

**PERATURAN DIREKTUR
RUMAH SAKIT INTAN HUSADA**

NOMOR : 3682/A000/XI/2021

**TENTANG
PEDOMAN PENGORGANISASIAN UNIT
MARKETING DAN PROMOSI KESEHATAN
RUMAH SAKIT (PKRS)**

RS INTAN HUSADA

Jl. Mayor Suherman No. 72 Tarogong Kidul – Garut 44151

LEMBAR VALIDASI
PEDOMAN PENGORGANISASIAN UNIT *MARKETING*
DAN PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT (PKRS)
NOMOR: 3682/A000/XI/2021

		Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Penyusun	:	Muhammad Hilmy M, S. Kom	Koordinator <i>Marketing</i> Eksternal		08-11-2021
	:	Firda Dzulfahmiyanti G, SKM	Koordinator <i>Marketing</i> Internal		08-11-2021
Verifikator	:	Wahyu Suprayogo, SE. MM	Manajer <i>Marketing</i> dan Keuangan		08-11-2021
Validator	:	drg. Muhammad Hasan, MARS	Direktur RS Intan Husada		08-11-2021

LEMBAR PENGESAHAN
PERATURAN DIREKTUR RUMAH SAKIT INTAN HUSADA
NOMOR : 3682/A000/XI/2021
TENTANG
PEDOMAN PENGORGANISASIAN *MARKETING*
DAN PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT (PKRS)

DIREKTUR RUMAH SAKIT INTAN HUSADA,

Menimbang :

- a. bahwa untuk mewujudkan organisasi rumah sakit yang efektif, efisien, dan akuntabel dalam rangka mencapai visi dan misi rumah sakit sesuai tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) dan tata kelola klinis yang baik (*Good Clinical Governance*), perlu didukung oleh pengorganisasian yang baik dan dikerjakan oleh sumber daya manusia yang terampil dan berkompeten sesuai bidangnya;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana di maksud dalam huruf a di atas, maka perlu menetapkan Peraturan Direktur tentang Pedoman Pengorganisasian Unit *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS);

Mengingat :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 77 Tahun 2015 Tentang Pedoman Organisasi Rumah Sakit;
3. Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Kabupaten Garut Nomor 503/244/02-IORS.SOS/DPMPPT/2021 Tentang Izin Operasional Rumah Sakit Kelas C kepada Rumah Sakit Intan Husada;
4. Peraturan Direktur Utama PT. Rumah Sakit Intan Husada Nomor 052/PT-RSIH/X/2021-S0 Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Rumah Sakit Intan Husada;
5. Peraturan Direktur RS Intan Husada Nomor 3530/A000/XI/2021 Tentang Kebijakan Standar Manajemen Rumah Sakit;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **PERATURAN DIREKTUR TENTANG PEDOMAN PENGORGANISASIAN UNIT *MARKETING* DAN PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT (PKRS)**

Kesatu : Memberlakukan Peraturan Direktur Nomor 3682/A000/XI/2021 Tentang Pedoman Pengorganisasian *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) Di Rumah Sakit Intan Husada.

- Kedua : Pedoman Pengorganisasian *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) digunakan sebagai acuan dalam penyelenggaraan pengorganisasian pelayanan *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) di Rumah Sakit Intan Husada.
- Ketiga : Pedoman Pengorganisasian Unit *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) sebagaimana tercantum dalam lampiran ini menjadi satu kesatuan dari Peraturan Direktur yang tidak dipisahkan.
- Keempat : Peraturan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam ketetapan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Garut
Pada Tanggal : 8 November 2021

Direktur,



drg. Muhammad Hasan, MARS
NIP. 21110183633

DAFTAR ISI

LEMBAR VALIDASI	
LEMBAR PENGESAHAN	
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
BAB II	2
GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT	2
BAB III	3
VISI, MISI, DAN TUJUAN RUMAH SAKIT	3
A. Visi, Misi, dan Tujuan Rumah Sakit.....	3
B. Visi, Misi Unit	3
BAB IV	4
STRUKTUR ORGANISASI RUMAH SAKIT	4
BAB V	5
STRUKTUR ORGANISASI UNIT KERJA.....	5
BAB VI	6
URAIAN JABATAN.....	6
A. Kepala Unit <i>Marketing</i> dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS).....	7
B. Staf Admin <i>Marketing</i> dan Keuangan	10
C. Koordinator <i>Marketing</i> Eksternal.....	11
D. Staf <i>Marketing Corporate</i>	13
E. Staf <i>Marketing</i> Eksternal Area I.....	13
F. Staf <i>Marketing</i> Eksternal Area II.....	14
G. Staf <i>Marketing</i> Eksternal Area III	15
H. Staf <i>Marketing</i> Eksternal Area IV	16
I. Koordinator <i>Marketing</i> Internal.....	17
J. Staf <i>Digital Marketing Design</i>	20
K. Staf <i>Digital Marketing Video</i>	21
L. Staf <i>Marketing</i> Internal.....	22
M. Staf Operator	23
N. Staf <i>Customer Service</i>	24
BAB VII.....	26
TATA HUBUNGAN KERJA.....	26
A. Hubungan Internal.....	26
B. Hubungan Eksternal.....	27
BAB VIII.....	28
POLA KETENAGAAN DAN KUALIFIKASI PERSONIL.....	28
A. Kualifikasi Personil	28
B. Pengaturan Kerja	30
C. Perhitungan Kebutuhan Tenaga.....	31

BAB IX	32
KEGIATAN ORIENTASI.....	32
A. Orientasi Umum	32
B. Orientasi Khusus.....	32
BAB X	33
PERTEMUAN/RAPAT	33
A. Pertemuan/Rapat Insidentil	33
B. Pertemuan/Rapat Rutin.....	33
BAB XI	34
PELAPORAN	34
A. Pelaporan Bulanan.....	34
B. Pelaporan Semester	34
C. Pelaporan Tahunan.....	34
DAFTAR PUSTAKA	35

DAFTAR TABEL

Tabel 8.1 Kualifikasi Personil	23
Tabel 8.2 Pengaturan Kerja	25
Tabel 8.3 Perhitungan Kebutuhan Tenaga.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi RSIH	4
Gambar 5.1 Bagan Struktur Organisasi <i>Marketing</i>	5
Gambar 7.1 Bagan Tata Hubungan Kerja Internal	21

BAB I

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu institusi yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang mempunyai fungsi untuk memberikan pelayanan kesehatan paripurna kepada masyarakat, baik promotif, preventif, kuratif, maupun rehabilitatif, rumah sakit dituntut memiliki tata kelola organisasi yang efektif, efisien dan akuntabel. Aplikasi peran penting tersebut terwujud dalam penyelenggaraan pelayanan kesehatan oleh pengorganisasian yang berorientasi pada visi misi yang ditetapkan dan memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan manajemen peningkatan mutu dan keselamatan pasien. Pengorganisasian rumah sakit disusun dengan tujuan untuk mencapai visi dan misi rumah sakit dengan menjalankan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) dan tata kelola klinis yang baik (*Good Clinical Governance*).

Rumah Sakit Intan Husada memiliki visi menjadi rumah sakit terbaik di Priangan Timur, sedangkan salah satu misi yang diemban adalah menyelenggarakan pelayanan kesehatan paripurna dan bersikap mengutamakan keselamatan pasien dan kepuasan pasien.

Seiring dengan visi dan misi tersebut dan dalam rangka mewujudkan pelayanan yang prima maka perlu pengorganisasian yang menggambarkan uraian tugas, fungsi dan tanggung jawab serta hubungan koordinasi antar unsur organisasi di rumah sakit. Oleh karena itu perlu dibuat Pedoman Pengorganisasian Unit *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit.

Pedoman Pengorganisasian Unit *Marketing* dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit merupakan dasar atau acuan dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar kegiatan pelayanan di Unit *Marketing* berjalan efektif, efisien, dan akuntabel untuk mendukung pencapaian visi dan misi rumah sakit.

BAB II

GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT

Rumah Sakit Intan Husada salah satu rumah sakit swasta di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat yang merupakan rumah sakit yang terbentuk berdasarkan keinginan dari 20 (dua puluh) orang Dokter yang merupakan anggota Koperasi Insan Husada untuk membuat suatu pelayanan kesehatan berstandar internasional dengan pelayanan paripurna.

Rumah Sakit Intan Husada bertempat di Jl. Mayor Suherman No.72 Tarogong Kidul Garut diresmikan oleh Bupati Kabupaten Garut Bapak Rudy Gunawan, SH MH melalui *Soft Opening* pada tanggal 9 September 2014 dengan Izin Operasional Sementara yang dikeluarkan pada tanggal 5 September 2015 oleh Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Garut Nomor: 503/5930/01-IORS/BPMPT/2014 tentang Izin Operasional Sementara Rumah Sakit Intan Husada. Pada Tanggal 16 Maret 2021 RS Intan Husada memperoleh perpanjangan Izin Operasional melalui Surat Keputusan Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (DPMPT) Kabupaten Garut Nomor: 503/244/02-IORS.SOS/DPMPT/2021 Tentang Izin Operasional Rumah Sakit Intan Husada.

Dengan motto “Kami berikan yang Terbaik”, Rumah Sakit Intan Husada berupaya untuk memberikan pelayanan kesehatan yang mengutamakan kenyamanan pasien dengan menciptakan pelayanan yang menyenangkan didukung oleh Dokter-Dokter berpengalaman dibidangnya masing-masing yang merupakan Tenaga Medis yang sudah tidak asing lagi namanya di kalangan Tenaga Medis di Kabupaten Garut. Sumber Daya Manusia di Rumah Sakit Intan Husada merupakan profesi pilihan dari berbagai disiplin ilmu yang akan menunjang pelayanan baik medis maupun non medis, yang selalu mengutamakan Keselamatan Pasien dan Kenyamanan Pasien.

