja di rumah sakit, mulai dari para pekerja hingga direksi. Dalam membina hubungan dengan para karyawan, pihak rumah sakit berupaya memberikan motivasi dan dukungan baik dalam hal peningkatan kesejahteraan maupun dalam hal pengembangan karier, yang kapasitasnya disesuaikan dengan kemampuan rumah sakit.

Sedangkan eksternal customer rumah

sakit adalah semua lapisan masyarakat yang memerlukan perawatan kesehatan, khususnya yang berkoordinasi dalam perusahaan, baik instansi pemerintah, sekolah-sekolah, universitas dan para mahasiswanya.

Dalam menentukan publik-publiknya, pihak RSUD Banyumas melakukan pendekatan dengan cara audiensi dan presentasi ke beberapa perusahaan, instansi atau sekolah tentang pelayanan-pelayanan yang tersedia di rumah sakit terutama fasilitas medical check-up.

Bagian yang mengenai customer relations di RSUD Banyumas adalah pelayanan umum melingkupi operator telepon dan petugas customer service yang disediakan untuk memberikan suatu penjelasan-penjelasan yang berhubungan dengan kondisi/situasi Rumah Sakit Banyumas.

Namun demikian hubungan dengan pelanggan di RSUD Banyumas pada dasarnya adalah tanggung jawab semua karyawan di rumah sakit sesuai dengan misi RSUD Banyumas yang telah disampaikan sebelumnya.

Pasien dan keluarga bagi pihak Rumah Sakit Umum Banyumas adalah layaknya seorang raja yang harus diperlakukan dengan sebaik-baiknya. Untuk meningkatkan pelayanan yang baik, pihak rumah sakit berpegang pada prinsip “customer driven” dimana pihak rumah sakit berupaya untuk

sedapat mungkin memenuhi segala kebutuhan dan keinginan pasien. Dalam keadaan sakit, setiap orang ingin mendapatkan perhatian ekstra, fasilitas yang baik, kenyamanan serta kesembuhan. Sebagai customer sudah sepantasnya pihak rumah sakit memberikan yang terbaik bagi pengguna (pasien) sehingga rasa puas bisa dirasakan.

Sebagai rumah sakit yang masih dalam perkembangan, RSUD Banyumas masih selalu berbenah, terutama dalam meningkatkan pelayanan dan fasilitas-fasilitas modern dengan lengkap. Oleh karena itu rumah sakit Banyumas mengedepankan pelayanan interpersonal ( antar pribadi ) yang dilakukan oleh para dokter dan perawatnya, disamping berupaya untuk mengembangkan strategi-strategi lain yang belum dimiliki oleh rumah sakit lain.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, RSUD Banyumas menerapkan sistem pelayanan pada hotel, dimana semua petugas diharuskan untuk bersikap seperti petugas perhotelan yang selalu ramah dan murah senyum dalam melayani pelanggan. Untuk itu pihak rumah sakit selalu berupaya untuk memperbaiki diri, baik dalam hal fisik maupun sumber daya manusianya. Pelatihan-pelatihan serta pertemuan-pertemuan yang membahas customer service tak henti-hentinya dilaksanakan. Terutama untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

## 2. Customer Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Rumah Sakit Umum Banyumas

Customer relations di RSUD Banyumas berhubungan erat dengan citra positif, terutama dalam kaitannya dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan untuk menciptakan kondisi tersebut. Pihak RSUD Banyumas senantiasa berusaha memberikan pengertian kepada para perawat, melalui pelatihan-pelatihan mengenai customer service secara berkesinambungan dan terus-menerus.

Secara eksplisit kegiatan customer relations Rumah Sakit Umum Banyumas terjabar dalam sub Pelayanan Pemasaran Sosial. Pada unit ini bertugas untuk Melaksanakan kegiatan pemasaran sosial rumah sakit dan tugas-tugas kehumasan antara lain, yang meliputi beberapa subtugas. Pertama, Mengelola dan menyelenggarakan tertib administrasi bidang Pemasaran Sosial dan bertindak sebagai koordinator dan penanggungjawab pelaksanaan operasional.

Kedua, Menjalin kerjasama dengan tim PKRMS dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan. Ketiga, Menyelenggarakan tertib administrasi rencana kegiatan publikasi kegiatan pelayanan kesehatan dalam upaya menjaga citra positif Rumah Sakit Banyumas.

