

HOSPITAL UTILIZATION

HOSPITAL WARDS

TESIS

TKA 14 / 05

Sub

a.

**ANALISIS POSISI PRODUK BERDASARKAN HARAPAN PELANGGAN DALAM
MEMANFAATKAN KELAS PERAWATAN DI RSUD NEGARA
KABUPATEN JEMBRANA**



I KOMANG SUBAWA

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

**ANALISIS POSISI PRODUK BERDASARKAN HARAPAN PELANGGAN
DALAM MEMANFAATKAN KELAS PERAWATAN DI RSUD NEGARA
KABUPATEN JEMBRANA**

TESIS

Untuk memperoleh Gelar Magister
dalam Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Minat Studi Manajemen Pelayanan Kesehatan
pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga

Oleh :

I Komang Subawa
NIM : 090210346L

M I L I T
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
7 Agustus 2004

Lembar pengesahan

TESIS INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 18 Agustus 2004



Dr. R. Darmawan Setijanto, drg., M.Kes.
NIP. 131 760 381

RINGKASAN

Analisis Posisi Produk Berdasarkan Harapan Pelanggan dalam Memanfaatkan Kelas Perawatan di RSUD Negara Kabupaten Jembrana

I Komang Subawa

RSUD Negara adalah rumah sakit milik Pemerintah Daerah Kabupaten Jembrana yang merupakan rumah sakit tipe C. RSUD Negara mempunyai 5 (lima) macam kelas perawatan yang memungkinkan pelanggan untuk memanfaatkan ruang rawat inap berdasarkan kemampuan dan selera pelanggan. BOR di masing-masing kelas perawatan dalam 5 (lima) tahun terakhir cenderung menurun dan tidak merata. Hal ini tentunya menjadi masalah bagi manajemen rumah sakit, bagaimana agar BOR RSUD Negara mengalami peningkatan sehingga menambah pendapatan rumah sakit.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan upaya peningkatan pemanfaatan ruang rawat inap di RSUD Negara. Dengan mengetahui harapan pelanggan yang memanfaatkan ruang rawat inap di RSUD Negara, mengetahui produk jasa pelayanan kesehatan, sehingga dapat ditentukan posisi produk jasa pelayanan melalui pengembangan jendela pelanggan. Produk jasa pelayanan yang dimaksud adalah tarif, informasi kelas perawatan, tempat perawatan, proses atau prosedur, sumber daya manusia, jenis pelayanan dan fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit.

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan (12 April – 11 Mei 2004) dengan mengambil sumber informasi dari pelanggan yang memanfaatkan ruang rawat inap di RSUD Negara. Data sekunder diambil dari Perda tarif yang berlaku saat ini. Kondisi internal rumah sakit diobservasi oleh peneliti dibantu oleh 3 (tiga) orang perawat.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara langsung dengan panduan kuesioner dan menggunakan daftar tilik. Responden yang diambil berjumlah 120 orang yang terbagi secara proporsional di semua kelas perawatan.

Dari hasil analisis data tentang harapan pelanggan, kondisi internal RSUD Negara dan posisi produk dalam pengembangan jendela pelanggan, diperoleh isu strategi yang berada dalam posisi “Pelanggan mengharapkan produk tetapi rumah sakit tidak menyediakan” dan “Pelanggan tidak mengharapkan tetapi rumah sakit menyediakan produk” (posisi 2 dan posisi 4).

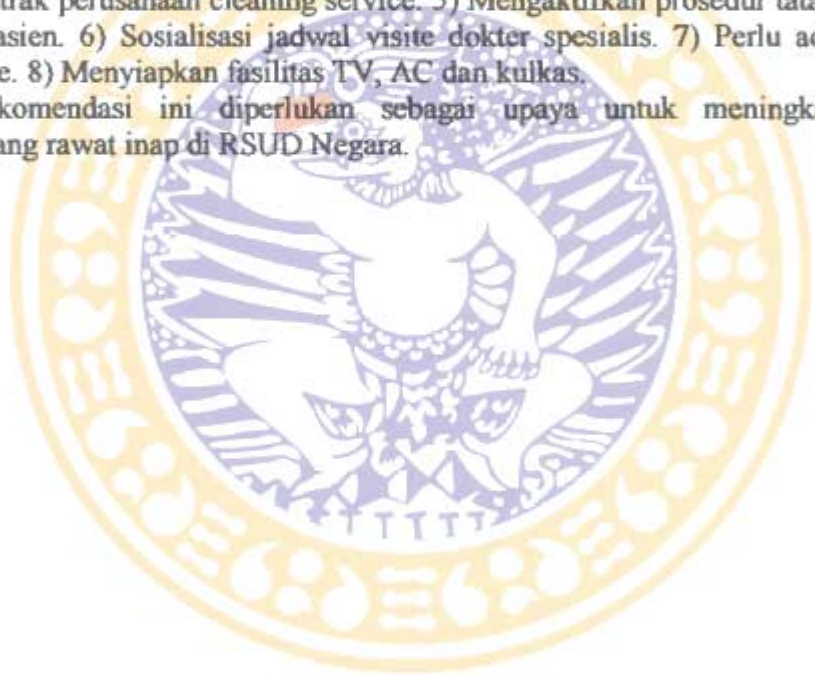
Isu strategis yang diperoleh dari pengembangan jendela pelanggan, terutama pelanggan di kelas VIP dan kelas I, terdiri dari : 1) unsur tarif, yaitu pembayaran tarif secara sentral dan peningkatan tarif yang diimbangi dengan peningkatan mutu pelayanan. 2) unsur tempat perawatan, yaitu perlu taman disekitar kelas perawatan VIP yang digunakan untuk tempat istirahat dan ruang tunggu keluarga pelanggan, pelanggan VIP tidak mengharapkan warna cat ruangan yang selalu putih, perlu kebersihan kamar mandi dan WC. 3) unsur prosedur, yaitu perlu prosedur memandikan pelanggan harus perawat dan pelanggan tidak mengharapkan waktu pemeriksaan dokter spesialis ditentukan. 4) unsur SDM, yaitu perlu dokter spesialis selalu mengingatkan tentang penyakit pelanggan, perlu perawat membangunkan pelanggan karena ada pengunjung atau tamu yang menjenguk. 5) Unsur jenis pelayanan, yaitu perlu adanya jenis pelayanan perawatan sub-spesialis (bedah saraf,

