

Analisis Grafik Barber Johnson untuk Peningkatan Pelayanan dan Pemasaran Rumah Sakit

Analysis of The Barber Johnson Graphic for Hospital Services and Marketing Improvement

Muh Amin^{1*}, Yuni Indrawati², Zaenal Arifin³

^{1,2,3}Prodi D3 RMIK Akademi Kesehatan Muhammadiyah Temanggung Indonesia
(Email: muh668907@gmail.com, Jl. Gerilya No. 83, Temanggung, Jawa Tengah)

ABSTRAK

Analisis grafik Barber Johnson diharapkan dapat menjadi bahan pengambilan keputusan sebagai bahan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Tujuan penelitian menganalisis nilai beberapa indikator diantaranya adalah efisiensi penggunaan tempat tidur, mendeskripsikan berdasarkan grafik *Barber Johnson* untuk meningkatkan mutu pelayanan dan penetapan strategi bauran pemasaran. Metode penelitian menggunakan *mixed methods*, desain *sequential explanatory*. Pengumpulan data dengan data primer yaitu rekapitulasi nilai sensus harian rawat inap tahun 2022 dan wawancara mendalam. Hasil penelitian bahwa nilai BOR 55,96%, AvLOS 3,05 hari, TOI 2,40 hari, dan nilai BTO 66,90 kali di tahun 2023. Titik koordinat pada TOI=2.4; AvLOS=3.05, berada di luar daerah efisien artinya penggunaan tempat tidur di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2022 belum efisien. Efisiensi dan efektifitas layanan dengan bauran pemasaran, dari produk menjadikan produk andalan, meningkatkan mutu produk dan menciptakan produk unggulan, dari harga strategi penetapan harga, dari promosi meningkatkan komunikasi pemasaran, dari lokasi yaitu lokasi mudah dijangkau dan di akses, dari orang meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia untuk meningkatkan pelayanan.

Kata kunci: Grafik Barber Johnson, Pengambilan Keputusan, Bauran Pemasaran, Efisiensi

ABSTRACT

The Barber Johnson graph analysis is expected to be a material for decision making as a marketing mix strategy. The purpose of the study was to analyze the value of several indicators including the efficiency of bed use, describe based on the Barber Johnson graph to improve service quality and determine the marketing mix strategy. The research method used mixed methods, sequential explanatory design. Data collection with primary data, namely the recapitulation of the daily inpatient census value in 2022 and in-depth interviews. The results of the study showed that the BOR value was 55.96%, AvLOS 3.05 days, TOI 2.40 days, and BTO value 66.90 times in 2023. The coordinate points at TOI = 2.4; AvLOS = 3.05, are outside the efficient area, meaning that the use of beds at the PKU Muhammadiyah Temanggung Hospital in 2022 was not efficient. Efficiency and effectiveness of services with marketing mix, from products to become flagship products, improving product quality and creating superior products, from pricing strategies, from promotions to improve marketing communications, from locations that are easily accessible and accessible, from people to improve the professionalism of human resources to improve services.

Keywords: Barber-Johnson graphs, Decision-Making, Marketing Mix, Efficiency

PENDAHULUAN

Rumah Sakit adalah Institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggara kan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna melalui pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat (PP,2021). Saat ini rumah sakit wajib menyelenggarakan rekam medis elektronik (RME), melaksanakan RME dapat meningkatkan profesionalisme dan kinerja manajemen rumah sakit, begitu juga para stakeholder seperti pasien akan menikmati kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan pelayanan kesehatan. Manajemen juga dapat memanfaatkan rekaman kegiatan operasional secara real-time termasuk dapat memonitor beberapa indikator diantaranya Informasi efisiensi hunian tempat tidur dengan parameter *Bed Occupancy Rate* (BOR), *Average Length of Stay* (AvLOS), *Turn Over Interval* (TOI) dan *Bed Turn Over* (BTO) disajikan dalam grafik Barber Johnson. Analisis grafik Barber Johnson diharapkan dapat lebih efisiensi dan efektifitas layanan, sehingga layanan dapat ditingkatkan dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

