

## EDITORIAL

### TANTANGAN RUMAH SAKIT

DR. dr. FX. Wikan Indrarta, Sp.A  
Dokter Spesialis Anak, Alumnus S3 UGM, Sekretaris IDI Wilayah DIY

Perubahan jaman akan memaksa Rumah Sakit (RS) harus siap bersaing. Selain tantangan dalam pelayanan pasien dalam program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), pada era globalisasi sekarang ini memaksa RS harus memahami bagaimana menyusun strategi marketing. Apa yang seharusnya dilakukan?

Kondisi politik, ekonomi, dan sosial budaya di Indonesia telah menyebabkan transisi demografis dengan adanya peningkatan populasi lansia, sehingga semakin banyak jumlah pasien geriatri. Selain itu, juga terjadi transisi epidemiologis yaitu meningkatnya penyakit degeneratif dan akibat gaya hidup manusia, yang memerlukan biaya lebih tinggi dan pengelolaan secara multi sektoral. Juga perilaku masyarakat modern, yang pada umumnya menuntut pelayanan medis yang bermutu dan keinginan untuk ikut terlibat dalam pengambilan keputusan, atas pengelolaan medis terhadap dirinya. Sebaliknya, telah terjadi perubahan sistem nilai pada diri tenaga kesehatan termasuk pada para dokter, yaitu makin menonjolnya sikap individualistik, materialistik, dan menurunnya solidaritas sosial. Selain itu, juga masih belum tingginya budaya iptek dan pemberian bobot penilaian yang lebih tinggi pada aktivitas pelayanan kesehatan, sehingga dokter di Indonesia lebih berperan sebagai pengguna dari pada pembuat iptek kedokteran. Hal ini tentu akan berpotensi dimanfaatkan oleh industri RS asing, yang pada umumnya berorientasi profit, jauh dari semangat pemerataan, kokoh secara finansial, bahkan memiliki SDM dan organisasi yang bermutu. RS tersebut akan masuk ke Indonesia dalam jaringan dengan negara asalnya, sehingga memiliki daya saing yang sangat tinggi dan berpotensi mengalahkan RS nasional.

Untuk terus dapat bertahan hidup di era globalisasi ini, masalah sumber daya manusia di RS. perlu mendapatkan perhatian yang khusus, karena merupakan aset yang berharga, yang menentukan maju dan mundurnya RS tersebut. RS merupakan suatu badan usaha yang padat karya, padat modal, padat teknologi dan padat konflik secara internal dan eksternal. Sikap RS dipengaruhi oleh berbagai hal, misalnya status RS sebagai unit yang berdiri sendiri, atau merupakan komponen dari suatu jaringan atau group RS, dan merupakan sarana pelayanan kesehatan rujukan tingkat kedua atau ketiga. Selain itu, juga aspek kepemilikan RS yang selama ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu pemerintah dan swasta. Agar dapat berkompetisi dalam era globalisasi, RS harus menerapkan rencana strategis, untuk meningkatkan SDM terutama dokter, dengan tujuan mengubahnya menjadi faktor kekuatan (*strength*) yang kompetitif. Sikap beraliansi dan bersinergi antara dokter dan RS sangat perlu untuk dikembangkan. Dalam menghadapi kompetisi global, aliansi, sinergi, kompetisi, dan ko-kreasi adalah kekuatan utama dan kunci keberhasilan dalam menghadapi globalisasi.

Rumah Sakit harus dapat mengatasi kelemahan yang menghambat untuk dapat bersaing secara global, dengan cara menyempurnakan sistem dan sarana prasarana yang mendukung peningkatan kerja sama manusia dalam sistem, dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). TQM adalah revolusi dalam falsafah dan konsep tentang manajemen, khususnya tentang manajemen mutu.

Tonggak-tonggak TQM meliputi Fokus dan tujuan akhir adalah kepuasan konsumen atau pasien RS, Dicapai dengan upaya berkelanjutan meningkatkan mutu, dengan terus-menerus menyempurnakan semua proses di RS (*Continuous Quality Improvement*), Peningkatan partisipasi dan keterlibatan setiap orang dan satuan kerja di RS, dan Menerapkan teknik dan cara yang telah terbukti efektif meningkatkan mutu.

