

KEPUTUSAN DIREKTUR RUMAH SAKIT INTAN HUSADA

NOMOR: Kpts-4104/A000/XII/2021

TENTANG

PROGRAM KERJA UNIT PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT (PKRS) TAHUN 2022



LEMBAR VALIDASI

PROGRAM KERJA UNIT PKRS INTERNAL TAHUN 2022 NOMOR : Kpts- 4104/A000/XII/2021

		Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Penyusun	:	Firda Dzulfahmiyanti Gandara, SKM	Koordinator PKRS Internal	Fing.	30-12.200
Verifikator	:	Wahyu Suprayogo, SE.MM	Manajer Keuangan dan PKRS	Pr	30 12.202
Validator	:	drg. Muhammad Hasan, MARS	Direktur RS Intan Husada	h.	30-12.2021



KEPUTUSAN DIREKTUR RUMAH SAKIT INTAN HUSADA NOMOR : Kpts- 4104/A000/XII/2021

TENTANG

PROGRAM KERJA TAHUNAN UNIT PKRS INTERNAL TAHUN 2022

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;
- bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana di maksud dalam huruf a di atas, maka perlu menetapkan Keputusan Direktur tentang Program Kerja Unit PKRS Internal Tahun 2022

Mengingat

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan;
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan;
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit;
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2014 Tentang Tenaga Kesehatan;
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja;
- Peraturan Pemerintah Rebuplik Indonesia Nomor 47 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perumahsakitan;
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 77 Tahun 2015 Tentang Pedoman Organisasi Rumah Sakit;



- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 129/MENKES/PER/II/2008 Tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit;
- Peraturan Direktur Utama PT. Rumah Sakit Intan Husada Nomor 052/PT-RSIH/X/2021-S0 Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja RS Intan Husada;
- Peraturan Direktur RS Intan Husada Nomor 3530/A000/XI/2021 Tentang Kebijakan Standar Manajemen RS;
- Keputusan Direktur Utama PT. Rumah Sakit Intan Husada Nomor 34/PT-RSIH/XI/2021-S2 Tentang Pengangkatan drg. Muhammad Hasan, MARS Sebagai Direktur Rumah Sakit Intan Husada;

MEMUTUSKAN

Menetapkan

KEPUTUSAN DIREKTUR TENTANG PROGRAM KERJA UNIT PKRS INTERNAL TAHUN 2022

Kesatu

Memberlakukan Keputusan Direktur Nomor Kpts-4104/A000/XII/2021 Tentang Program Kerja Unit PKRS Internal Tahun 2022.

Kedua

Keputusan Direktur tentang Program Kerja Unit PKRS Internal Tahun 2022 digunakan sebagai acuan dalam penyelenggaraan pelayanan PKRS Internal di Rumah Sakit Intan Husada.

Ketiga

Keputusan Direktur tentang Program Kerja Unit PKRS Internal Tahun 2022 sebagaimana tercantum dalam lampiran ini menjadi satu kesatuan dari Keputusan Direktur yang tidak dipisahkan.

Keempat

Keputusan 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: 30 Desember 2021

Direktur,

drg. Muhammad Hasan, MARS NIP. 21110183633



LAMPIRAN

Keputusan Direktur Rumah Sakit Intan Husada

Nomor : Kpts-4104/A000/XII/2021

Tentang: Program Kerja Unit PKRS Internal

Tahun 2022

PROGRAM KERJA UNIT PKRS INTERNAL TAHUN 2022

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rumah sakit ialah sebuah lembaga yang berwenang untuk melaksanakan pelayanan kesehatan komprehensif. Pelayanan yang diberikan berupa rawat jalan, rawat inap serta kegawatdaruratan (Undang-Undang Nomor 44/2009). Saat ini rumah sakit tidak bisa lagi dipandang hanya sebagai institusi sosial belaka, tetapi sudah menjadi institusi yang bersifat sosio ekonomis/industri jasa (dari social oriented ke private good oriented).

Bergesernya fungsi rumah sakit dari institusi sosial menjadi institusi yang bersifat sosio ekonomis/industri jasa (dari social oriented ke private good oriented) serta semakin tingginya tuntutan masyarakat akan fasilitas kesehatan yang berkualitas dan terjangkau, mau tidak mau membuat institusi ini harus berupaya *survive* di tengah persaingan yang semakin ketat sekaligus memenuhi tuntutan-tuntutan tersebut melalui *Marketing* (Yuwono, 2005)

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. Oleh karena itu dengan menerapkan strategi PKRS Internal, diharapkan dapat meningkatkan penilaian konsumen (perceived quality) terhadap Rumah Sakit. Apabila konsumen memberi persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diperoleh, pada akhirnya pandangan konsumen (corporate image) terhadap rumah sakit jadi lebih baik. Situasi tersebut bisa menaikkan rasa puas konsumen (customer satisfaction), kemudian terbentuklah konsumen yang loyal (Customer Loyality). Penyampaian yang positif dari loyalitas konsumen tentu menyenangkan bagi manajemen, karena sangat terbantu dalam memberi penyampaian yang bersifat positif kepada lingkungan masyarakat.

Ada tiga produk untuk dipasarkan, yakni : kesadaran akan program kesehatan, isi pesan dari informasi program untuk disampaikan, dan pilihan yang terkait gaya hidup sehat. Strategi PKRS Internal dan PKRS sangatlah tepat diterapkan pada sebuah lembaga kesehatan, misalnya rumah sakit. Karena Rumah Sakit Intan Husada adalah lembaga yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan bagi masyarakat, yang juga memiliki unsur komersil dan unsur sosial.