Unit Rekam Medis memegang peranan penting dalam penyelenggaraan pelayanan suatu Rumah Sakit karena merupakan sumber informasi berupa dokumen yang memberikan bukti identitas pasien dan segala kegiatan yang dilakukan atau diberikan kepada pasien yang semua itu tercatat dalam Rekam Medis yang di kelolanya (Permenkes RI, 2022). Menurut Gemala Hatta (2010) menyatakan bahwa rekam medis merupakan file dengan catatan dan identitas pasien mengenai pemeriksaan, perawatan, tindakan dan layanan lainnya untuk pasien pada sarana fasilitas pelayanan kesehatan. Pengolahan Rekam Medis oleh seorang Perekam Medis dan Informasi Kesehatan (PMIK) yang memiliki kewenangan menggunakan statistik sebagai informasi untuk pengambilan keputusan manajemen pelayanan dan program Kesehatan serta pemantauan indikator mutu, produktivitas pelayanan kesehatan, serta efisiensi (Kepmenkes RI, 2020).

Efisiensi hunian tempat tidur menggunakan parameter meliputi *Bed Occupancy Rate* (BOR), *Average Length of Stay* (AvLOS), *Turn Over Interval* (TOI), dan *Bed Turn Over* (BTO). Angka-angka kunci ini dapat digunakan untuk menentukan pemanfaatan, kualitas dan efisiensi layanan manajemen Rumah Sakit. Hasil dari keempat indikator disajikan dalam *trend* dan grafik *Barber Johnson*. *Trend* merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk memprediksi naik atau turunnya data yang dideskripsikan secara linier selama suatu periode. Grafik *Barber-Johnson* merupakan grafik yang dikenal sebagai alat untuk menggambarkan efektivitas penggunaan tempat tidur (Defiyanti, R. S.P., Setiatin, S., & Susanto, 2021).

Presentasi angka BOR rendah di Rumah Sakit termasuk Mitra Medika Bondowoso pada tahun 2019 adalah 57% pada Oktober, 55% pada November dan 57% pada Desember (Widiyanto & Wijayanti, 2020). RS Panti Wilasa Citarum Semarang mencatatkan penurunan BOR sebesar 2,53% setiap tahunnya dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 (Argina et al., 2020). RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga mengalami penurunan angka BOR, tahun 2016 sebesar 62,99%, tahun 2017 menjadi 62,19 %, pada tahun 2018 menurun menjadi 57,75% (Agustriyani & Rohman, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh (Defiyanti, R. S. P., Setiatin, S., & Susanto, 2021) dengan judul “Analisis Trend Dan Grafik *Barber Johnson* Pada Efisiensi Tempat Tidur Di Rumah Sakit X Kota Bandung” bahwa dari diagram *Barber-Johnson* terlihat keempat parameter BOR, AvLOS, TOI dan BTO, masih belum efektif. Efisiensi dan efektifitas layanan kesehatan dapat ditingkatkan dengan menggunakan strategi pemasaran dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Rumah Sakit harus memiliki strategi yang berorientasi pada pemasaran. Bauran pemasaran dapat digunakan sebagai alat kompetitif dalam pelayanan kesehatan. Bauran pemasaran yang dijalankan dengan baik diikuti dengan strategi yang baik juga. Bauran pemasaran yang disajikan terdiri dari 7P yaitu : *Product, price, place, promotion, process, people, physical evidence* (Rahma et al., 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Rindu, 2018) dengan judul “Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (*Marketing Mix 7P*) terhadap Tingkat Kunjungan Pasien” bahwa terdapat hubungan antara pemasaran Rumah Sakit dengan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Sahid Sahirman Tahun 2017. Penelitian lainnya oleh (Safi & Sulistiadi, 2020) dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien yang diperoleh dari Tingkat Kunjungan Pasien ke Rumah Sakit: *Literature Review*” menunjukkan bahwa dari enam artikel yang diteliti, ditemukan lima artikel (83%) bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada kunjungan ke Rumah Sakit. (Safi & Sulistiadi, 2020).