BAB III

VISI DAN MISI RUMAH SAKIT

A. Visi, Misi, dan Tujuan Rumah Sakit

Visi :

Menjadi rumah sakit terbaik di Priangan Timur.

Misi :

1. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan paripurna
2. Bersikap mengutamakan keselamatan pasien dan kepuasan pelanggan
3. Menjadi rumah sakit pusat rujukan bagi pelayanan kesehatan di sekitarnya
4. Melaksanakan sistem pelayanan keuangan rumah sakit yang efektif dan efisien

Motto :

Motto Rumah Sakit Intan Husada “Kami Berikan Yang Terbaik”

B. Visi, Misi Unit

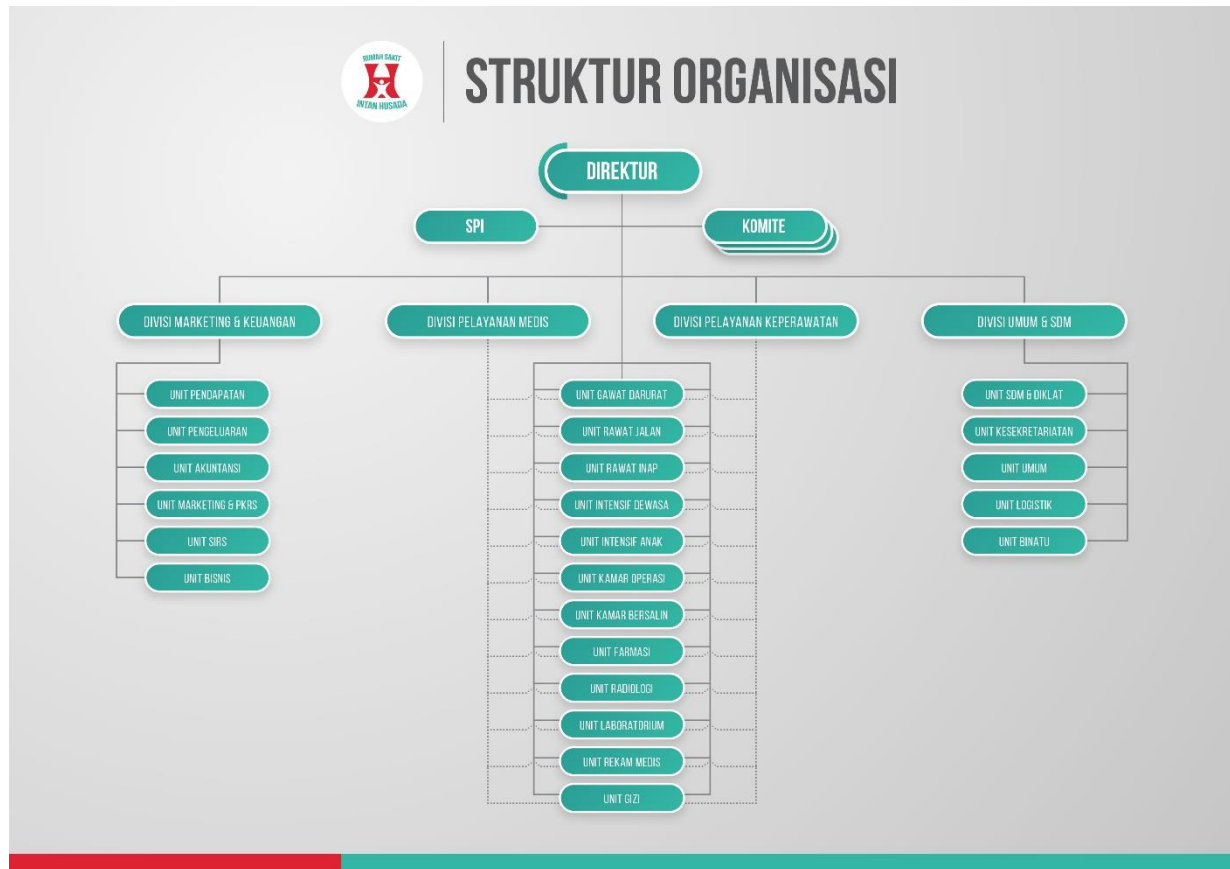
Visi :

Memberikan kesan mendalam bagi pengunjung Rumah Sakit

Misi :

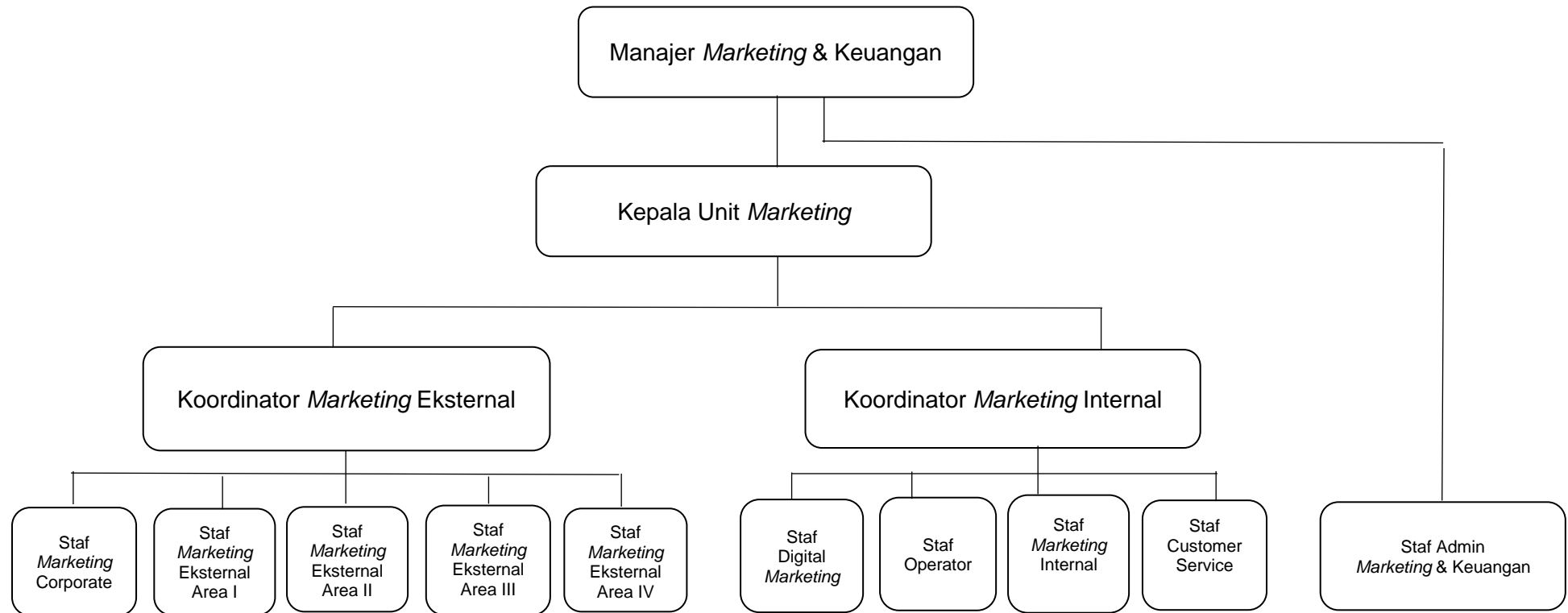
Menawarkan berbagai layanan kesehatan yang didesain dengan baik, mengedepankan *unique selling* dan *service excellent* sehingga sebanyak mungkin orang akan nyaman untuk menggunakannya”.

BAB IV STRUKTUR ORGANISASI RUMAH SAKIT



Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi RSIH

BAB V
STRUKTUR ORGANISASI UNIT KERJA



Gambar 5.1 Bagan Struktur Organisasi *Marketing* Dan PKRS

BAB VI

URAIAN JABATAN

A. Kepala Unit *Marketing* dan PKRS

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Manajer *Marketing* dan Keuangan

Yang bertanggung jawab kepadanya :

- a) Koordinator *Marketing Internal*
- b) Koordinator *Marketing Eksternal*

2. Tugas Pokok

Bertanggungjawab untuk menjamin terlaksananya penyelenggaraan proker di Unit *Marketing*.