Keempat, menyelenggarakan tertib administrasi pemberian kartu berobat gratis bagi pasien miskin / kurang mampu. Kelima menyelenggarakan tertib administrasi kegiatan

sosial yang dipadukan dengan kegiatan pemasaran. Keenam, menyelenggarakan tugas-tugas kehumasan untuk menjembatani hubungan antara pasien / masyarakat dengan rumah sakit Banyumas.

Ketujuh, menyelenggarakan pengelolaan dokumentasi kegiatan-kegiatan penting. Kedelapan, melaporkan hasil kegiatan Pemasaran Sosial dan perkembangannya kepada direktur. Kesembilan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur.

Selain itu, customer relations juga bertugas untuk memberikan layanan informasi agar pengunjung, pasien atau keluarganya mendapatkan informasi sesuai dengan haknya, untuk memberikan beberapa kemudahan.

Pertama, Layanan Informasi Umum, yang meliputi pengunjung, pasien atau keluarganya yang meminta informasi secara umum, langsung diberi informasi oleh staf bagian informasi ( secara spontan), dan petugas melaksanakan pengawasan terhadap informasi yang diberikan, agar penanya puas.

Kedua, Layanan Informasi Khusus, yang meliputi petugas menerima, menggali informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung, pasien atau keluarganya, petugas mencatat informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung / pasien sebagai acuan koordinasi, petugas informasi / layanan mengadakan koordinasi dengan yang terkait langsung atau menggunakan fasilitas yang ada (misalnya

airphone).

Selain itu juga menangani keuangan ke bagian keuangan, biaya perawatan dan tindakan kepala ruang / ruangan, informasi medis ke dokter yang bersangkutan, dan informasi keorganisasian ke bagian kesekretariatan

Teakhir, bagian informasi / karyawan petugas yang menangani melakukan cek penegasan, kepada peminta informasi atas kepuasan informasi yang telah diperoleh. Informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung, pasien atau keluarganya, dapat langsung dilayani ( tidak lebih dari 1 menit ).

Informasi terakhir adalah Informasi Bersifat Istimewa yang dilaksanakan oleh direktur atau yang diberi wewenang.

Dari uraian tugas tersebut dapat dilihat bahwa Rumah Sakit Umum Banyumas sangat memperhatikan pelayanan untuk customer / pelanggan, karena RSU Banyumas menyadari bahwa customer / pelanggan memegang peranan yang penting dan menentukan keberadaan organisasi. Maju mundurnya suatu perusahaan sangat tergantung pada bagaimana caranya menyelenggarakan hubungan baik dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang optimal bagi pelanggan merupakan keharusan bagi organisasi yang menjual jasa. Dengan pelayanan yang optimal diharapkan dapat menciptakan citra organisasi yang pada gilirannya akan memberikan keuntungan bagi

pertumbuhan dan perkembangan organisasi tersebut. Organisasi yang berusaha menjadikan pelanggan sebagai bagian dari dalam dirinya berupaya untuk selalu memikirkan jenis prosedur dan struktur yang paling sesuai dengan pelanggan. Sikap ini menempatkan pelanggan sebagai titik pusat organisasi. Segala upaya yang dilakukan dipusatkan untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Laba adalah sarana dan bukan sasaran, yaitu sarana untuk tetap hidup, tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang.

Dalam menjalankan customer relations-nya RSUD Banyumas menganut konsep “customer driven”, dimana rumah sakit selalu berusaha untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pasien. Selain itu RSUD Banyumas juga menerapkan sistem pelayanan ala perhotelan, dimana semua petugas diharuskan untuk bersikap seperti para petugas perhotelan yang selalu ramah dan murah senyum dalam melayani pelanggan. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa hotel dan rumah sakit sama-sama bergerak di bidang jasa. Wilcox ( 1992 : 485 ) menyatakan bahwa “like hotels, hospitals need high room occupancy rates, but storefront emergency medical facilities health maintenance and other alternative medical service have cut into their business.”

Keramahan menjadi ciri khas Rumah Sakit Umum Banyumas. Semua Petugas, mulai

dari Direktur hingga pekerja, diharuskan untuk bersikap ramah dan sopan terhadap pasien. Pelayanan medis yang dijalankan berpedoman pada motto “cepat, tepat dan bersahabat.”.