bedah jantung), perlu adanya pelayanan rontgen yang canggih (CT-Scan). 6) Unsur fasilitas, yaitu perlu fasilitas TV dikelas perawatan, perlu fasilitas AC dikelas perawatan dan perlu fasilitas kulkas dikelas perawatan.

Dari hasil analisis data tentang harapan pelanggan ternyata pelanggan di RSUD Negara belum memperoleh harapannya tentang sistem pembayaran sentral, kebersihan kamar mandi dan WC, tata cara memandikan pasien, dokter jaga diruang perawatan, peralatan CT-Scan dan dokter sub-spesialis. Sedangkan kondisi internal yang sudah dimiliki oleh RSUD Negara adalah sudah adanya penjelasan besar tarif, informasi alur perjalanan pasien, petunjuk jalan menuju ruang perawatan, jadwal nama dokter spesialis dan nama perawat diruang perawatan, cat ruangan semua berwarna putih, ada jadwal pemeriksaan dokter spesialis yang sudah pasti dan jadwal jaga perawat. Laboratorium yang dimiliki juga mempunyai fasilitas pemeriksaan yang lengkap.

Upaya untuk meningkatkan pemanfaatan ruang rawat inap khususnya di kelas I dan VIP RSUD Negara adalah : 1) Menciptakan pembayaran sentral dengan menyiapkan ruangan khusus untuk kasir yang terpisah dengan petugas lain. 2) Membuat taman disekitar ruang perawatan VIP untuk menambah kenyamanan dan keasrian sekitar ruang VIP. 3) Pengecatan ruangan VIP. 4) Menjaga kebersihan dengan mengontrak perusahaan cleaning service. 5) Mengaktifkan prosedur tata cara memandikan pasien. 6) Sosialisasi jadwal visite dokter spesialis. 7) Perlu adanya customer service. 8) Menyiapkan fasilitas TV, AC dan kulkas.

Semua rekomendasi ini diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan pemanfaatan ruang rawat inap di RSUD Negara.



ABSTRACT

Analysis of Product Position on Customer's Expectation in Utilizing Rooms of Inpatient Ward of Negara General Hospital in Jembrana Regency

I Komang Subawa

The purpose of this study is to formulate efforts to increase the utilization of inpatients rooms of Negara General Hospital. The position of health service products can be determined in customer window by knowing the expectation of customers who utilized the inpatient rooms of NGH and by understanding the product of health service provided by NGH. Health service products were tariff position, inpatient room information, place of care, process, procedure, man power, variety of service and facilities owned by NGH

This was an observational study and carried out from April to May 2004 extracting data from patients who utilized rooms of NGH (inpatients). The secondary data was drawn from the valid Government's Regulation tariff. Data was taken from direct interviews aided by questionnaires and check list from 120 respondents proportionally distributed in every classrooms.

Strategic issues drawn from customer window in VIP and first classrooms were: 1) tariff element: central payment method and "increased tariff must be synchronous with increased service quality"; 2) place element: a garden adjacent to VIP classrooms was needed for a resting place and relative's waiting place, VIP customer did not expect white as the color of rooms, the cleanliness of bathrooms and toilet could be maintained; 3) procedure element: to bathe customer must be done by nurses, customer did not expect a scheduled specialist's examination time; 4) man power element: specialist to support and encourage customers for their therapy, a nurse was needed to wake customer up if there were visitors; 5) service variety element: sub-specialist service (i.e nerve surgery, heart surgery etc.) and CT-Scan were required; 6) facilities elements: TV, air condition, and refrigerator for VIP class.

Efforts to increase the utilization of inpatient ward especially the VIP and First class rooms of NGH are: 1) to create a central payment system and to provide a special payment booth service for cashier; 2) to build a garden in the VIP area adding beauty to the compound; 3) to repaint VIP rooms; 4) to keep the cleanliness of the rooms and to control the cleaning service; 5) to active standard operating procedure (SOP) for bathing patients; 6) to socialize the visiting schedule of the specialists; 7) to provide a customer service sport; 8) to install air condition, TV and refrigerator in first class rooms.

Key words: customer window, customer's expectation, product position, utilization of inpatient's room, hospital.