3. Uraian Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab

Tugas:

- a) Merencanakan program pengelolaan dan bisnis Unit *Marketing* dan pengembangan (*Bussines Plan*) jangka menengah, jangka pendek/tahunan
- b) Merencanakan kebutuhan tenaga yang diperlukan untuk kebutuhan layanan jangka pendek selama setahun
- c) Merencanakan kebutuhan pengadaan sarana dan prasarana untuk kebutuhan layanan selama setahun
- d) Merencanakan kebutuhan pendidikan dan pelatihan tenaga *Marketing* jangka pendek/tahunan
- e) Menyusun pedoman pengorganisasian Unit *Marketing*
- f) Menyusun kebijakan-kebijakan terkait pelayanan di Unit *Marketing*
- g) Membuat pedoman pelaksanaan dan uraian tugas tenaga di Unit *Marketing*
- h) Menyusun prosedur kerja di Unit *Marketing*
- i) Menyusun petunjuk teknis pelaksanaan pekerjaan untuk mendukung pencapaian program kerja Unit *Marketing*
- j) Melaksanakan rencana kerja dan anggaran tahunan Unit *Marketing* yang telah disetujui direktur
- k) Menyusun laporan bulanan, tiga bulanan dan tahunan pelaksanaan program kerja Unit *Marketing*
- l) Melaksanakan program orientasi khusus bagi calon pegawai di Unit *Marketing*
- m) Melaksanakan kegiatan evaluasi, klarifikasi, dan pembinaan terhadap kinerja kedisiplinan pegawai
- n) Merencanakan SDM dan mengatur kehadiran staf (termasuk sakit, cuti, ijin, penugasan, dll)
- o) Melakukan koordinasi rutin, terjadwal dan insidental dengan tim kerja dibawah koordinasi Unit *Marketing*
- p) Melakukan koordinasi dengan pimpinan dan Unit lain, baik untuk pelaksanaan program kerja Unit *Marketing* maupun program kerja Unit lain
- q) Melakukan koordinasi dengan pemerintahan, instansi, lembaga pendidikan dan organisasi diluar rumah sakit dalam rangka pengelolaan dan pengembangan layanan di Unit *Marketing*

- r) Melakukan koordinasi dengan Kepala Unit Umum dan Kepala Unit lain terkait dalam pemilihan dan pengadaan alat yang dibutuhkan dalam pengembangan Unit *Marketing*
- s) Melakukan pembagian tugas pekerjaan kepada tim kerja dibawah koordinasi Unit *Marketing*
- t) Melaksanakan tugas pembimbingan di lingkup kerja Unit *Marketing*
- u) Memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan kepada tim kerja di lingkup koordinasi Unit *Marketing* untuk menjamin tim kerja dapat bekerja secara efektif dan efisien
- v) Memonitor, mengevaluasi, dan melaksanakan tindak lanjut dari hasil evaluasi program Unit *Marketing*
- w) Mengambil langkah-langkah yang perlu untuk menyelesaikan urusan yang berkaitan dengan tugas Unit *Marketing* baik yang berada dalam garis koordinasi maupun yang ada di unit lain
- x) Menganalisis perilaku pasar dan *positioning* rumah sakit
- y) Merencanakan strategi *Marketing* yang aplikatif dan komprehensif
- z) Merencanakan segmentasi pasar
- aa) Merencanakan program kehumasan untuk pencitraan rumah sakit
- bb) Merencanakan program edukasi kesehatan dan sasaran penyuluhan kesehatan masyarakat
- cc) Mengendalikan keteraturan, ketertiban, kejelasan seluruh pelaksanaan dan tata kerja di Unit *Marketing*
- dd) Merencanakan program orientasi pengenalan produk dan layanan kepada seluruh staf
- ee) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan sesuai Unit tugasnya;
- ff) Berpartisipasi dalam kegiatan non-operasional RS Intan Husada.

Wewenang :

- a) Memberikan masukan dan usulan perihal pengelolaan program pengelolaan dan bisnis Unit *Marketing* (*Bussines Plan*) kepada Direktur/Direksi untuk jangka menengah, jangka pendek/tahunan
- b) Memberikan masukan dan usulan perihal perencanaan kebutuhan tenaga yang diperlukan untuk kebutuhan layanan jangka pendek selama setahun
- c) Memberikan masukan dan usulan perihal perencanaan kebutuhan pengadaan sarana dan prasarana untuk kebutuhan layanan selama setahun
- d) Memberikan masukan dan usulan perihal kebutuhan pendidikan dan pelatihan tenaga
- e) Memberikan masukan dan usulan perihal pedoman pengorganisasian Unit *Marketing* kepada Direktur/Direksi
- f) Memberikan masukan, usulan, dan paraf terhadap kebijakan dan dokumen Unit *Marketing* kepada Direktur/Direksi
- g) Memberikan masukan, usulan, dan paraf terhadap pedoman pelaksanaan dan uraian tugas tenaga di Unit *Marketing*
- h) Memberikan masukan, usulan, dan paraf terhadap prosedur kerja di Unit *Marketing* kepada Direktur/Direksi

- i) Memberikan masukan, usulan, dan paraf terhadap petunjuk teknis di Unit *Marketing*
- j) Melakukan monitoring pelaksanaan rencana kerja dan anggaran tahunan Unit *Marketing* yang telah disetujui Direktur/Direksi
- k) Meminta kelengkapan data/informasi yang dibutuhkan dari unit terkait
- l) Melakukan monitoring dan evaluasi program orientasi khusus di Unit *Marketing*
- m) Memberikan masukan, saran, evaluasi, klarifikasi, dan pembinaan terhadap kinerja kedisiplinan pegawai
- n) Mengatur jadwal kerja
- o) Menandatangani dan menolak surat pengajuan cuti-cuti dan izin pegawai sesuai dengan kebijakan penerbitan regulasi rumah sakit
- p) Memberikan masukan, saran, dan evaluasi terhadap kinerja tim kerja di Unit *Marketing*
- q) Memberikan masukan, saran, dan evaluasi terhadap pelaksanaan program kerja Unit *Marketing* maupun program kerja Unit lain
- r) Memberikan masukan dan saran terhadap pengelolaan dan pengembangan layanan di Unit *Marketing*
- s) Meminta kelengkapan data/informasi perihal pemilihan dan pengadaan alat
- t) Melakukan monitoring dan evaluasi pembagian tugas pekerjaan kepada tim kerja Unit *Marketing*
- u) Menolak hasil kerja yang tidak sesuai ketentuan
- v) Memberikan masukan, usulan, dan saran terhadap tugas pembimbingan dan penelitian di Unit *Marketing* dan Pengembangan
- w) Memberikan masukan, usulan, saran, dan evaluasi kinerja
- x) Monitoring terhadap hasil kerja staf yang ada di unit-unit pelayanan Unit *Marketing*
- y) Mengusulkan pelatihan-pelatihan dan peningkatan kompetensi
- z) Mengadakan *inhouse training*
- aa) Memberikan masukan, saran, dan evaluasi terhadap pelaksanaan program Unit *Marketing*
- bb) Meminta kelengkapan data/informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan penyelesaian urusan yang berkaitan dengan tugas Unit *Marketing* baik yang berada dalam garis koordinasi maupun yang ada di unit lain
- cc) Menggunakan sumber daya yang ada untuk melaksanakan tugas-tugas yang diinstruksikan
- dd) Memberikan masukan dan saran terhadap permasalahan dalam pelaksanaan tugas
- ee) Memberikan masukan dan usulan perihal perilaku pasar dan *positioning* rumah sakit kepada Direktur/Direksi
- ff) Memberikan masukan dan usulan perihal strategi pemasaran rumah sakit kepada Direktur/Direksi
- gg) Memberikan masukan dan usulan perihal segmentasi pasar rumah sakit kepada Direktur/Direksi
- hh) Memberikan masukan dan usulan perihal program kehumasan untuk pencitraan kepada Direktur/Direksi
- ii) Memberikan masukan dan usulan perihal program edukasi kesehatan dan sasaran penyuluhan kesehatan masyarakat kepada Direktur/Direksi

- jj) Melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan dan tata kerja di Unit *Marketing* dan pengembangan
- kk) Memberikan masukan dan usulan perihal program orientasi pengenalan produk dan layanan kepada seluruh pegawai kepada Direktur/Direksi

B. Admin *Marketing* dan Keuangan

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Manajer *Marketing* dan Keuangan

Bertanggung Jawab Kepada : -

2. Tugas Pokok

Mengatur tata kelola administrasi internal dan eksternal Unit *Marketing* dan keuangan

3. Uraian Tugas dan Wewenang

- a) Mengatur tata kelola administrasi internal dan eksternal bagian *Marketing dan keuangan*.
- b) Membuat surat pengajuan SPO yang sesuai dengan daftar SPO *Marketing dan keuangan*.
- c) Mengontrol alur pengajuan SPO yang sudah di ajukan oleh *Marketing dan keuangan*.
- d) Mendistribusikan surat SPO yang telah disetujui ke bagian *Marketing dan keuangan*.
- e) Mengarsipkan SPO yang terkait dengan *Marketing dan keuangan* secara sistematis.
- f) Membuat surat pengajuan Proposal program *Marketing dan Keuangan*.
- g) Mengontrol alur pengajuan proposal yang terkait dengan *Marketing dan keuangan*.
- h) Mendistribusikan Proposal yang sudah disetujui ke Unit *Marketing dan keuangan*.
- i) Mengarsipkan Proposal *Marketing dan keuangan* secara sistematis.
- j) Membuat surat permohonan, persetujuan dan surat lainnya yang berhubungan dengan *Marketing dan keuangan*.
- k) Mengontrol alur pengajuan surat yang terkait dengan bagian *Marketing dan keuangan*.
- l) Mendistribusikan dan melaporkan surat masuk dan keluar yang terkait dengan *Marketing dan Keuangan*.
- m) Mengarsipkan surat masuk dan keluar yang terkait dengan *Marketing dan keuangan* secara sistematis.
- n) Membuat surat pengajuan laporan bulanan/laporan mingguan *Marketing dan keuangan*.
- o) Mengontrol alur pengajuan laporan yang terkait dengan bagian *Marketing dan keuangan*.
- p) Mendistribusikan laporan yang terkait dengan *Marketing dan Keuangan*.
- q) Mengarsipkan laporan yang terkait dengan *Marketing dan keuangan* secara sistematis.
- r) Mengikuti briefing dan meeting yang berkaitan dengan bagian *Marketing dan Keuangan*.
- s) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing dan keuangan*

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit
- f) Dokter Umum/Spesialis

Eksternal :

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi

C. Koordinator *Marketing Eksternal*

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Manajer *Marketing* dan Keuangan

Yang bertanggung jawab kepadanya :

- c) Staf *Marketing Corporate*
- d) Staf *Marketing Area I*
- e) Staf *Marketing Area II*
- f) Staf *Marketing Area III*
- g) Staf *Marketing Area IV*

2. Tugas Pokok

Bertanggungjawab untuk menjamin terlaksananya penyelenggaraan proker di Unit *Marketing Eksternal*.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Fungsi Perencanaan
 - 1) Menyusun rencana pengendalian dan peningkatan mutu dan keselamatan pasien di RS. Intan Husada.
 - 2) Merencanakan perubahan alur dan prosedur kerja di Unit *Marketing Eksternal*.
 - 3) Mengusulkan kebutuhan jumlah tenaga dan jenis pendidikan/pelatihan di Unit *Marketing Eksternal*.
- b) Fungsi Pengorganisasian
 - 1) Mengarahkan pelaksanaan pelayanan di Unit *Marketing Eksternal* agar sesuai dengan program kerja.
 - 2) Melakukan pengawasan pembinaan sumber daya manusia di Unit *Marketing*.
 - 3) Membina dan mengarahkan pelayanan agar sesuai dengan perjanjian kerjasama.
 - 4) Menyusun dan mengevaluasi kegiatan
 - 5) Unit *Marketing Eksternal* (monitoring kegiatan harian).
- c) Fungsi Penggerak
 - 1) Melaksanakan kebijakan, regulasi dan standar peningkatan mutu dan keselamatan pasien di RS. Intan Husada.