Studi pendahuluan yang dilakukan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung pada bulan Januari 2024 didapatkan sudah dilakukan pengumpulan data pelayanan rawat inap dengan menggunakan metode sensus harian pasien. Dari sensus harian tersebut kemudian dilakukan pengolahan data dengan *output* yaitu berupa nilai angka BOR, AvLOS, TOI, dan BTO. Tren BOR tahun 2018 – 2021 yaitu 59,6%, 62,4%, 50,4%, 52,3%. Adapun hasil nilai BOR, AvLOS, TOI, dan BTO triwulan pertama 2022 BOR 58,7%, 48,2%, 44%, AvLos 3,7, 3,6, 3,6 hari, TOI 2,3, 3,3, 4,2 hari dan BTO 5,6, 4,4, 4,2 kali.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah campuran (*mixed methods*) yaitu penelitian yang memadukan atau menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan metode kualitatif. Desain penelitian *sequential explanatory* yaitu desain dengan pengumpulan data dan analisis data kuantitatif pada tahap pertama, dilanjutkan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap kedua. Studi dokumentasi dan wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data, pengambilan data primer melalui data rekapitulasi nilai indikator efektivitas penggunaan tempat tidurtahun 2023. Instrumen penelitian *Microsoft Excel* rekapitulasi harian rawat inap dan Grafik *Barber Johnson* serta pedoman wawancara. Sampel pada penelitian ini yaitu rekapitulasi nilai indikator efektivitas penggunaan tempat tidur periode Januari - Desember Tahun 2023 dan struktural tingkat direksimanajer.

HASIL

Nilai Indikator Efisiensi Penggunaan Tempat Tidur BOR, AvLOS, TOI, dan BTO di RS PKU Muhammadiyah Temanggung Tahun 2023.

Tabel 1. Perhitungan Nilai BOR Tahun 2023

HP	A	t	BOR
	152	90	
31.680	145	122	55,96%
	165	153	

Berdasarkan Tabel 1 bahwa nilai BOR pada tahun 2023 di RS PKU Muhammadiyah Temanggung sebesar 55,96%. Nilai BOR pada tahun 2023 di RS PKU Muhammadiyah Temanggung yaitu 55,96%, sedangkan standar ideal BOR pada Barber Johnson yaitu 75%-85%, artinya capaian BOR RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 di bawah nilai ideal. Penelitian ini senada dengan hasil pemelitian Lestari (2023) dengan judul Analisis Trend Efisiensi Penggunaan Tempat Tidur Berdasarkan Grafik Barber Johnson di RSUD Ajibarang Kabupaten Banyumas Tahun 2018-2022, dimana hasil BOR pada tahun 2022 dengan nilai 60,99% nilai ini masih di bawah nilai ideal.

Tabel 2 menyajikan nilai AvLOS di RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada Tahun 2023. Berdasarkan Tabel 2 bahwa didapatkan nilai AvLOS di RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 sebesar 3,05 hari. Nilai AvLOS di RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 sebesar 3,05 hari.

Tabel 2. Perhitungan Nilai AvLOS Tahun 2023

HP	D	AvLOS
31.680	10.377	3,05

Tabel 2 menyajikan standar keseimbangan atau standar efisiensi nilai AvLOS pada Barber Johnson yaitu 3 sampai 12 hari, maka AvLOS tahun 2023 di RS PKU Muhammadiyah Temanggung memenuhi standar efisien. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Sugiharto dengan judul analisis trend efisiensi penggunaan tempat tidur berdasarkan grafik Barber Johnson di RSUD Ajibarang Kabupaten Banyumas tahun 2018-2022, dimana hasil AvLOS di tahun 2022 yaitu 2,65 hari di mana di bawah dari nilai ideal Barber Johnson.

Tabel 3. Perhitungan Nilai TOI Tahun 2023

HP	A	t	D	TOI
31.680	152	90	10.377	2,40
	145	122		
	165	153		

Berdasarkan Tabel 3 bahwa didapatkan nilai TOI di RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 sebesar 2,40 hari, dimana standar nilai ideal TOI pada Barber Johnson yaitu antara 1-3 hari. Dilihat dari nilai ideal maka nilai TOI RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 mempunyai nilai yang ideal. Penelitian yang sejalan yaitu penelitian oleh Lestari dan Sugiharto dengan judul analisis trend efisiensi penggunaan tempat tidur berdasarkan grafik Barber Johnson di RSUD Ajibarang Kabupaten Banyumas tahun 2018-2022, dimana TOI tahun 2022 yaitu 1,70 hari dimana masih dalam rentang standar nilai ideal menurut standar Barber Johnson.

