

IR - PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

TESIS

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN RAWAT INAP
PASIEN JAMINAN PERUSAHAAN**

**(Studi Penyusunan *Customer Relationship Management* di Ciputra Mitra
Hospital Banjarmasin)**



ANNISA FITRIA

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2021**

TESIS

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN RAWAT INAP
PASIEN JAMINAN PERUSAHAAN**

**(Studi Penyusunan *Customer Relationship Management* di Ciputra Mitra
Hospital Banjarmasin)**



OLEH:

**ANNISA FITRIA
NIM 101814453026**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2021**

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN RAWAT INAP
PASIEN JAMINAN PERUSAHAAN**

**(Studi Penyusunan *Customer Relationship Management* di Ciputra Mitra
Hospital Banjarmasin)**

TESIS

**Untuk memperoleh gelar Magister Kesehatan
Minat Studi Administrasi Rumah Sakit
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Airlangga**

Oleh:

**ANNISA FITRIA
NIM 101814453026**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2021**

PENGESAHAN

**Dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis
Minat Studi Administrasi Rumah Sakit
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga
dan diterima untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Magister Kesehatan (M.Kes.)
pada tanggal 1 February 2021**

Mengesahkan

**Universitas Airlangga
Fakultas Kesehatan Masyarakat**

Dekan,

**Dr. Santi Martini, dr., M.Kes.
NIP 196609271997022001**

Tim Penguji:

**Ketua : Dr. Thinni Nurul Rochmah, Dra.Ec., M.Kes.
Anggota : 1. Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
2. Dr. Sri Widati, S.Sos., M.Si.
3. Dr. Ernawaty, drg., M.Kes .
4. Hargo Wahyuono, S.E.Ak, M.Si.
5. Budhi Setianto, S.T., M.Kes.**

PERSETUJUAN

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Kesehatan (M.Kes.)
Minat Studi Administrasi Rumah Sakit
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Airlangga**

Oleh:

**ANNISA FITRIA
NIM 101814453026**

**Menyetujui,
Surabaya, 1 Februari 2021**

Pembimbing Ketua



**Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
NIP 197111081998021001**

Pembimbing



**Dr. Sri Widati, S.Sos., M.Si.
NIP 197701162005012002**

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan**



**Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
NIP 197111081998021001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ANNISA FITRIA
NIM : 101814453026
Program Studi : Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Minat Studi : Administrasi Rumah Sakit
Angkatan : 2018
Jenjang : Magister

menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan tesis saya yang berjudul :

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN RAWAT INAP
PASIEN JAMINAN PERUSAHAAN
(Studi Penyusunan *Customer Relationship Management* di Ciputra Mitra
Hospital Banjarmasin)**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 1 Februari 2021



(ANNISA FITRIA)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: **“Analisis *Customer Relationship Management* Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Rawat Inap Pasien Jaminan Perusahaan (Studi Penyusunan *Customer Relationship Management* di Ciputra Mitra Hospital Banjarmasin)”**.

Tesis ini berisikan tentang analisis terhadap rendahnya minat kunjungan pasien rawat inap yang menjadi dasar rekomendasi *customer relationship management* sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan rawat inap. Hasil temuan diharapkan dapat membantu para praktisi rumah sakit untuk memahami konsep *customer relationship management* sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan menjadi lebih loyal terhadap rumah sakit.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya haturkan kepada yang terhormat **Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS** selaku pembimbing utama yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah memberikan dorongan, bimbingan, arahan dan saran dalam penulisan tesis ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya haturkan kepada yang terhormat **Dr. Sri Widati, S.Sos., M.Si.** selaku pembimbing kedua yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sampai penelitian ini dapat diselesaikan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Nasih, S.E., M.T., Ak., selaku Rektor Universitas Airlangga, atas kesempatan belajar di Universitas Airlangga
2. Ibu Dr. Santi Martini, dr., M.Kes., selaku Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga atas kesempatan belajar di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga
3. Koordinator Program Studi dan Ketua Minat Studi Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS, Program Magister Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga, yang telah memberikan ilmu dan memotivasi agar selalu belajar untuk lebih meningkatkan wawasannya.
4. Direktur Ciputra Mitra Hospital Banjarmasin yang telah mengizinkan melakukan penelitian
5. Seluruh responden yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua, suami dan anakku yang tercinta serta seluruh keluarga dan teman-teman yang telah mendoakan serta memberikan dukungan penuh mulai awal hingga akhir studi.

