

ORIGINAL ARTICLE

SOSIALISASI *MARKETING PLAN* DENGAN *DIGITAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN PEMANFAATAN RAWAT INAP DI PUSKESMAS GEMPOL

Fitria Rakhmawati ^{a*} | Ika Puspita Sari ^b | Eka Yusmanisari ^c

a. Department of Medical Records STIKES Arrahma Mandiri Indonesia

b. Department of Hospital Administration STIKES Arrahma Mandiri Indonesia

c. Department of Physiotherapy STIKES Arrahma Mandiri Indonesia

*Corresponding Author: fna_2007@yahoo.com



ARTICLE INFORMATION

Article history

Received (July 9th, 2022)

Revised (July 19th, 2022)

Accepted (August 28th, 2022)

Keywords

In-patient Services Quality;
Interest In-Reusing; BPJS Patient Service;

ABSTRACT

This community service activity has the aim of restoring the trust and interest of the Gempol community to return to utilizing inpatient services at the Gempol Health Center. The COVID-19 pandemic has created feelings of fear and anxiety in the community; this is the cause of the problem of decreasing interest in utilizing inpatient services at the Gempol Health Center. To overcome this issue, it can be circumvented by making marketing strategies, both directly and by digitalization. The method of socialization that we do is through presentations and discussions about SOP and animated videos used in marketing strategies. The results were achieved in the form of changes in perception and increased interest in the use of inpatient services for BPJS patients at Gempol Health Center.

Jurnal Abdimas jatibara is a peer-reviewed journal published by Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Yayasan RS Dr. Soetomo (STIKES YRSD Soetomo).

This journal is licensed under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Website : jurnal.stikes-yrsds.ac.id/index.php/IAI

E-mail: jurnalabdimas@stikes-yrsds.ac.id

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu dari program STIKES Arrahma Mandiri Indonesia yang dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari tri dharma perguruan tinggi, serta melibatkan segenap civitas akademik: dosen, mahasiswa, tenaga kependidikan serta alumni. Melalui pengabdian masyarakat aktivitas akademik dapat hadir di tengah-tengah masyarakat.

Puskesmas (Pusat Kesehatan Masyarakat) secara umum merupakan fasilitas terdepan dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat Indonesia. Penyediaan fasilitas kesehatan tingkat pertama seperti Puskesmas di seluruh wilayah Indonesia merupakan kebijakan Pemerintah yang sangat tepat. Tidak hanya rawat jalan, namun Puskesmas juga menyediakan pelayanan rawat inap dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat yang membutuhkannya. (Donabedian, 2005), menyampaikan bahwa pemanfaatan pelayanan kesehatan adalah interaksi antara konsumen dengan *provider* (penyedia pelayanan), kemudian beliau juga memaparkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pemanfaatan pelayanan kesehatan seperti faktor sosiokultural, faktor organisasi, faktor yang berhubungan dengan konsumen, dan faktor yang berhubungan dengan produsen.

Melalui penelitian yang telah dilakukan oleh Mahasiswa STIKES Arrahma Mandiri Indonesia dengan judul "hubungan antara kualitas pelayanan rawat inap dengan minat pemanfaatan ulang pelayanan pasien peserta BPJS di Puskesmas Gempol" pada tanggal 22 Februari 2022 diperoleh data yang mengindikasikan bahwa pemanfaatan pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol masih terbilang kurang maksimal, kondisi ini juga dilatar belakangi oleh pandemi Covid-19. Peningkatan kasus di masa pandemi secara drastis menimbulkan rasa takut pada masyarakat (Wanodya & Usada, 2020). Padahal peran fasilitas kesehatan tingkat pertama pada pandemi covid-19 sangat penting khususnya puskesmas dalam melakukan prevensi, deteksi dan respon yang dilakukan secara efektif dan efisien dalam memutus mata rantai penularan, baik di level

individu, keluarga dan masyarakat (Kemenkes RI, 2020). Untuk mengatasi hal ini perlu dilakukan sebuah inovasi untuk mengembalikan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol. Adapun hal yang bisa dilakukan yaitu *marketing plan* secara *digital* karena *digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat tanpa ada batasan ruang dan waktu (Afrilia, 2018). Dengan *digital marketing* promosi bisa dilakukan dengan sangat baik dengan menampilkan berbagai gambar melalui media ke komunitas dan masyarakat, selain itu update informasi bisa dilakukan setiap waktu (Pradiani, 2017).

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan beberapa tahapan. Tahapan yang pertama yaitu persiapan, yang mana melakukan pemilihan narasumber dan pemilihan target hal ini dilakukan agar sosialisasi yang diberikan tepat sasaran dan sesuai kebutuhan. Kegiatan dilakukan secara langsung dengan memperhatikan protokol kesehatan. Keluaran dari tahap ini adalah kebutuhan yang diperlukan pihak Puskesmas, yaitu konten promosi untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol.