- 2) Melaksanakan program pengembangan pegawai dan orientasi pegawai baru untuk Staf yang bekerja di Unit *Marketing* Eksternal.
 - 3) Melaksanakan program kerja sesuai dengan anggaran berdasarkan rencana kerja tahunan.
 - 4) Menampung dan menanggulangi usul-usul serta keluhan-keluhan di pihak ketiga yang bekerja sama dengan RS. Intan Husada, serta menyampaikannya kepada Manajer *Marketing* dan Keuangan.
- d) Fungsi Pengawasan dan Pengendalian
- 1) Mengendalikan dan mengawasi kepatuhan Staf terhadap kebijakan, prosedur dan standar peningkatan mutu dan keselamatan pasien di RS. Intan Husada;
 - 2) Mengawasi dan mengendalikan pelaksanaan program kerja *Marketing* Eksternal;
 - 3) Mengawasi dan mengendalikan setiap pemakaian fasilitas dan perlengkapan di Unit *Marketing* Eksternal;
 - 4) Melakukan pengawasan kinerja pegawai di Unit *Marketing* Eksternal;
- e) Fungsi Evaluasi
- 1) Mengevaluasi pelaksanaan peningkatan mutu dan keselamatan pasien serta kinerja pegawai di Unit *Marketing* Eksternal;
 - 2) Mengevaluasi pelaksanaan barang dan fasilitas di Unit *Marketing* Eksternal.

Wewenang:

- a) Memberikan masukan tentang pelaksanaan Unit *Marketing* Eksternal kepada Direksi;
- b) Merekomendasi, menandatangani surat serta dokumen dinas yang berkaitan dengan Unit *Marketing* Eksternal
- c) al;
- d) Mengarahkan dan membimbing masing-masing Kepala Unit beserta pelaksanaannya;
- e) Menentukan skala prioritas pekerjaan;
- f) Meminta kelengkapan data dan informasi kepada unit kerja terkait.

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Direksi
- b) Komite - Komite
- c) Divisi Pelayanan Medik
- d) Divisi Pelayanan Keperawatan
- e) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- f) Divisi Umum dan SDM
- g) Unit – Unit

Eksternal

- a) Rumah Sakit yang sudah bekerja sama
- b) Klinik yang sudah bekerja sama
- c) Puskesmas yang sudah bekerja sama
- d) Perusahaan asuransi
- e) Vendor

D. Staf *Marketing Corporate*

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing Eksternal*

Bertanggung jawab kepadanya : -

2. Tugas Pokok

Memperluas jaringan kerjasama dengan perusahaan dan asuransi , serta menjaga hubungan baik dengan pasien asuransi.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Penambahan Kerjasama dengan Pihak Penjamin (Asuransi/Perusahaan).
- b) Bertanggung jawab dalam penguasaan produk-produk dan segala peraturan yang ditetapkan perusahaan-perusahaan asuransi.
- c) Memelihara hubungan baik dengan Perusahaan Asuransi.
- d) Memberikan konsultasi ataupun membantu mencari solusi untuk bagian lain jika terdapat masalah terkait Asuransi.
- e) Melaksanakan pelayanan *Medical Check Up Corporate (pelanggan asuransi)*
- f) Memelihara hubungan baik dengan Pasien Asuransi.
- g) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pelanggan.
- h) Membantu hal yang berkaitan dengan klaim Asuransi.
- i) Mengikuti briefing dan meeting yang berkaitan dengan bagian *Marketing*
- j) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing*.
- k) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti Webinar, seminar dan program penyuluhan ke
- l) sehatan di rumah sakit.
- m) Publikasi.

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit

Eksternal

- a) Perusahaan asuransi
- b) Vendor

E. Staf *Marketing Eksternal Area I*

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing Eksternal*

2. Tugas Pokok

Memperluas jaringan kerjasama dengan Dokter, bidan, dan klinik serta menjaga hubungan baik dengan pasien rujukan di Area I Garut Kota yang meliputi Kecamatan Garut Kota.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Penambahan Kerjasama dengan Dokter, bidan dan klinik di area I.
- b) Bertanggung jawab dalam penguasaan produk-produk, fasilitas dan segala peraturan yang ditetapkan RS Intan Husada.
- c) Memelihara hubungan baik dengan Dokter, bidan, dan klinik di area I.
- d) Memberikan konsultasi ataupun membantu mencari solusi untuk bagian lain jika terdapat masalah terkait rujukan.
- e) Memelihara hubungan baik dengan Pasien rujukan di area I.
- f) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pasien rujukan
- g) Membantu hal yang berkaitan dengan referral fee di area I
- h) Mengikuti briefing dan meeting yang berkaitan dengan bagian *Marketing Eksternal*
- i) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing Eksternal*
- j) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti seminar dan program penyuluhan kesehatan di rumah sakit.
- k) Publikasi

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit

Eksternal

- a) Dokter
- b) Bidan
- c) Klinik
- d) Vendor

F. Staf *Marketing Eksternal* Area II

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing Eksternal*

2. Tugas Pokok

Memperluas jaringan kerjasama dengan Dokter, bidan, dan klinik serta menjaga hubungan baik dengan pasien rujukan di Area II Tarogong yang meliputi Kecamatan Tarogong Kidul dan Tarogong Kaler.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Penambahan Kerjasama dengan Dokter, Bidan dan Klinik di area II.
- b) Bertanggung jawab dalam penguasaan produk-produk, fasilitas dan segala peraturan yang ditetapkan RS. Intan Husada.
- c) Memelihara hubungan baik dengan Dokter, Bidan dan Klinik di area II.
- d) Memberikan konsultasi ataupun membantu mencari solusi untuk bagian lain jika terdapat masalah terkait rujukan.
- e) Memelihara hubungan baik dengan Pasien rujukan di area II.
- f) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pasien rujukan.
- g) Membantu hal yang berkaitan dengan referral fee di area II.
- h) Mengikuti briefing dan meeting yang berkaitan dengan bagian *Marketing* Eksternal.
- i) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing* Eksternal
- j) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti seminar dan program penyuluhan kesehatan di rumah sakit.
- k) Publikasi

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit

Eksternal

- a) Dokter
- b) Bidan
- c) Klinik
- d) Vendor

G. Staf Eksternal Area III

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing* Eksternal

2. Tugas Pokok

Memperluas jaringan kerjasama dengan Dokter, bidan, dan klinik serta menjaga hubungan baik dengan pasien rujukan di Area III yang meliputi kecamatan Selaawi, Banyuresmi, Kadungora, Leles, Leuwigoong, Limbangan, Malangbong dan Cibatuh.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Penambahan Kerjasama dengan Dokter, bidan dan klinik di area III.
- b) Bertanggung jawab dalam penguasaan produk-produk, fasilitas dan segala peraturan yang ditetapkan RS. Intan Husada.
- c) Memelihara hubungan baik dengan Dokter, bidan, dan klinik di area III.
- d) Memberikan konsultasi ataupun membantu mencari solusi untuk bagian lain jika terdapat masalah terkait rujukan.

- e) Memelihara hubungan baik dengan Pasien rujukan di area III.
- f) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pasien rujukan.
- g) Membantu hal yang berkaitan dengan *referral fee* di area III.
- h) Mengikuti *briefing* dan *meeting* yang berkaitan dengan bagian *Marketing Eksternal*.
- i) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing Eksternal*.
- j) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti seminar dan program penyuluhan kesehatan di rumah sakit.
- k) Publikasi.

4. Hubungan Kerja/Organisasi Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit

Eksternal

- a) Dokter
- b) Bidan
- c) Klinik
- d) Vendor

H. Staf Eksternal Area IV

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing Eksternal*

2. Tugas Pokok

Memperluas jaringan kerjasama dengan Dokter, bidan, dan klinik serta menjaga hubungan baik dengan pasien rujukan di Area IV yang meliputi kecamatan Karangpawitan, Cibatu, Sukawening, Wanaraja, Cilawu, Pasirwangi, Samarang, Sukaresmi, Kamojang, dan Bayongbong.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Penambahan Kerjasama dengan Dokter, bidan dan klinik di area IV.
- b) Bertanggung jawab dalam penguasaan produk-produk, fasilitas dan segala peraturan yang ditetapkan RS. Intan Husada.
- c) Memelihara hubungan baik dengan Dokter, bidan, dan klinik di area IV.
- d) Memberikan konsultasi ataupun membantu mencari solusi untuk bagian lain jika terdapat masalah terkait rujukan.
- e) Memelihara hubungan baik dengan Pasien rujukan di area IV.
- f) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pasien rujukan.
- g) Membantu hal yang berkaitan dengan *referral fee* di area IV.
- h) Mengikuti *briefing* dan *meeting* yang berkaitan dengan bagian *Marketing Eksternal*.
- i) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing Eksternal*.