Penulisan hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan hasil penelitian ini. Dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat.

Surabaya, 1 Februari 2021

Penulis

SUMMARY

Analysis of Customer Relationship Management as an Effort to Increase Interest in Inpatient Visits for Company Insurance Patients (Study of Customer Relationship Management at Ciputra Mitra Hospital Banjarmasin)

Hospitals are required to provide satisfactory service to their customers. One of the most interesting aspects in hospital health service is how to manage the relationship between healthcare providers and patients. Ciputra Mitra Hospital (CMH) is a type C private hospital situated in Kabupaten Banjar, South Kalimantan. The costumers of this hospital are non-insured general residents, private insurance policy holders, and company-insured employees.

The background of this study is the low occupancy of inpatient unit in CMH from the company-insured employees, where only 11.4% employees utilized the inpatient facility, or an average of 65 employees per month. By the CMH marketing team, the companies cooperating with CMH are classified into ring I, II, and III, based on the distance to the hospital. This study was conducted on the companies in the ring I. In these companies, a further evaluation was conducted on the customers who have utilized the inpatient facility in CMH in 2019, the customers who have not utilized the inpatient facility CMH, but have utilized the same facility in other hospitals in 2019, and the company policies related to this issue.

Identification of actual and potential customers was conducted, based on their demographics, infographics, psychographics, satisfaction, experience, and needs for hospitals. The customers were differentiated based on their needs of inpatient facility to find out the needs of actual and potential customers towards all facilities and services in CMH inpatient unit, which then led to the development of strategic issues.

The next step was the analysis of the interaction between hospital inpatient staff and customers, conducted to improve and learn the customer needs and develop strong relationship in the form of communication and programs or activities that address the needs of the customers and partner companies of CMH, so that recommendations on strategies and service packages of CMH can be prepared in line with the needs of each customers and partner companies of CMH.

This study was observational, involving 95 respondents from the partner companies. The 95 customers were classified into actual customers who have utilized inpatient facilities (58 customers), and potential customers who have not utilized the inpatient facility (37 customers). Analysis was conducted with IDIC methods, and customer relationship management (CRM) recommendation was developed. This study was conducted to develop a recommendation in the form of CRM to increase the inpatient occupancy by partner companies of CMH Banjarmasin.

Results showed the most of actual and potential customers were in the age range of 25-35 years old, and most were females. The majority of them were staff in the companies. The factor affecting health service utilization was the

knowledge of employees on the partnership information from their HRD unit, while the duration since they find out about CMH and the distance between CMH and their homes were not associated with the health service utilization. Most of the customers were first-timers and repeat customers, while the rest were prospects who have not utilized the health service from CMH. The interaction between the hospital and partner company customers was rated as good compared to the competitors, based on RATER variable.

This study recommends that hospital must have a better approach to the partner companies and their employees. The approach must done intensively, such as monthly or annual socialization or other event, provide special facilities for the employees of partner companies, upgrade the facilities and the room cleanliness, and classify the customer as Silver, Gold, and Diamond customer based on their loyalty to the hospital as the reward for the customer, this class should be linked to the facilities they would get, the more loyal the customer, the more facilities they can utilize.

RINGKASAN

Analisis *Customer Relationship Management* Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Rawat Inap Pasien Jaminan Perusahaan (Studi Penyusunan *Customer Relationship Management* di Ciputra Mitra Hospital Banjarmasin)

Rumah sakit dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Salah satu aspek yang paling menarik dalam pelayanan kesehatan rumah sakit adalah bagaimana mengelola hubungan antara penyedia layanan kesehatan dan pasien. Rumah sakit Ciputra Mitra Hospital yang selanjutnya disebut CMH merupakan rumah sakit swasta tipe C yang terletak di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. Konsumen rumah sakit ini adalah masyarakat umum *non* asuransi, pemegang polis asuransi swasta dan jaminan perusahaan.