Tahap kedua adalah menentukan isi dari konten yang akan digunakan untuk pembuatan video animasi dengan melakukan wawancara pada bagian pelayanan publik Puskesmas Gempol. Berdasarkan informasi yang telah diterima, maka diputuskan isi yang digunakan dalam pembuatan konten adalah jenis pelayanan yang diberikan pada pasien rawat inap, prosedur pelayanan rawat inap, fasilitas yang ada pada rawat inap, serta *treatment* yang diberikan pada pasien rawat inap.

Tahap terakhir yaitu melakukan sosialisasi pada pegawai UGD dan rawat inap di Puskesmas Gempol, dengan cara presentasi yang diawali penjelasan SOP *Marketing Plan* Bagian Rawat Inap di Puskesmas Gempol kemudian menampilkan video animasi yang telah dibuat, dan diakhiri dengan sesi diskusi.

TAHAP PELAKSANAAN

Pelaksanaan merupakan tahap ketiga dari berbagai tahapan kegiatan program pengabdian pada masyarakat yang dilakukan. Pelaksanaan dalam kegiatan ini dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

Registrasi Peserta

Pada tahap ini peserta yang merupakan petugas bagian UGD dan rawat inap melakukan registrasi dengan mengisi daftar hadir yang telah disiapkan oleh tim pelaksana. Hal ini dilakukan sebagai bukti dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Presentasi

Di tahap ini, presentasi dilakukan dengan menyampaikan isi dari SOP *Marketing Plan* Bagian Rawat Inap serta menampilkan video animasi untuk keperluan *digital marketing*. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk membantu petugas dalam mengembalikan kepercayaan dan meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan pelayanan rawat inap.

Diskusi

Pada tahap ini, peserta sosialisasi memberikan *feedback* terhadap apa yang telah disampaikan oleh tim pelaksana. Adapun tujuan dari tahap ini adalah untuk memperbaiki kekurangan dari apa yang telah disampaikan.

Penutupan

Penutupan dilakukan dengan menyampaikan terima kasih kepada pihak Puskesmas Gempol yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan sosialisasi.

Materi kegiatan

Dalam program pengabdian pada masyarakat ini, materi yang digunakan dalam pelaksanaan kali ini telah disesuaikan dari bahan ajar dan hasil dari penelitian yang pernah dilakukan oleh salah satu dari tim pelaksana. Materi pelatihan yang digunakan dalam pelaksanaan program ini dibuat berdasarkan hasil penelitian serta rangkuman dari berbagai referensi yang berkaitan dengan pengolahan dan pemafaatan fasilitas pelayanan rawat inap BPJS Masyarakat sekitar Puskesmas Gempol. Serta referensi dari pelaksanaan sejenis yang sudah pernah dilakukan oleh Mahasiswa STIKES Arrahma Mandiri Indonesia sebelumnya.

Materi yang diberikan pada pelaksanaan program pengabdian ini disesuaikan dari materi yang telah ada dengan adanya penyesuaian terhadap jumlah pertemuan dari pelaksanaan serta berdasarkan dari pembicaraan dengan tim pelaksana program pengabdian yang berkoordinasi dengan pihak terkait dengan tempat pelaksanaan. Dalam penerapannya, pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dibagi menjadi 6 pertemuan untuk konsultasi dan revisi yang di setiap pertemuannya menerima bahan ajar.

Tabel 1. Jadwal pertemuan kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pertemuan 1	
Aktifitas	- Pemilihan Narasumber - Pemilihan Target
Tujuan	- Untuk mengetahui secara umum penelitian ini dilakukan untuk siapa dan dimana - Mengetahui ukuran atau batas penelitian - Dapat melakukan wawancara yang jelas ditujukan kepada pihak yang mana
Pertemuan 2	
Aktifitas	- Penyusunan rencana kegiatan
Tujuan	- Kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat berjalan secara terstruktur - Mendapatkan efisien pemikiran serta persiapan karna adanya susunan yang jelas
Pertemuan 3	
Aktifitas	- Penyusunan proposal
Tujuan	- Untuk mendapatkan persetujuan dari pihak yang bersangkutan supaya dapat melaksanakan sebuah kegiatan.
Pertemuan 4	
Aktifitas	- Persiapan penatalaksanaan kegiatan
Tujuan	- Memperlancar kegiatan yang sudah ditentukan jadwal dan untuk siapa - Dapat mempermudah kegiatan <i>Marketing Plan</i> yang akan dilaksanakn - Mempermudah Tim untuk melakukan <i>Public Speacking</i>
Pertemuan 5	
Aktifitas	- Pelaksanaan kegiatan
Tujuan	- Tersampainya materi atau media yang sudah disiapkan oleh Tim Pelaksana
Pertemuan 6	
Aktifitas	- <i>Finishing</i>
Tujuan	- Memberikan proses finishing kepada produk hiasan agar dapat menampilkan hasil maksimal untuk dapat dikategorikan kepada produk hiasan. Hal ini dikarenakan produk hiasan akan menekankan kepada estetika dari objek yang terlihat. - Munculnya koordinasi konsultasi dari Tim Pelaksana kepada pihak yang bersangkutan - Munculnya hasil yang maksimal dan diterima oleh pihak lainnya