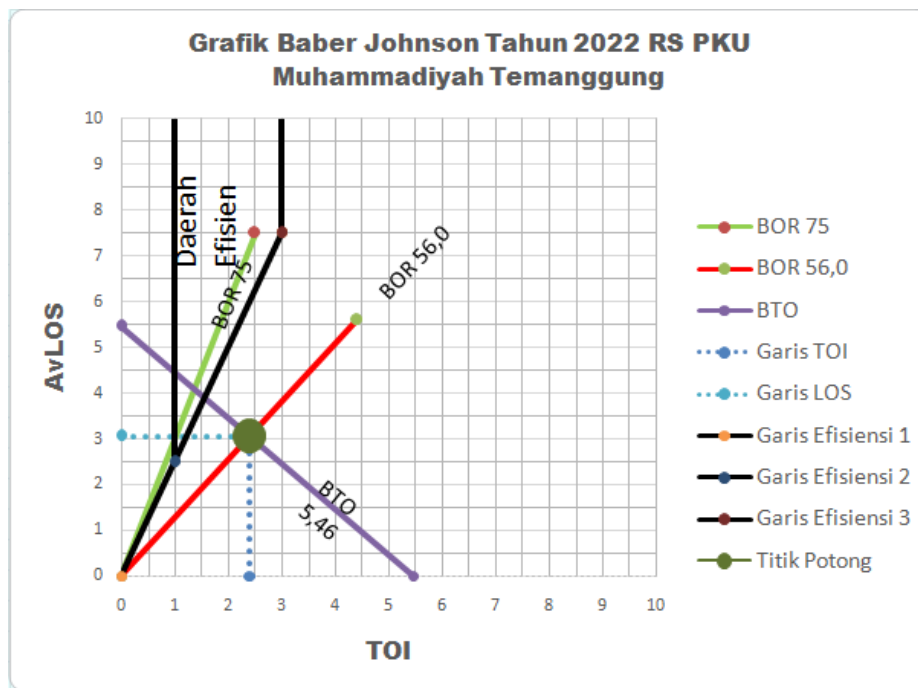
Tabel 4. Perhitungan Nilai BTO Tahun 2023

A	D	BTO
152	2559	66,90 kali
145	3468	
165	4350	

Berdasarkan Tabel 4 bahwa didapatkan nilai BTO di RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 sebesar 66,90 kali. Nilai BTO di RS PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 sebesar 66,90 kali, dimana nilai ideal BTO Barber Johnson adalah minimal 30 pasien selama 1 tahun. Dilihat dari nilai standar ideal bahwa nilai BTO RS PKU Muhammadiyah Temanggung di tahun 2023 sudah dua kali lipat nilai

standar ideal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari dimana BTO pada tahun 2022 sebesar 84,05 dimana nilai ini dua kali lipat nilai standar ideal menurut standar Barber Johnson.

Titik koordinat Grafik Barber Johnson Tahun 2023 di RS PKU Muhammadiyah Temanggung terdiri dari BOR (4,4; 5,6), AvLOS (0; 3,05), TOI (2,4; 0), dan BTO (5,46; 5,46). Dengan menggunakan titik koordinat tersebut, maka grafik Barber Johnson dapat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Grafik Barber Johnson RS PKU Muhammadiyah Temanggung Tahun 2022

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa titik Barber Johnson Tahun 2023 ditunjukkan oleh titik berwarna hijau yang merupakan titik temu keempat indikator rawat inap yang berada dalam koordinat titik (TOI=2,4; AvLOS=3,05). Titik temu keempat indikator rawat inap pada tahun 2023 berada di luar daerah efisien. Nilai pada masing-masing indikator dari BOR, AvLOS, TOI dan BTO berada pada angka ideal kecuali BOR. Setelah angka tersebut dimasukkan ke dalam Grafik Barber Johnson, maka pertemuan titik tersebut berada di luar daerah efisiensi. Hal tersebut disebabkan karena nilai BOR yang masih berada di bawah batas normal.