RS perlu melakukan manajemen strategi, yaitu gabungan antara seni dan ilmu dalam hal memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi, yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya di masa datang. Dalam manajemen strategi, RS perlu menggabungkan manajemen pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer, untuk mencapai keberhasilan RS. Terdapat 5 tugas manajemen strategi di RS, yaitu meliputi mengembangkan visi strategi dan misi bisnis, menentukan tujuan, memformulasikan strategi untuk mencapai tujuan, mengidentifikasi dan melaksanakan strategi, serta mengevaluasi strategi. Selain itu, RS harus belajar dari pesaing (*benchmarking*), artinya RS perlu mempelajari apa yang dilakukan oleh RS pesaing, karena pada globalisasi tercipta pasar bebas yang berarti persaingan bebas, termasuk persaingan dalam jasa pelayanan kesehatan oleh RS. Dalam persaingan antar RS ini juga berlaku '3C' sebagai segitiga persaingan, yaitu: *Customer* (Pelanggan), *Competitor* (Pesaing), and *Corporate* (RS itu sendiri).

Kini saatnya RS harus menggunakan prinsip marketing dengan konsep dan aplikasi pemasaran berbasis *'human spirit'*. Konsep pemasaran yang sukses saat ini harus menekankan pada nilai fungsional, emosional, dan spiritual, yang memperhatikan nilai kemanusiaan. Indikasi keberhasilan bisnis RS adalah apakah pasien menjadi puas, merasa nyaman dan senang. Puas, nyaman dan senang berada dalam ranah emosional dan spiritual. Di samping itu, RS harus memikirkan layanan yang lengkap dan terpadu, dengan memiliki sarana alat kedokteran dan laboratorium berteknologi digital terkini. Untuk menjaga *'brand image'* yang modern, maka RS harus menerapkan *'Integrated Marketing Communication'* yang tepat dan efektif, *'marketing community'*, dan bahkan juga *'digital marketing'* dengan aktivasi media sosial.

RS hendaknya jangan tenggelam dalam program JKN, sebab pada era globalisasi ini RS harus melakukan manajemen strategi, termasuk menyusun strategi marketing berbasis teknologi informasi. Sudahkah kita siap?

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Malcolm Waters, 'Globalization' (Second Edition), Published by Routledge/Rawat Booksellers, ISBN 10: 0415238544 / ISBN 13: 9780415238540, 2000.
2. Scholte, Jan Aart, "The Globalization of World Politics", in Baylis, John & Smith, Steve (eds.), The Globalization of World Politics, 2nd edition, Oxford University Press. 2001.
3. Cerza, Oliver, 'Quality management in the medical appliances sector'. WiKu Editions Paris EURL. ISBN 2-84976-002-1. 2004.
4. Chenhall, RH, 'Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future, Accounting, Organizations and Society' 28. European Accounting Review, 16 (1). pp. 173-195. 2003.
5. Ketchen Jr. D. et all. "Strategy 2008-2009". New York: McGraw-Hill. 2009.

6. Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
7. Duncan, Tom. *'Principles of Advertising & IMC'*. Second Edition. Mc. Graw Hill.Inc. 2005.
8. Direktorat Pelayanan Medik dan Gigi Spesialistik Depkes RI, <http://manajemenrumahsakit.net/download/Hospital-Bylaws.pdf>
9. Chairman's Statement of the 4th East Asia Summit Cha-am Hua Hin, Thailand, 25 October 2009, ERIA (Economic Research Institute for ASEAN and East Asia), Formation June 3rd, 2008.
10. <http://www.kki.go.id/>
11. Adisasmito, W. *Kesiapan Rumah Sakit Dalam Menghadapi Globalisasi*, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia, Jakarta
12. Hasil RISKESDAS 2013 - Kementerian Kesehatan pada [www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Risikesdas%202013](http://www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Risikesdas%202013). 2008.
13. Lagace, Martha. "The Rise of Medical Tourism", Harvard Business School Working Knowledge, December 17, 2007. Retrieved July 1,. 2008.
14. Tompkins, Olga. "Medical Tourism". *AAOHN Journal*. 58 (1): 40. doi:10.3928/08910162-20091223-04. 2010.
15. Thomas Friedman, *'Hot, Flat, and Crowded: Why We Need a Green Revolution – And How It Can Renew America'*. Farrar, Straus and Giroux. 2008.