Batra dan Mahendra dalam Manajemen Ideal in Action ( Poerwanto, 1996 : 5-6 ) mengemukakan beberapa kebutuhan dasar pasien sebagai pelanggan suatu rumah sakit, yang meliputi :

- Pelanggan selalu ingin menentukan keputusannya sendiri dan merasa menjadi pihak yang mengendalikan keputusan.
- Pelanggan selalu menginginkan agar mencapai apa yang di inginkan berupa pelayanan yang baik, disesuaikan dengan harga serta proses transaksi yang nyaman dan menyenangkan.
- Pelanggan selalu ingin mempertahankan harga dirinya, agar di pandang baik dan berharga dimata orang lain.
- Pelanggan selalu ingin diperlakukan secara benar dan wajar sesuai dengan hak dan martabatnya.
- Pelanggan selalu ingin diterima dan disambut dengan baik.
- Pelanggan selalu ingin mengetahui setiap perkembangan yang mungkin dan sedang terjadi.
- Pelanggan menginginkan rasa aman dan terlindungi, berharap agar diperhatikan resiko yang akan terjadi jika menggunakan jasa pelayanan rumah sakit.

- Pelanggan yang merasa telah mengeluarkan uang atau memiliki kemampuan membayar lebih selalu ingin di perlakukan sebagai orang penting dan tidak senang jika diabaikan atau ditelantarkan.
- Pelanggan ingin kejujuran dan dapat dipercaya dalam setiap transaksi.

Dalam menyediakan pelayanan kepada pelanggan, RSUD Banyumas juga berorientasi pada customer dan customer satisfaction. Untuk menjadikan kepuasan dalam diri konsumen dan pelanggan inilah rumah sakit perlu terus menjaga komunikasi dengan publiknya. Sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan di rumah sakit, dokter dan perawat perlu melakukan hubungan yang harmonis dengan pasien.

Customer Relation pada RSUD Banyumas bukan hanya menjadi tanggung jawab dokter dan perawat tapi semua karyawan yang ada. Seperti yang dikatakan oleh Moore ( 1988 : 170 ) bahwa hubungan pelanggan / customer relations merupakan tanggungjawab setiap orang memiliki peluang dalam bisnisnya atau hubungan pribadinya untuk menciptakan suatu citra perusahaan yang baik.

### **Daftar Pustaka**

- Aditama, Tjandra Yoga, Manajemen Administrasi Rumah Sakit, Jakarta, UI Press, 2000.  
Cultip, Scott M and Allen H. Center. Effective Public Relations, New Jersey, Prentice Hall, 1992.  
Khasali, Rhenald. Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasi di Indonesia, Jakarta, PT Pustaka Utama Grafiti, 1995.

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diatas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan :

1. Sebagai Rumah Sakit Umum di Kabupaten Banyumas, fungsi sebagai pelayanan publik telah dilaksanakan dengan baik terutama yang berkaitan dengan layanan informasi umum yang diberikan sehingga customer ( Pengunjung, Pasien, Keluarga pasien dan berbagai pihak yang menjalin kerja sama ) merasa puas.
2. Keterlibatan seluruh karyawan dalam usaha pembentukan citra positif telah dilakukan secara baik dengan jalan memberikan, menerima menggali informasi yang dibutuhkan dengan waktu yang singkat, sehingga masa tunggu customer tidak lama.
3. Sebagai Rumah Sakit Umum yang sedang berkembang, fungsi humas yang menjalankan customer relations, belum bisa bekerja secara maksimal, dikarenakan adanya penggabungan tugas antara unit pemasaran sosial dengan kehumasan.



Silalahi, Bennett N.B., dr. M.A, Prinsip Manajemen Rumah Sakit, Jakarta. Lembaga Pengembangan Manajemen Indonesia, 1989.

Singarimbun, Masri dan Sofyan E. Metodologi Penelitian Survey, LP3ES, Jakarta, 1989.

Sutopo, Heribertus. Metode Penelitian Kualitatif. Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 1988.

#### Sumber Lain

Achadi, Endang L. Dan Anhari Achadi. Laporan Penelitian Tentang Kepuasan dan Respon Pengguna Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Pertamina Cilacap (RSPD), Jakarta, Fakultas Kesehatan Masyarakat UI dan Biro Kesehatan Pertamina, 1996.

Putera Adnan. Laporan Penelitian Beberapa Dimensi Komunikasi Antar Perorangan UGM, Yogyakarta, 1991.