Titik temu keempat indikator rawat inap BOR, AvLOS, TOI dan BTO RS PKU Muhammadiyah Temanggung tahun 2023 berada dalam koordinat titik (TOI=2,4; AvLOS=3,05). Titik temu keempat indikator rawat inap tersebut beradadi luar daerah

efisien yang menunjukkan bahwa penggunaan tempat tidur di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 belum efisien khususnya pada angka BORnya. Standar yang digunakan dengan standar Grafik Barber Johnson yaitu BOR 75% - 85%, AvLOS 3 sampai 12 hari, TOI antara 1-3 hari dan BTO minimal 30 pasien selama 1 tahun. Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Sugiharto dengan judul analisis trend efisiensi penggunaan tempat tidur berdasarkan grafik Barber Johnson di RSUD Ajibarang kabupaten Banyumas tahun 2018-2022, bahwa grafik barber johnson di RSUD Ajibarang Kabupaten Banyumas tahun 2022 menunjukkan titik perpotongannya berada di luar daerah efisiensi.

Berdasarkan gambar 1.2 hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan titik Barber Johnson RS PKU Muhammadiyah Temanggung tahun 2023 berada diluar daerah efisien, dimana strategi bauran pemasaran menghasilkan 9 (sembilan) rumusan tema selama wawancara dan saat transkrip dilakukan. Tema-tema yang teridentifikasi dari strategi bauran pemasaran diantaranya: dari sisi produk ada 3 tema yaitu, menjadikan produk andalan, meningkatkan mutu produk dan menciptakan produk unggulan, dari sisi harga muncul 1 tema yaitu bagaimana strategi penetapan harga, dari sisi promosi muncul 1 tema yaitu meningkatkan komunikasi pemasaran, dari sisi lokasi muncul 1 tema yaitu lokasi mudah dijangkau dan di akses, dari sisi orang muncul 1 tema yaitu meningkatkan profesionalisme Sumber Daya Manusia (SDM), dari sisi proses muncul 1 tema yaitu proses pelayanan sederhana dan dari sisi bukti fisik muncul 1 tema yaitu lingkungan kerja fisik nyaman.

PEMBAHASAN

Bauran pemasaran pada produk yang pertama yaitu menjadikan produk andalan, layanan dokter spesialisik terutama 4 dasar spesialisik; layanan spesialis anak, layanan spesialis kandungan, layanan spesialis bedah, layanan spesialis penyakit dalam dan layanan spesialis lainnya, serta layanan penunjang seperti; layanan farmasi, layanan laboratorium, layanan radiologi, layanan gizi. Penelitian ini senada dengan hasil penelitian Heningnurani, (2019) bahwa layanan standar RS Kelas C sebagaimana Permenkes No. 56 Tahun 2014 yaitu pelayanan rawat jalan, rawat inap, gawat darurat, ruang operasi, pelayanan spesialisasi dasar dan layanan spesialisasi selain empat spesialisasi dasar dan layanan penunjang medis seperti laboratorium, radiologi dan farmasi. Layanan medis spesialis ini akan menjadi produk andalan rumah sakit karena rumah sakit merupakan fasilitas kesehatan rujukan (Heningnurani, 2019).

Bauran pemasaran pada harga yaitu strategi penetapan harga dengan membuat harga bersaing dan mekanisme kemudahan pembayaran. Dalam penelitian Maulana (2020) menjelaskan bahwa salah satu kekuatan rumah sakit dalam strategi pemasaran adalah komponen harga yang transparan dan bertanggung jawab sehingga rumah sakit dapat menerapkan *cost efficiency*. Hal tersebut akan mempengaruhi bagaimana tarif ditetapkan oleh manajemen. Besarnya perbedaan harga pelayanan antara rumah sakit mempengaruhi pilihan pasien terhadap rumah sakit. Harga perawatan kesehatan yang kompetitif atau bahkan lebih murah dapat menjadi keunggulan (Maulana, 2020).

Bauran pemasaran pada promosi yaitu meningkatkan komunikasi pemasaran, dengan langkah melakukan perbaikan promosi, melakukan komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu dengan berbagai jenis promosi, *word of mouth* dan *relationship* (Ndumele, et al, 2021). Bauran pemasaran pada lokasi yaitu lokasi mudah dijangkau dan diakses dengan memudahkan akses geografis, meningkatkan akses pelayanan, lokasi mudah dijangkau dan sarana penunjang tambahan.