- j) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti seminar dan program penyuluhan kesehatan di rumah sakit.
- k) Publikasi.

4. Hubungan Kerja/Organisasi Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit

Eksternal

- a) Dokter
- b) Bidan
- c) Klinik
- d) Vendor

I. Koordinator *Marketing* Internal

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Manajer *Marketing* dan Keuangan

Yang bertanggung jawab kepadanya :

- a) Staf *Digital Marketing*
- b) Staf Operator
- c) Staf *Marketing* Internal
- d) *Customer Service*

2. Tugas Pokok

- a) Mencapai target penjualan rumah sakit pertahunnya;
- b) Memastikan penjualan dan promosi berjalan sesuai dengan standar prosedur operasional di bagian Internal
- c) Membuat program kerja dan mengawasi kinerja Staf *Marketing* Internal.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Merencanakan program kerja *Marketing* Internal dan pengembangan (*Bussines Plan*) jangka menengah, jangka pendek/tahunan.
- b) Merencanakan kebutuhan tenaga yang diperlukan untuk kebutuhan layanan jangka pendek selama setahun.
- c) Merencanakan kebutuhan pengadaan sarana dan prasarana untuk kebutuhan layanan selama setahun.
- d) Merencanakan kebutuhan pendidikan dan pelatihan tenaga *Marketing* Internal jangka pendek/tahunan.
- e) Menyusun pedoman pengorganisasian Unit *Marketing* Internal.
- f) Menyusun kebijakan-kebijakan terkait pelayanan di Unit *Marketing* Internal.
- g) Membuat pedoman pelaksanaan dan uraian tugas tenaga di Unit *Marketing* Internal.
- h) Menyusun prosedur kerja di Unit *Marketing* Internal.

- i) Menyusun petunjuk teknis pelaksanaan pekerjaan untuk mendukung pencapaian program kerja Unit *Marketing* Internal.
- j) Melaksanakan rencana kerja dan anggaran tahunan Unit *Marketing* yang telah disetujui direktur Internal.
- k) Menyusun laporan mingguan bulanan, tiga bulanan dan tahunan pelaksanaan program kerja Unit *Marketing* Internal.
- l) Melaksanakan program orientasi khusus bagi calon pegawai di Unit *Marketing* Internal.
- m) Melaksanakan kegiatan evaluasi, klarifikasi, dan pembinaan terhadap kinerja kedisiplinan Staf *Marketing* Internal.
- n) Merencanakan SDM dan mengatur kehadiran Staf *Marketing* Internal (termasuk sakit, cuti, ijin, penugasan, dll)
- o) Melakukan koordinasi rutin, terjadwal dan insidental dengan tim kerja dibawah koordinasi Unit *Marketing* Internal.
- p) Melakukan koordinasi dengan pimpinan dan Unit lain, baik untuk pelaksanaan program kerja Unit *Marketing* Internal maupun program kerja Unit lain.
- q) Melakukan koordinasi dengan Kepala Bagian Umum dan Kepala Bagian lain terkait dalam pemilihan dan pengadaan alat yang dibutuhkan dalam pengembangan Unit *Marketing* Internal.
- r) Melakukan pembagian tugas pekerjaan kepada tim kerja dibawah koordinasi Unit *Marketing* Internal.
- s) Melaksanakan tugas pembimbingan di lingkup kerja Unit *Marketing* Internal.
- t) Memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan kepada tim kerja di lingkup koordinasi Unit *Marketing* Internal untuk menjamin tim kerja dapat bekerja secara efektif dan efisien.
- u) Memonitor, mengevaluasi dan melaksanakan tindak lanjut dari hasil evaluasi program Unit *Marketing* Internal.
- v) Mengambil langkah-langkah yang perlu untuk menyelesaikan urusan yang berkaitan dengan tugas Unit *Marketing* Internal baik yang berada dalam garis koordinasi maupun yang ada di unit lain.
- w) Menganalisis perilaku pasar digital dan *positioning* rumah sakit.
- x) Merencanakan strategi *Marketing digital* yang aplikatif dan komprehensif.
- y) Merencanakan segmentasi pasar.
- z) Merencanakan program kehumasan untuk pencitraan rumah sakit.
- aa) Merencanakan program edukasi kesehatan dan sasaran penyuluhan kesehatan masyarakat.
- bb) Mengendalikan keteraturan, ketertiban, kejelasan seluruh pelaksanaan dan tata kerja di Unit *Marketing* Internal.
- cc) Merencanakan program orientasi pengenalan produk dan layanan kepada seluruh Staf *Marketing* Internal.

Wewenang:

- a) Memberikan masukan dan usulan perihal kebutuhan pendidikan dan pelatihan Staf *Marketing* Internal.
- b) Memberikan masukan dan usulan perihal pedoman pengorganisasian Unit *Marketing* Internal kepada Direktur/Direksi.

- c) Memberikan masukan, usulan, dan paraf terhadap kebijakan dan dokumen Unit *Marketing* Internal kepada Direktur/Direksi.
- d) Melakukan monitoring pelaksanaan rencana kerja dan anggaran tahunan Unit *Marketing* Internal yang telah disetujui Direktur/Direksi.
- e) Meminta kelengkapan data/informasi yang dibutuhkan dari unit terkait.
- f) Melakukan monitoring dan evaluasi program orientasi khusus di Unit *Marketing* Internal.
- g) Memberikan masukan, saran, evaluasi, klarifikasi, dan pembinaan terhadap kinerja kedisiplinan Staf Internal.
- h) Mengatur jadwal kerja *Marketing* Internal.
- i) Menandatangani dan menolak surat pengajuan cuti-cuti dan izin Staf *Marketing* Internal sesuai dengan kebijakan penerbitan regulasi rumah sakit.
- j) Memberikan masukan, saran, dan evaluasi terhadap kinerja tim kerja di Unit *Marketing* Internal
- k) Memberikan masukan, saran, dan evaluasi terhadap pelaksanaan program kerja Unit *Marketing* Internal maupun program kerja Unit lain.
- l) Memberikan masukan dan saran terhadap pengelolaan dan pengembangan layanan di Unit *Marketing Internal*
- m) Meminta kelengkapan data/informasi perihal pemilihan dan pengadaan alat
- n) Melakukan monitoring dan evaluasi pembagian tugas pekerjaan kepada tim kerja Unit *Marketing Internal*
- o) Menolak hasil kerja yang tidak sesuai ketentuan
- p) Memberikan masukan, usulan, dan saran terhadap tugas pembimbingan dan penelitian di Unit *Marketing* Internal dan Pengembangan
- q) Memberikan masukan, usulan, saran, dan evaluasi kinerja
- r) Monitoring terhadap hasil kerja Staf yang ada di unit-unit pelayanan Unit *Marketing*
- s) Mengusulkan pelatihan-pelatihan dan peningkatan kompetensi *Marketing* Internal
- t) Mengadakan *inhouse training*
- u) Memberikan masukan, saran, dan evaluasi terhadap pelaksanaan program Unit *Marketing*
- v) Meminta kelengkapan data/informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan penyelesaian urusan yang berkaitan dengan tugas Unit *Marketing* baik yang berada dalam garis koordinasi maupun yang ada di unit lain
- w) Memberikan masukan dan usulan perihal program kehumasan untuk pencitraan kepada Direktur/Direksi
- x) Memberikan masukan dan usulan perihal program edukasi kesehatan dan sasaran penyuluhan kesehatan masyarakat kepada Direktur/Direksi
- y) Melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan dan tata kerja di Unit *Marketing* dan Pengembangan
- z) Memberikan masukan dan usulan perihal program orientasi pengenalan produk dan layanan kepada seluruh pegawai kepada Direktur/Direksi

4. Tolak Ukur Keberhasilan

- a) Tercapainya target penjualan rumah sakit pertahunnya.

- b) Tercapainya penjualan dan promosi berjalan sesuai dengan standar prosedur operasional, di bagian *Marketing* Internal.

5. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Direksi
- b) Komite - Komite
- c) Divisi Pelayanan Medik
- d) Divisi Keperawatan
- e) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- f) Divisi Umum dan SDM
- g) Unit – Unit

Eksternal

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi.

J. Staf *Digital Marketing Design*

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing* Internal

2. Tugas Pokok

Bertanggung jawab mencapai target penjualan rumah sakit dengan melakukan kegiatan promosi dengan membuat ide-ide yang akan digunakan untuk melakukan promosi Rumah Sakit dalam rangka membangun *Brand Image*

3. Uraian Tugas dan Wewenang:

- t) Membuat rencana kerja bulanan dan mingguan.
- u) Membuat laporan bulanan/laporan mingguan.
- v) Bertanggung jawab terhadap *corporate identity* RS Intan Husada (*branding newsletter*, poster, *banner*, *flyer*, brosur, komunikasi Internal, *t-shirt* dll).
- w) Mempersiapkan konten terkait informasi layanan kesehatan yang akan dipublikasikan melalui media sosial.
- x) Membuat *design* untuk bahan promosi (seperti promo layanan Rawat Inap, promo layanan Rawat Jalan, promo penunjang medis, dll).
- y) *Management* media sosial
- z) Membangun dan Mempertahankan *Brand Image* Rumah Sakit, materi promosi dan iklan (*website*, media sosial).
- aa) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pelanggan.
- bb) Mengikuti briefing dan meeting yang berkaitan dengan bagian *Marketing*.
- cc) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing*.
- dd) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti Webinar, seminar dan program penyuluhan kesehatan di Rumah Sakit
- ee) Publikasi

Wewenang :

- a) Melakukan koordinasi dengan logistik untuk memastikan desain media promo di pesan dengan benar.
- b) Mengatur konten apa saja yang akan di *share* di Instagram, terutama konten khusus yang berkaitan dengan hari besar Islam.