Dalam pelaksanaan hari pertama diawali dengan pemilihan narasumber guna mengetahui secara umum penelitian ini dilakukan untuk siapa dan dimana, mengetahui ukuran atau batas penelitian. Pemilihan narasumber disertai dengan beberapa rencana seperti wawancara kepada narasumber. Wawancara yang jelas ditujukan kepada pihak yang mana pengenalan tim pelaksana yang disertakan dengan berbagai pertanyaan untuk bahan materi yang akan dibawa oleh tim pelaksana nantinya.

Pelaksanaan pertemuan pertama dilaksanakan di hadapan ketua Puskesmas Gempol . Pada pertemuan pertama juga dilakukan penjelasan pengenalan tim pelaksana serta tujuan yang akan kami laksanakan di Puskesmas Gempol tersebut. Selain hal itu, pada pertemuan pertama juga

akan diberikan beberapa jawaban dari pertanyaan yang sudah diberikan untuk penyusunan materi.

Aktivitas yang dilakukan pada pertemuan kedua, pelaksanaan kegiatan berupa penyusunan rencana kegiatan, persiapan dari tim pelaksana guna kegiatan pengabdian masyarakat dapat berjalan secara terstruktur, mendapatkan efisien pemikiran serta persiapan karna adanya susunan yang jelas.

Proses yang dilakukan pada saat penyusunan rencana kegiatan juga dilaksanakan dengan mempertimbangkan berapa banyak waktu yang diperlukan tim untuk penyusunan materi serta tugas dari masing-masing anggota tim.

Aktivitas yang dilakukan ada pertemuan ketiga, penyusunan proposal untuk mendapatkan persetujuan dari pihak yang bersangkutan agar dapat melaksanakan seluruh kegiatan. Selain mendapatkan persetujuan dari pihak yang bersangkutan juga dapat memperlancar pelaksanaan rencana pengabdian masyarakat. Selanjutnya, di dalam aktivitas ketiga atau pertemuan ketiga oleh tim pelaksana dengan pihak kampus juga menghasilkan persetujuan yang lain yakni dari pihak Puskesmas Gempol.

Proses yang dilakukan selanjutnya pertemuan keempat, persiapan penatalaksanaan kegiatan guna memperlancar kegiatan yang sudah ditentukan jadwal dan untuk siapa, dapat mempermudah kegiatan *marketing plan* yang akan dilaksanakan, mempermudah tim dalam melakukan presentasi dengan baik dan benar. Di dalam pertemuan keempat ini dilaksanakan oleh tim pelaksana dalam mempersiapkan bagian masing-masing dari tiap individu tim tersebut dalam pertemuan mendapatkan pencapaian yakni terbentuknya petugas dalam penyampaian materi serta tersusun beberapa cara dalam penyampaian tersebut.

Pertemuan kelima yakni pelaksanaan kegiatan sosialisasi *marketing plan* tersebut guna tersampainya bahan yang bisa digunakan untuk mendukung kegiatan *marketing plan* atau media yang sudah disiapkan oleh tim pelaksana. Dalam pertemuan kelima ini tim pelaksana berhadapan secara langsung dengan sasaran ataupun narasumber yang sudah dipilih diawal yakni seluruh petugas UGD dan rawat inap di Puskesmas Gempol, selain terlaksana dan tercapainya kegiatan sosialisasi *marketing plan* yang diinginkan kami juga mendapatkan beberapa bantuan untuk mencapai sempurna baik dari pihak puskesmas maupun dosen pembimbing yang mengikuti sosialisasi *marketing plan* tersebut.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang dicapai berupa perubahan persepsi mengenai fasilitas pelayanan rawat inap pasien BPJS di Puskesmas Gempol, melalui sosialisasi Marketing Plan berupa Video Animasi yang dapat dikeluarkan melalui sosmed seperti *facebook*, *tik tok*, *Instagram* dan dalam bentuk CD serta tim pelaksanaan membuat SOP dengan tujuan untuk peningkatan minat masyarakat mengenai fasilitas pelayanan rawat inap pasien BPJS di Puskesmas Gempol. Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat yang berada di sekitar Puskesmas Gempol. Kegiatan ini dihadiri oleh tim pelaksana, dosen pembimbing, serta petugas di Puskesmas Gempol, sebanyak 16 orang.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan menargetkan bahwa melalui sosialisasi dari tim mahasiswa dengan menggunakan media yang sudah disediakan guna meningkatkan fasilitas pelayanan rawat inap pasien BPJS di Puskesmas Gempol dapat ditunjukkan dengan adanya peningkatan minat dan kepercayaan masyarakat sekitar dalam