Meningkatkan akses layanan dengan perbaikan pada "jalur distribusi" dan "saluran distribusi" yaitu dengan membuat prosedur pelayanan yang mudah dan cepat bagi pelanggan (*service delivery system*). Tujuannya untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan yang akan menggunakan atau sudah menggunakan produk layanan. Saluran distribusi ditingkatkan secara langsung yaitu melalui kerjasama fasilitas kesehatan tingkat pertama, khususnya Puskesmas dan kepada pihak di luar rumah sakit yang mungkin memberikan rujukan kepada rumah sakit (Heningnurani, 2019).

Bahwa bauran pemasaran pada orang yaitu meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia (SDM) dengan meningkatkan *hard kompetensi*, meningkatkan *soft kompetensi* dan meningkatkan perilaku disiplin. Petugas yang memberikan pelayanan kesehatan adalah bagian yang sangat penting dari bauran pemasaran jasa pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit. Seorang petugas yang memberikan pelayanan kesehatan adalah petugas yang memiliki kinerja baik, berkualitas, profesional dan mereka memiliki komitmen yang tinggi. Mewujudkan petugas yang profesional dan bermutu harus dimulai dengan penerimaan karyawan, Pendidikan dan pelatihan kompetensi yang berhubungan langsung dengan konsumen, budaya rumah sakit serta yang berhubungan langsung dengan kegiatan pemasaran (Arismen et al., 2019).

Bauran pemasaran pada proses yaitu membuat proses pelayanan sederhana dengan pemahaman alur pelayanan, kemudahan akses pelayanan dan sistem kerja

efisien. Proses dapat berpengaruh terhadap loyalitas karena berhubungan bagaimana layanan tersebut diberikan kepada pasien, meskipun mayoritas pendapat pasien baik, tapi masih banyak pasien mengeluh tentang lamanya waktu tunggu di rumah sakit. Proses mencakup prosedur pelayanan, termasuk tahapan yang dilalui. Kecepatan dan ketepatan proses dapat digunakan sebagai alat untuk merangsang minat konsumen, seperti prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat, pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat tepat, dokter/perawat melakukan jadwal pelayanan dengan tepat, petugas memberikan pelayanan tanpa tanpa bertele-tele (Lestari & Rindu, 2018). Bahwa bauran pemasaran pada bukti fisik yaitu lingkungan kerja fisik nyaman dengan upaya lingkungan fisik nyaman, fasilitas pendukung kenyamanan dan pelayanan terpadu. Fasilitas pelayanan konsumen sangat perlu diperhatikan, karena kualitas pelayanan seringkali dilihat pelanggan dari bukti fisik atau fasilitas pelanggan yang diberikan. Lingkungan fasilitas pelayanan membantu membentuk perasaan pelanggan terhadap petugas pelayanan. Semakin baik fasilitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen. Fasilitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (Retnaningtyas et al., 2016).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa nilai indikator efisiensi penggunaan tempat tidur Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung tahun 2023 yang belum sesuai standar Barber Johnson yaitu nilai BOR 55,96%, adapun nilai AvLOS, TOI dan nilai BTO sudah sesuai dengan standar Barber Johnson. Titik Barber Johnson Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung tahun 2023 yang merupakan titik temu keempat indikator rawat inap berada di luar daerah efisien yang menunjukkan bahwa penggunaan tempat tidur di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung pada tahun 2023 belum efisien. Pemanfaatan data indikator efisiensi penggunaan tempat tidur sebagai strategi bauran pemasaran Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung dihasilkan 9 (sembilan) strategi pemasaran yaitu: menjadikan produk andalan, meningkatkan mutu produk, menciptakan produk unggulan, strategi penetapan harga, meningkatkan komunikasi pemasaran, mudah dijangkau dan di akses, meningkatkan profesionalisme Sumber Daya Manusia, pelayanan sederhana dan lingkungan kerja fisik nyaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Direktur Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Temanggung dan seluruh pihak yang telah mendukung dalam kelancaran penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustriyani, N., & Rohman, hendra. (2019). Implementasi kebijakan terhadap efisiensi penggunaan tempat tidur di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. *Prosiding Seminar Manajemen Informasi Kesehatan Nasional*, 15–22.
- Argina, M., Prasetyowati, A., Murnita, R., & Asmorowati, A. (2020). Analisis Trend Penggunaan Tempat Tidur di RS Panti Wilasa Citarum Semarang Tahun 2015 – 2019. *Molecules*, 2(1), 1–12. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation>
- Arismen, Sulistiadi, W., & Chalik, A. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan RSD Kol. Abundjani Bangko di Era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(2), 97–103. <https://doi.org/10.7454/arsi.v5i2.3173>
- Defiyanti, R. S. P., Setiatin, S., & Susanto, A. (2021). Analisis Trend Dan Grafik Barber Johnson Pada Efisiensi Tempat Tidur Di Rumah Sakit X Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Perekam Dan Informasi Kesehatan Imelda (JIPIKI)*, 6(2), 119–130. <https://doi.org/10.52943/jipiki.v6i2.576>
- Dinia, M. R., Nudji, B. (2017). Perancangan Ulang Tata Letak Ruang Unit Rekam Medis dalam Peningkatan Produktivitas Kerja di Rumah Sakit Paru Surabaya. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 3(2), 39–48. [10.29241/jmk.v3i1.78](https://doi.org/10.29241/jmk.v3i1.78)
- Heningnurani, A. Y. (2019). Strategi Pemasaran RSUD H Abdul Manap Kota Jambi. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(3), 153–164. <https://doi.org/10.7454/arsi.v5i3.2897>
- Kementrian Kesehatan RI. (2009). UU no. 44 Tahun 2009 Tentang RS. *Undang-Undang Republik Indonesia*, 1, 41. <https://peraturan.go.id/common/dokumen/ln/2009/uu0442009.pdf>
- Lestari, P., & Rindu, R. (2018). Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (Marketing Mix 7P) terhadap Tingkat Kunjungan Pasien. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 7(02), 120–130. <https://doi.org/10.33221/jikm.v7i02.114>
- Maulana, N. (2020). Menelisik Strategi Pemasaran Rumah Sakit Menggunakan Market Based-Management. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 374. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2527>
- Menteri Kesehatan RI. (2020). Standar Profesi Perekam Medis dan Informasi Kesehatan. *Molecules*, 2(1), 1–12. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introductionrehabilitation>
- Ndumele, C. D, Cohen, M.S, Solberg, M, Lollo, A, Wallace, J. (2021). Characterization of US Hospital Advertising and Association With Hospital Performance, 2008 – 2016. *Jama Network Open*.4(7), 1-11. doi:10.1001/jamanetworkopen.2021.15342
- Permenkes RI No. (2022). Rekam Medis. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