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit
- f) Dokter/Spesialis

Eksternal

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi.

K. Staf *Digital Marketing Video*

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing* Internal

2. Tugas Pokok

Mencapai target penjualan rumah sakit dengan melakukan kegiatan promosi dengan membuat ide-ide yang akan digunakan untuk melakukan promosi Rumah Sakit dalam rangka membangun *Brand Image*.

3. Uraian Tugas dan Wewenang:

- a) Membuat laporan bulanan /laporan mingguan.
- b) Membuat ide-ide untuk promosi Rumah Sakit; *newsletter*, poster, banner, *flyer*, brosur, komunikasi Internal, *t-shirt* dll.
- c) Membuat video untuk bahan promosi bulanan (seperti promo layanan Rawat Inap, promo layanan Rawat Jalan, promo penunjang medis, dll).
- d) Pembuatan video edukasi kesehatan dengan narasumber Dokter-Dokter dari RS Intan Husada dan dipublikasikan melalui akun media sosial milik RS Intan Husada (*minute of health*, *podcast*).
- e) Mengambil foto untuk mempromosikan layanan, Dokter, paket, atau promo Rumah Sakit.
- f) Mengambil foto untuk dokumentasi kegiatan, baik kegiatan Internal maupun eksternal.
- g) *Management* media sosial.
- h) Membangun dan mempertahankan *Brand Image* Rumah Sakit, materi promosi dan iklan (*website*, media sosial).
- i) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pelanggan.
- j) Melaporkan Statistik Media Sosial milik RS Intan Husada (Instagram, Youtube, Facebook).
- k) Mengikuti *briefing* dan *meeting* yang berkaitan dengan bagian *Marketing* .
- l) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing* .
- m) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti Webinar, seminar dan program penyuluhan kesehatan di rumah sakit.
- n) Publikasi.

Wewenang :

1. Melakukan koordinasi dengan teknisi untuk memastikan media promo di pasang dengan tepat di area Rumah Sakit
2. Mengatur konten apa saja yang akan di masukkan ke USB untuk di tampilkan di Tv Promosi

4. Hubungan Kerja/Organisasi Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit
- f) Dokter Umum/Spesialis

Eksternal

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi.

L. Staf *Marketing* Internal

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing* Internal

2. Tugas Pokok

Melaksanakan kegiatan promosi untuk mengenalkan pelayanan yang ada di Rumah Sakit kepada pasien Rawat Inap, agar mereka mau memanfaatkan pelayanan kesehatan yang ada di RS. Intan Husada

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Menjalin hubungan baik dengan pasien (*Voice of Customer/Customer Relations*), meliputi :
 - 1) Memberikan & mengedukasi brosur terkait program *Marketing* yang sedang berlangsung
 - 2) Memberikan rasa aman dan nyaman untuk pengaduan terkait ketidaknyamanan saat di rumah sakit
 - 3) Memberikan tindak lanjut dan solusi segala bentuk pengaduan terkait ketidaknyamanan saat di rumah sakit
 - 4) Membangun pengalaman baik pasien Rawat Inap pada saat di rumah sakit
 - 5) Membina hubungan yang baik
 - 6) *k/social bounding* dengan pasien Rawat Inap bertujuan untuk menciptakan pasien-pasien setia terhadap rumah sakit
- b) Menjalin hubungan baik dengan Dokter dalam rumah sakit (*Voice of Doctor*), meliputi :
 - 1) Memberikan *gimmick* selamat ulang tahun dan selamat hari raya kepada masing-masing
 - 2) Membangun pengalaman baik Dokter pada saat di rumah sakit
 - 3) Membina hubungan yang baik terhadap semua Dokter di rumah sakit untuk pelayanan yang lebih baik lagi.
- c) Melakukan kegiatan *press release*, yaitu informasi dalam bentuk berita yang dimuat oleh *public relation out patient* rumah sakit yang disampaikan ke

pengelola pers atau redaksi media massa untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut, seperti : radio, tv, dll.

- d) Memberikan laporan bulanan, yang berisi tentang kegiatan dan kunjungan *public relation out patient*. Meliputi : nama kegiatan, tanggal, tempat kunjungan, *contact person*, hasil kunjungan.
- e) Memberikan laporan bulanan tentang media promosi yang digunakan, meliputi : penyebaran area Rawat Inap berupa brosur/*leaflet*, jumlah & biaya yang digunakan untuk menggandakan brosur/*leaflet*, mengontrol akrilik area Rawat Inap, dll.
- f) Menganalisa dan mengkliping berita dan *survey* kepuasan pelanggan Internal (pasien Rawat Inap).
- g) Memeriksa dan merespon pesan/komentar pelanggan
- h) Menawarkan pembuatan akta kelahiran kepada pasien dan membantu pembuatan akta kelahiran untuk pasien Rawat Inap RSIH
- i) Membuat laporan data *Referral Fee*
- j) Memelihara hubungan baik dengan Dokter dan bidan eksternal
- k) Mengikuti briefing dan meeting yang berkaitan dengan bagian *Marketing*
- l) Melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab lain yang berkaitan dengan bagian *Marketing*
- m) Membantu kegiatan promosi dan kegiatan lainnya seperti webinar, seminar dan program penyuluhan kesehatan di rumah sakit.

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit
- f) Dokter Umum/Spesialis

Eksternal

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi.

M. Staf Operator

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing* Internal

2. Tugas Pokok

Melaksanakan pemenuhan kebutuhan komunikasi telepon baik dari dalam maupun luar, dalam rangka mendukung aktivitas operasional rumah sakit.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Terlaksananya kegiatan dalam hal melayani masuk/keluarnya telepon.
 - 1) Melayani telepon yang masuk. Melayani permintaan telepon keluar, baik dari pasien maupun karyawan rumah sakit.
 - 2) Mampu menjaga kondisi peralatan pendukung kerja tetap baik.
 - 3) Melakukan pembersihan secara berkala terhadap alat pendukung kerja.
- b) Tersusunnya informasi laporan aktivitas baik harian. Melakukan pencatatan pemakaian telepon keluar, baik lokal, *handphone*, maupun interlokal. Mencatat

setiap telepon keluar RSIH, termasuk di dalamnya mencatat penggunaan pulsa handphone untuk pelaporan ke keuangan setiap bulannya

- c) Bertanggung jawab terhadap penyimpanan hasil pemeriksaan radiologi, laboratorium, dokumen hasil PA dan akta kelahiran
- d) Berkewajiban memberikan informasi yang jelas dan akurat terhadap setiap pertanyaan yang diajukan baik via telepon maupun *face to face*, termasuk di dalamnya pertanyaan yang muncul dari pasien/keluarga/penanggung jawab pasien maupun *walk in customer*
- e) Berkewajiban mengeskalasikan ke bagian yang lebih berwenang apabila informasi yang akan diberikan diluar kapasitas OCS.
- f) Memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap customer RSIH sesuai dengan prosedur (*for Customer Service*)
- g) Membina hubungan baik dengan seluruh bagian di RSIH
- h) Menjaga kebersihan, kenyamanan dan kerapian area kerja
- i) Melakukan *roleplay* secara berkala dengan kepala *Marketing* terkait program baru/promosi baru.
- j) Berkoordinasi dengan Koordinator *Marketing*
- k) Memberikan laporan bulanan terkait pemakaian telepon keluar, telepon masuk dan penggunaan pulsa handphone setiap bulannya.

4. Hubungan Kerja/Organisasi

Internal

- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit
- f) Dokter Umum/Spesialis

Eksternal

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi.

N. Staf *Customer Service*

1. Posisi dalam Struktur Organisasi

Bertanggung jawab kepada : Koordinator *Marketing* Internal

2. Tugas Pokok

Menjadi penghubung antara pihak Internal dan pihak eksternal rumah sakit dalam hal memfasilitasi masyarakat agar dapat mengetahui informasi pelayanan serta fasilitas RS. Intan Husada.

3. Uraian Tugas dan Wewenang

Tugas:

- a) Memberikan informasi (fasilitas, jadwal praktek Dokter, dan acara-acara yang berlangsung, dll) kepada pelanggan yang datang langsung agar pelanggan mengetahui dan tetap menggunakan fasilitas pelayanan rumah sakit.
- b) Sebagai mediasi pelanggan dalam menyampaikan dan menangani keluhan demi memberikan kepuasan terhadap pelanggan terhadap pelayanan.
- c) Menerima seluruh keluhan/masukan dari pelanggan dan melaporkan kepada Koordinator *Marketing*.

- d) Berkoordinasi dengan unit terkait untuk keluhan/masukan yang diperoleh untuk mendapatkan pemecahan masalah yang cepat dan tepat.
- e) Turut serta dalam kegiatan promosi dalam bentuk publikasi massa guna meningkatkan jumlah pelanggan.
- f) Memastikan poster, spanduk atau alat promosi lain di RS Intan Husada terpasang sesuai dengan hari.
- g) Melakukan seluruh aktivitas kerja sesuai dengan prosedur dan perdoman kerja yang berlaku.
- h) Berkewajiban memberikan informasi yang jelas dan akurat terhadap setiap pertanyaan yang muncul dari pasien/keluarga/penanggung jawab pasien maupun *walk in customer*.
- i) Memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap customer RSIH sesuai dengan prosedur (*for Customer Service*).
- j) Memberikan laporan mingguan dan bulanan, yang berisi tentang kegiatan *Customer Service*.