memanfaatkan kembali pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol. Target kegiatan masyarakat berikutnya adalah mengubah persepsi masyarakat terhadap pelayanan pasien BPJS di Puskesmas Gempol. Perubahan yang diharapkan yaitu persepsi mengenai pelayanan rawat inap jalur BPJS di Puskesmas Gempol yang sebelumnya kurang baik menjadi baik, hal ini dapat didukung dengan Puskesmas Gempol yang menyamaratakan pemberian pelayanan baik pada pasien umum, BPJS, maupun KIS.

Setelah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan sosialisasi *marketing plan* dengan *digital marketing* untuk meningkatkan pemanfaatan pelayanan rawat inap, seluruh peserta dalam kegiatan ini mengerti dan paham, serta memberikan *feedback* yang baik kepada tim pelaksana. Sehingga apa yang telah diberikan oleh tim pelaksana dapat diaplikasikan di Puskesmas Gempol.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian pada masyarakat ini bertujuan mengembalikan kepercayaan dan meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan layanan rawat inap di Puskesmas Gempol dengan cara memasarkan secara internal dan juga eksternal. Pemasaran secara internal bisa dilakukan dengan memberi pengalaman berobat yang memuaskan selama di Puskesmas, sedangkan untuk pemasaran secara eksternal bisa dilakukan dengan cara membangun citra yang baik di masyarakat. Target luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan kepercayaan dan juga minat masyarakat untuk kembali memanfaatkan fasilitas pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol.

Pelaksanaan program ini dibagi dalam 2 tahapan yaitu tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Fasilitas peralatan dan penunjang, ketersediaan tempat, keterlibatan pihak Kampus, serta dukungan dari Dosen Pengampu menjadi faktor utama keberhasilan pencapaian tujuan program ini. Hasil yang dicapai berupa perubahan persepsi mengenai fasilitas pelayanan rawat inap pasien BPJS di Puskesmas Gempol, melalui sosialisasi Marketing Plan berupa Video Animasi yang dapat dikeluarkan melalui sosmed seperti *facebook*, *tik tok*, *Instagram* dan dalam bentuk *CD* serta tim pelaksanaan membuat SOP dengan tujuan untuk peningkatan minat masyarakat mengenai fasilitas pelayanan rawat inap pasien BPJS di Puskesmas Gempol.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka saran untuk bisa lebih meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol sebaiknya penggunaan strategi *digital marketing* dapat ditindaklanjuti dengan melakukan program yang berkesinambungan seperti pelatihan dalam pembuatan konten untuk promosi, hingga peningkatan pada fasilitas-fasilitas yang ditawarkan pada pasien rawat inap.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat-Nya kami Dosen STIKES Arrahma Mandiri Indonesia dapat melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Sosialisasi *Marketing Plan* dengan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di Puskesmas Gempol” berlangsung dengan baik dan lancar. Kegiatan sosialisasi ini dapat berlangsung dengan baik berkat adanya dukungan dan bantuan dari seluruh peserta yang merupakan petugas UGD dan rawat inap di Puskesmas Gempol. Oleh sebab itu, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh petugas yang berkenan mengikuti kegiatan sosialisasi ini. Semoga kegiatan ini bermanfaat bagi Puskesmas Gempol sehingga dapat mengembalikan kepercayaan dan meningkatkan minat masyarakat untuk kembali memanfaatkan pelayanan rawat inap di Puskesmas Gempol.

DAFTAR PUSTAKA

1. Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 147-157.
2. Donabedian, A. (2005). Evaluating the Quality of Medical Care. *The Milbank Quartely*, 6291-729.
3. Kemenkes. (2020). Petunjuk Teknis Pelayanan Puskesmas pada Masa Pandemi Covid-19. Jakarta.
4. Mutiara, I. A., Gusti, T. E., & Yusmanisari, E. (2022). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN RAWAT INAP DENGAN MINAT PEMANFAATAN ULANG PELAYANAN DI PUSKESMAS KABUPATEN PASURUAN. *Jurnal Informasi Kesehatan Indonesia*, 40-49.
5. Pradiani, T. (2017). PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING. *JIBEKA*, 46-53.
6. Wanodya, K. S., & Usada, N. K. (2020). Literature Review : Stigma Masyarakat. *Preventia: Indonesian Journal of Public Health*, 107-111.
7. Permenkes No. 75 Tahun 2014 Tentang Pusat Kesehatan Masyarakat (PUSKESMAS)