- Rahma, N., Budi, I. S., & Najmah. (2014). Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Pemanfaatan Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Pelabuhan Palembang. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat Volume*, 5(1), 43–48.
<https://media.neliti.com/media/publications/57944-ID-correlation-between-marketing-mix-and-th.pdf>
- Retnaningtyas, S., woro utami, E., & Hasyim, M. (2016). Persepsi Pasien terhadap Bauran Pemasaran Rumah Sakit dan Pilihan Rumah Sakit. *Jurnal Kedokteran Brawijaya*, 29(3), 305–309.
<https://doi.org/10.21776/ub.jkb.2016.02.9.03.12>
- Safi, A., & Sulistiadi, W. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien yang diperoleh dari tingkat kunjungan pasien ke rumah sakit : Literature Review Effect of Marketing Mix on Patient Satisfaction obtained from the Rate of Patient Visits to the Hospital : Literature Review. *Jurnal ARSI*, 7(1), 1–9.
<https://doi.org/10.7454/arsi.v7i1.3675>
- Widiyanto, W., & Wijayanti, R. A. (2020). Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Bed Occupancy Rate (BOR) di Rumah Sakit Mitra Medika Kabupaten Bondowoso. *J-REMI: Jurnal Rekam Medik Dan Informasi Kesehatan*, 1(4), 529–536.
<https://doi.org/10.25047/j-remi.v1i4.2060>

Submission	25 Februari 2025
Review	11 April 2025
Accepted	29 April 2025
Publish	30 Mei 2025
DOI	10.29241/jmk.v11i1.2210
Sinta Level	3 (Tiga)
 	Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr.Soetomo p-ISSN 2477-0140, e-ISSN 2581-219X, Volume 11 No.1 2025, DOI: 10.29241/jmk.v11i1.2210 Published by STIKES Yayasan RS.Dr.Soetomo. Copyright (c) 2024 Muh Amin etc. This is an Open Access (OA) article under the CC BY 4.0 International License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).