4. Hubungan Kerja/Organisasi Internal

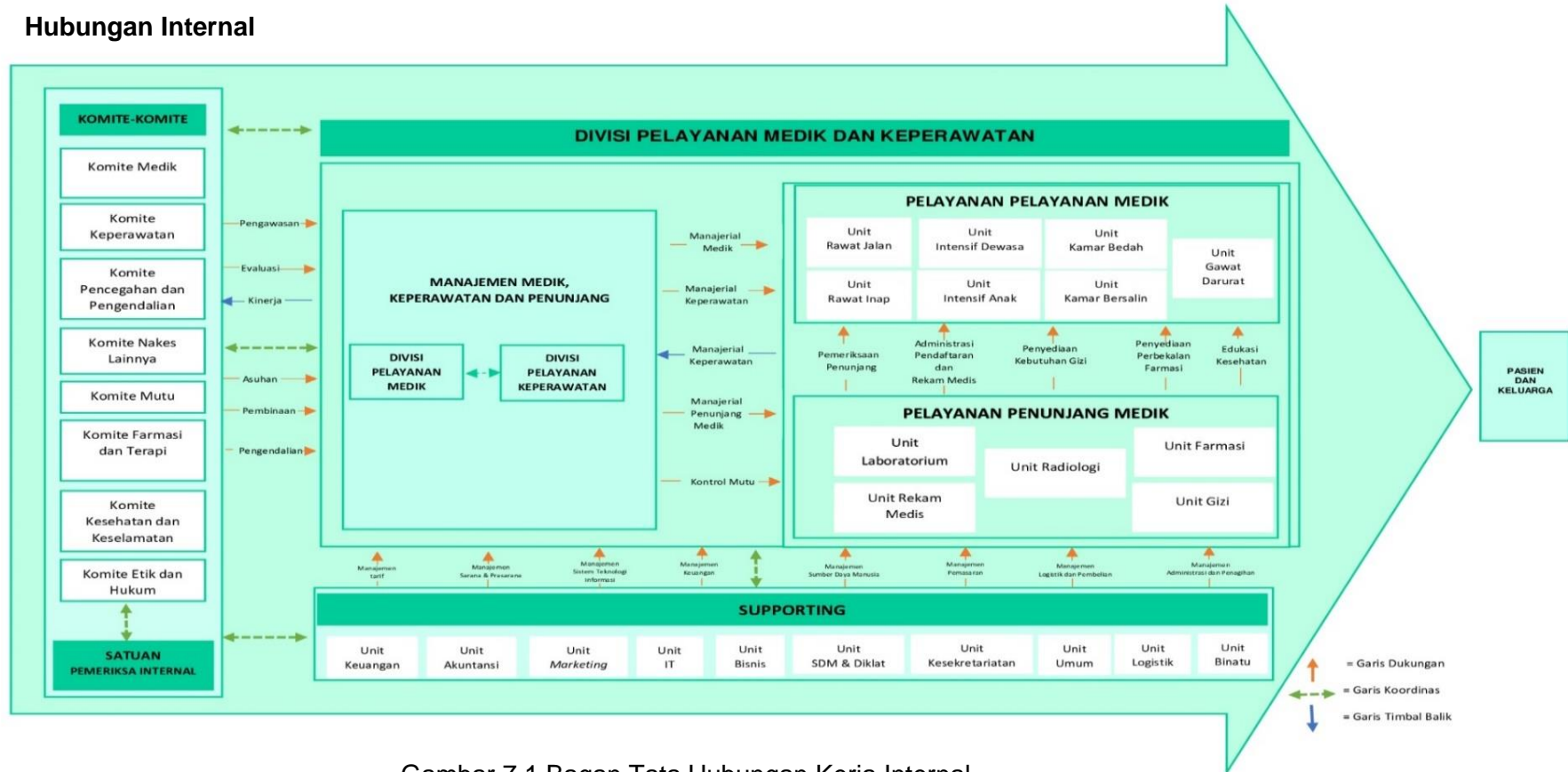
- a) Divisi Pelayanan Medik
- b) Divisi Pelayanan Keperawatan
- c) Divisi *Marketing* dan Keuangan
- d) Divisi Umum dan SDM
- e) Unit – Unit
- f) Dokter Umum/Spesialis

Eksternal :

Hubungan kerja dengan pelanggan, baik perusahaan maupun pribadi.

BAB VII TATA HUBUNGAN KERJA

A. Hubungan Internal



Gambar 7.1 Bagan Tata Hubungan Kerja Internal

B. Hubungan Eksternal

1. Rumah Sakit yang sudah bekerja sama
Rujukan *Referall Fee*
2. Klinik yang sudah bekerja sama
Rujukan *Referall Fee*
3. Puskesmas yang sudah bekerja sama
Rujukan *Referall Fee*
4. Perusahaan asuransi
Kerjasama dengan perusahaan asuransi individu atau kelompok
5. Vendor

BAB VIII

POLA KETENAGAAN DAN KUALIFIKASI PERSONIL

A. Kualifikasi Personil

Tabel 8.1 Kualifikasi Personil

No	Nama Jabatan	Pendidikan	Kualifikasi
	Kepala Unit Marketing	S1 (Semua Jurusan)	<ul style="list-style-type: none"> – Memiliki dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugas. – Memiliki nilai keteladanan dan dihormati oleh pegawai rumah sakit. – Tidak pernah melanggar peraturan kepegawaian. – Tidak pernah melakukan perbuatan tercela. – Memiliki pendidikan paling rendah strata satu, memiliki integritas. – Memiliki komitmen, konsisten dan obyektifitas.
	Staf Admin <i>Marketing</i> dan Keuangan	S1 Semua Jurusan	<ul style="list-style-type: none"> – Harus bisa bekerja dalam tim serta tampil dengan baik di bawah tekanan. – Harus dapat mengoperasikan komputer dengan mahir dalam menavigasi lewat beberapa layar. – Mempunyai kemampuan komunikasi verbal kuat, sehingga bisa berkoordinasi bersama pelanggan juga tim penjualan di luar serta manajemen penjualan lewat telepon. – Memiliki keterampilan dalam mendengar dan berkomunikasi secara baik, sehingga ketika berbicara dengan konsumen segera tanggap atas apa yang ditanyakan dan diucapkan pelanggan.
1.	Koordinator	S1 (Semua Jurusan)	<ul style="list-style-type: none"> – Pendidikan Minimal S1 (Semua Jurusan) – Memiliki dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugas. – Memiliki nilai keteladanan dan dihormati oleh pegawai rumah sakit. – Tidak pernah melanggar peraturan kepegawaian.

			<ul style="list-style-type: none"> – Tidak pernah melakukan perbuatan tercela. – Memiliki pendidikan paling rendah strata satu, memiliki integritas. Memiliki komitmen, konsisten dan obyektifitas.
2.	Staf Digital Marketing	S1 Design, S1 Komputer, S1 IT	<ul style="list-style-type: none"> – Bisa mengoperasikan Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe Photoshop – Memiliki dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugas. – Memiliki nilai keteladanan dan dihormati oleh pegawai rumah sakit. – Tidak pernah melanggar peraturan kepegawaian. – Tidak pernah melakukan perbuatan tercela. – Memiliki pendidikan paling rendah strata satu, memiliki integritas. Memiliki komitmen, konsisten dan obyektifitas.
3.	Staf Internal/Eksternal	S1 Ilmu Komunikasi, S1 Manajemen, S1 Public Relation, SMA/SMK	<ul style="list-style-type: none"> – Memiliki dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugas. – Memiliki nilai keteladanan dan dihormati oleh pegawai rumah sakit. – Tidak pernah melanggar peraturan kepegawaian. – Tidak pernah melakukan perbuatan tercela. – Memiliki pendidikan paling rendah strata satu, memiliki integritas. Memiliki komitmen, konsisten dan obyektifitas.
4.	Staf Marketing Coorporate	S1 Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> – Memiliki dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugas. – Memiliki nilai keteladanan dan dihormati oleh pegawai rumah sakit. – Tidak pernah melanggar peraturan kepegawaian. – Tidak pernah melakukan perbuatan tercela. – Memiliki pendidikan paling rendah strata satu, memiliki integritas. Memiliki komitmen, konsisten dan obyektifitas.
5.	Staf Operator	SMA/SMK	<ul style="list-style-type: none"> – Memiliki dedikasi yang tinggi dalam menjalankan tugas. – Memiliki nilai keteladanan dan dihormati oleh pegawai rumah sakit.

			<ul style="list-style-type: none"> – Tidak pernah melanggar peraturan kepegawaian. – Tidak pernah melakukan perbuatan tercela. – Memiliki pendidikan paling rendah strata satu, memiliki integritas. Memiliki komitmen, konsisten dan obyektifitas.
6.	Staf <i>Costumer Service</i>	S1 Ilmu Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> – Harus bisa bekerja dalam tim serta tampil dengan baik di bawah tekanan. – Harus dapat mengoperasikan komputer dengan mahir dalam menavigasi lewat beberapa layar. – Mempunyai kemampuan komunikasi verbal kuat, sehingga bisa berkoordinasi bersama pelanggan juga tim penjualan di luar serta manajemen penjualan lewat telepon. – Memiliki keterampilan dalam mendengar dan berkomunikasi secara baik, sehingga ketika berbicara dengan konsumen segera tanggap atas apa yang ditanyakan dan diucapkan pelanggan.