Latar belakang dari penelitian ini adalah rendahnya minat kunjungan pasien rawat inap jaminan perusahaan dimana hanya 11,4% karyawan yang memanfaatkan fasilitas rawat inap di CMH atau rata-rata hanya 65 orang perbulan. Perusahaan yang bekerjasama dengan CMH dibedakan oleh tim marketing CMH menjadi ring I, II dan III berdasarkan jarak. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang berada pada ring I. Dari data tersebut akan dilakukan penelusuran lanjutan terhadap *customer* yang pernah memanfaatkan fasilitas rawat inap di CMH tahun 2019 dan yang tidak pernah tetapi memanfaatkan fasilitas rawat inap di rumah sakit lain tahun 2019 serta dikaitkan dengan kebijakan yang dimiliki oleh perusahaan.

Kemudian dilakukan identifikasi terhadap *customer* aktual dan potensial berdasarkan demografi, infografi, psikografi, kepuasan, pengalaman dan kebutuhan terhadap rumah sakit untuk selanjutnya dilakukan *differentiate customer* berdasarkan *need* di ruang lingkup rawat inap untuk mengetahui kebutuhan *customer* aktual dan potensial terhadap segala fasilitas dan pelayanan di lingkup rawat inap CMH yang selanjutnya akan didapatkan isu strategis.

Tahap selanjutnya adalah dilakukan analisa terhadap interaksi staff rumah sakit bagian rawat inap dengan *customer* untuk memperbaiki dan mempelajari kebutuhan *customer* dan membangun hubungan yang kuat dalam bentuk komunikasi dan program atau kegiatan yang menjadi kebutuhan *customer* dan perusahaan rekanan di CMH Banjarmasin, sehingga dapat dilakukan analisis rekomendasi strategi maupun produk pelayanan CMH sesuai dengan kebutuhan masing-masing *customer* dan perusahaan rekanan di CMH Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional yang melibatkan 95 responden dari *customer* perusahaan. Dari 95 *customer* dibedakan menjadi *customer* aktual yaitu yang pernah memanfaatkan rawat inap sebanyak 58 orang dan potensial yang belum memanfaatkan layanan rawat inap sebanyak 37 orang. Kemudian dilakukan penelitian menggunakan *IDIC method* dan penyusunan rekomendasi CRM. Penelitian ini dilakukan untuk menyusun upaya rekomendasi berupa *customer relationship management* untuk meningkatkan kunjungan pasien rawat inap jaminan perusahaan di CMH Banjarmasin.

Hasil penelitian ini didapatkan karakteristik *customer* aktual dan potensial sebagian besar termasuk dalam rentang usia 25 – 35 tahun dengan jenis kelamin paling banyak perempuan. *Customer* aktual dan potensial mayoritas menduduki level jabatan staff. Dalam pemanfaatan penggunaan layanan yang mempengaruhi pemanfaatan adalah pengetahuan karyawan terkait informasi kerjasama dari HRD dan yang tidak mempengaruhi pemanfaatan adalah lama mengenal rumah sakit dan jarak rumah sakit ke rumah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana didapatkan jarak rumah *customer* rata-rata dengan rumah sakit dan telah lama mengenal rumah sakit CMH. Diferensiasi *customer* aktual sebagian besar hanyalah *first timer* dan *repeat customer*, sedangkan selebihnya adalah *prospect* yang belum memanfaatkan pelayanan di CMH. Interaksi pihak rumah sakit dengan customer perusahaan rekanan di CMH dengan variabel RATER dinyatakan baik jika dibandingkan pesaing.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah rumah sakit harus mampu membangun kedekatan dengan perusahaan dan karyawan perusahaan secara intensif melalui berbagai pendekatan seperti sosialisasi rutin ataupun kegiatan kesehatan lain, menyediakan fasilitas khusus bagi *customer* jaminan perusahaan, meningkatkan fasilitas dan kebersihan ruangan serta menerapkan pembagian level pelanggan sebagai reward bagi *customer* berdasarkan tingkat loyalitas menjadi *Silver, Gold dan Diamond* dengan perbedaan layanan yang didapat. Sehingga semakin loyal *customer* maka semakin istimewa layanan yang didapatkan dan sesuai dengan kebutuhan customer