B. Pengaturan Kerja

Tabel 8.2 Pengaturan Kerja

No	Nama Jabatan	Waktu Kerja	Jam Kerja
1.	Kepala Unit Marketing	Purna Waktu	OH (<i>Office Hour</i>) Jam Kerja: Senin-Jumat Pukul 07.30-15.30 WIB. Sabtu jam 07.30-12.00 WIB.
2.	Admin <i>Marketing</i> dan Keuangan	Purna Waktu	OH (<i>Office Hour</i>) Jam Kerja: Senin-Jumat Pukul 07.30-15.30 WIB. Sabtu jam 07.30-12.00 WIB.
3.	Koordinator <i>Marketing</i>	Purna Waktu	OH (<i>Office Hour</i>) Jam Kerja: Senin-Jumat Pukul 07.30-15.30 WIB. Sabtu jam 07.30-12.00 WIB.
4.	Staf Digital <i>Marketing</i>	Purna Waktu	OH (<i>Office Hour</i>) Jam Kerja: Senin-Jumat Pukul 07.30-15.30 WIB. Sabtu jam 07.30-12.00 WIB.
5.	Staf Internal/External	Shift	Jam Kerja: Shift Pagi Pukul 07.00-14.00 WIB.

			Shift Siang Pukul 14.00-20.00 WIB. Shift Middle Pukul 10.00-17.00 WIB.
6.	Staf <i>Marketing</i> Cooperate	Purna Waktu	OH (<i>Office Hour</i>) Jam Kerja: Senin-Jumat Pukul 07.30-15.30 WIB. Sabtu jam 07.30-12.00 WIB.
7.	Staf Operator	Shift	Jam Kerja: Shift Pagi Pukul 07.00-14.00 WIB. Shift Siang Pukul 14.00-20.00 WIB. Shift Malam Pukul 20.00-07.00 WIB
8.	Staf <i>Customer Service</i>	Purna Waktu	OH (<i>Office Hour</i>) Jam Kerja: Senin-Jumat Pukul 07.30-15.30 WIB. Sabtu jam 07.30-12.00 WIB.

C. Perhitungan Kebutuhan Tenaga

Unit *Marketing* paling sedikit terdiri dari 6 orang Staf *Marketing* dan 4 orang Staf operator. Dalam melaksanakan tugasnya Kepala *Marketing* dibantu oleh :

1. Manajer *Marketing* dan Keuangan
2. Staf Digital *Marketing* (Video dan Photo)
3. Staf *Public Relation* (*Marketing* Internal dan *Marketing* Eksternal)
4. Staf *Marketing Insurance*
5. Staf Operator

Tabel 8.3 Perhitungan Kebutuhan Tenaga

No.	Nama Jabatan	Jumlah (Orang)
1.	Kepala Unit <i>Marketing</i>	1
2.	Admin <i>Marketing</i> dan Keuangan	1
3.	Koordinator <i>Marketing</i> Internal	1
4.	Koordinator <i>Marketing</i> Eksternal	1
5.	Staf Digital <i>Marketing</i>	2
6.	Staf Internal	1
7.	Staf Eksternal	4
8.	Staf <i>Marketing</i> Cooperate	2
9.	Staf Operator	4
10.	Staf <i>Customer Service</i>	1
Total		18

BAB IX

KEGIATAN ORIENTASI

Semua Staf klinis dan non klinis diberikan orientasi di RSIH dan unit kerja tempat Staf saat akan bekerja dan tanggung jawab spesifik pada saat diterima bekerja.

Keputusan untuk menempatkan seseorang sebagai Staf rumah sakit dilakukan melalui berbagi proses. Agar dapat berperan dan berfungsi dengan baik, semua Staf baru harus mengetahui dengan benar segala sesuatu tentang rumah sakit dan memahami tanggung jawab pekerjaan klinis atau non klinis untuk mencapai misi rumah sakit. Hal ini dapat dicapai melalui orientasi umum dan orientasi khusus.

A. Orientasi Umum

Setiap Staf baru wajib mengikuti orientasi yang diadakan oleh Urusan Pendidikan dan Pelatihan, hal tersebut merupakan salah satu upaya dalam memberikan gambaran secara umum atau pengenalan terhadap lingkungan rumah sakit serta unsur organisasi yang ada di Rumah Sakit Intan Husada.

Adapun materi orientasi umum yang dipaparkan kepada setiap Staf baru meliputi :

1. Pembukaan & *Introduction Company Profile* Rumah Sakit Intan Husada
2. Pengenalan Bantuan Hidup Dasar (*Code Blue*)
3. Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)
4. Sistem Penggajian
5. Teknologi Informasi Rumah Sakit
6. Peraturan Perusahaan
7. Pencegahan dan Pengendalian Infeksi
8. Mutu dan Keselamatan Pasien
9. Pengelolaan Sampah
10. *Standart Grooming & Service Excellent*
11. Satuan Pemeriksaan Internal (SPI)

B. Orientasi Khusus

Orientasi khusus dilakukan sebagai upaya untuk memantapkan Staf baru *Marketing* dalam menjalankan tugas dan wewenang sehari - hari sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada pada Pedoman Pelayanan *Marketing* dan posisi atau jabatannya.

Adapun hal-hal yang perlu disampaikan pada orientasi khusus Staf baru *Marketing* adalah sebagai berikut:

1. Pedoman Pengorganisasian, Pedoman Pelayanan, Panduan, SPO dan Formulir pada hari ke – 1.
2. Uraian kerja dan penilaian kerja hari ke – 1.
3. Pendampingan pekerjaan oleh atasan langsung sesuai Panduan dan SPO pada hari ke – 2.
4. Penggunaan atau operasionalisasi serta pemeliharaan seluruh sarana dan prasarana yang ada di *Marketing* pada hari ke - 2.

BAB X

PERTEMUAN/RAPAT

Pertemuan atau rapat di *Marketing* bertujuan untuk membahas masalah tertentu agar menghasilkan keputusan sebagai sebuah kebijakan. Dengan demikian, mekanisme rapat ini dapat dijadikan dasar hukum yang dipertanggungjawabkan bagi pengambilan keputusan di *Marketing*. Adapun pelaksanaan pertemuan/rapat di *Marketing* terdiri atas :

A. Pertemuan/Rapat Insidentil

Rapat Insidentil diadakan sesuai kebutuhan/kondisi dan sifatnya tanpa dijadwalkan terlebih dahulu, melainkan menyesuaikan dengan permasalahan yang ada di *Marketing*. Hal ini terjadi dikarenakan ada persoalan yang memerlukan penanganan dengan secepat mungkin, dimana penanganannya diputuskan melalui pertemuan antar pihak yang berkepentingan. Adapun rapat insidentil yang dilakukan antara lain meliputi :

1. Rapat Bagian
Rapat yang dilakukan oleh Kepala *Marketing* dengan seluruh jajaran bagiannya.
2. Rapat Koordinasi
Rapat yang dilakukan oleh Manajer *Marketing* dan Keuangan dengan bagian yang lain yang bukan wilayah kerjanya baik dengan bagian Internal maupun eksternal rumah sakit.

B. Pertemuan/Rapat Rutin

Rapat rutin dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Agenda rapat rutin adalah membahas terkait persoalan yang timbul di *Marketing*. Adapun jadwal rapat rutin *Marketing* antara lain meliputi :

1. Rapat Mingguan
 - Hari : Sabtu
 - Waktu : 08.00-10.00
 - Tempat : Kantor *Marketing* Eksternal
 - Peserta : *Marketing* Internal dan Eksternal
 - Materi : Pelaporan kegiatan mingguan *Marketing*
 - Kelengkapan : Laporan setiap unit Eksternal dan Internal
2. Rapat Triwulan/Semester
 - Hari : Sabtu
 - Waktu : 08.00-12.00
 - Tempat : Kantor *Marketing* Eksternal
 - Peserta : *Marketing* Internal dan Eksternal
 - Materi : Pelaporan kegiatan semester
 - Kelengkapan : Laporan setiap unit Eksternal dan Internal
3. Rapat Tahunan
 - Hari : Senin
 - Waktu : 08.00-12.00
 - Tempat : Kantor *Marketing* Eksternal
 - Peserta : *Marketing* Internal dan Eksternal
 - Materi : Pelaporan kegiatan tahunan
 - Kelengkapan : Laporan setiap unit Eksternal dan Internal

BAB XI PELAPORAN

Pelaporan adalah kegiatan penyampaian data dan informasi lisan dan tertulis yang dilakukan oleh *Marketing*. Maksud pelaporan adalah agar semua data dan informasi kinerja disajikan dan disampaikan kepada pihak yang berkepentingan dengan akurat guna mendukung pelaksanaan pengambilan keputusan manajemen.

A. Pelaporan Bulanan

1. Laporan Kunjungan Pasien RS. Intan Husada;
2. Laporan Capaian kerjasama dengan pihak ke-3 *Marketing* Eksternal perbulan;
3. Laporan Kepuasan Pasien dari Penanggung Jawab Mutu *Marketing* Internal;

B. Pelaporan Semester

1. Laporan Capaian kinerja *Marketing* Internal dan Eksternal;
2. Laporan Capaian Indikator Mutu *Marketing* Internal dan Eksternal;
3. Laporan Kepuasan Pasien dari Penanggung Jawab Mutu *Marketing* Internal;
4. Laporan Capaian kerjasama dengan pihak ke-3 *Marketing* Eksternal persemester;

C. Pelaporan Tahunan

1. Laporan Evaluasi Program Kerja *Marketing* ;
2. Laporan Jumlah Kunjungan Tahunan *Marketing* RS. Intan Husada;
3. Laporan Capaian Indikator Mutu Tahunan kepada Komite Mutu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy Purnomo, Rochmat & Cahya Ambarwati, Puput. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. Cetakan 1. Yogyakarta: Fadilatama.
- Alma, Buchari. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asra, A., Irawan, Puguh B., dan Purwoto, Agus. (2016). Metode Penelitian Survei. Bogor: IN MEDIA.
- Assauri, Sofjan. (2010). Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.