Sebuah tim yang solid mutlak diperlukan untuk dapat berkoordinasi dengan semua bagian dan unit dalam organisasi rumah sakit, untuk itu diperlukan suatu pedoman yang menjadi acuan dalam layanan di unit *PKRS*.



B. Tujuan

1. Tujuan Umum

Meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan serta meningkatkan pendapatan Unit PKRS di RS Intan Husada

2. Tujuan Khusus (sesuai dengan tujuan umum dan RKA)

- a) Meningkatkan standar layanan dengan pembuatan Regulasi Unit PKRS
- b) Meningkatkan mutu layanan Unit PKRS
- c) Meningkatkan kualitas Unit PKRS
- d) Meningkatkan Pendapatan Unit PKRS

BAB II KEGIATAN POKOK DAN RINCIAN KEGIATAN

A. Kegiatan Pokok dan Rincian Kegiatan

No	Kegiatan Pokok	Rincian Kegiatan	Pelaksana	Sasaran		
1.	Increase Profit (Meningkatkan Pendapatan)	- Penambahan kerjasama dengan pihak ke 3 (15 penjamin) dan 12 perusahaan	Koordinator PKRS Eksternal	100%		
2.	Increase Number Of Customer (Meningkatkan Pelanggan Baru)	 Optimalisasi dengan menggunakan media promosi Garut Update dan iklan di Radio Reks Membuat dan mendistribusikan Media promo (Brosur utama/layanan/stiker, leaflet, Roll Banner) Membuat design Sticker lift Membuat Design Akrilic Di Lift Melakukan promosi melalui media Tv Melaksanakan Promo Giveaway 	Koordinator PKRS Internal dan staf pkrs desain grafis, staf PKRS desain video	100%		
33	Close Medical Services Gap Program (Meningkatkan Pelanggan Baru Dengan Mempertahankan Pelanggan Lama, Memenuhi Kebutuhan & Keinginan Terkait Layanan Yang Diberikan)	 Survey Kepuasan Pelanggan Rawat inap (Pengisian Kuesioner 10 pasien sehari) & Rawat jalan 15 pasien sehari Survey Kompetitor Tarif dan Pelayanan RS sekitar Garut, Tasikmalaya, dan Bandung sesuai dengan kebutuhan Pemberian hasil foto bayi berupa figura foto bagi pasien lahiran di RS. Intan Husada (Welcome to the world) Pemberian merchandise bagi pasien anak di rawat jalan berupa Hotwheels dan sticker anak (Happy Kids) Pemberian kue ulang tahun untuk 	Koordinator PKRS Internal, staf PKRS Internal dan Pelayanan Medis			



	pasien rawat inap yang berulang tahun saat di rawat di RS Intan Husada - Pemberian makanan (kurma) bagi seluruh pasien rawat inap yang dirawat pada hari raya idul fitri di RS Intan Husada - Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) di poliklinik 1 dan 2 tiap hari kamis - Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) Geriatri		
Doctor Participan Campaign (Menarik Pelanggan Baru Dengan Memberikan Pengaruh Dari Partisipasi Dokter)	- Kerjasama Talkshow Spesialis di Radio Reks	Koordinator PKRS Internal dan PKRS desain video	
Doctor Relationship Campaign (Menarik Pelanggan Baru Dengan Memberikan Pengaruh Menjalin Hubungan Dengan Dokter)	 Pembuatan design ulang tahun dokter RS Intan Husada Pemberian Referral Fee rawat inap dan penunjang medis kepada dokter atau bidan eksternal Kunjungan ke seluruh dokter dan bidan area marketing eksternal (10 kunjungan dalam sehari kerja) Melakukan kunjungan ke dokter internal (Voice of Doctor) 	Koordinator PKRS Internal, PKRS desain grafis, dan staf PKRS area	
Apibility Demonstration Campaign (Menarik Pelanggan Baru Dengan Meningkatkan	 Membuat video edukasi kesehatan oleh dokter dengan waktu 1 - 2 menit yang ditampilkan di TV Promosi (minute of health) Membuat video diskusi kesehatan dengan dokter internal (podcast) Video Promosi (promosi event, fasilitas, 	Koordinator PKRS Internal dan staf pkrs desain grafis, staf PKRS desain video	100%



Kesadaran M Demonstrasi Kemampuan	program baru rumah sakit)		
5 Terakreditasi Oleh LAM-KP	- Pembuatan pedoman organisasi	Koordinator PKRS Internal dan Koordinator PKRS Eksternal	100%

B. Sasaran

Sasaran Program Kerja Unit PKRS secara spesifik, terukur dan jelas sesuai dengan tujuan dari RS Intan Husada Garut.

C. Anggaran

Anggaran kegiatan yang dimasukan dalam program kerja tahunan merupakan perkiraan biaya yang langsung yang dibutuhkan untuk kegiatan tersebut.

D. Penjadwalan

Jadwal kegiatan Program Kerja diatur sedemikian rupa dengan dikoordinasikan dengan pihak terkait, jadwal kegiatan dibuat per bulan dalam satu tahun



E. Jadwal Kegiatan

RENCANA PROGRAM, KEGIATAN, INDIKATOR, DAN TARGET KINERJA UNIT MARKETING RUMAH SAKIT INTAN HUSADA TAHUN 2022

Tujuan		Sasaran	Indikator Sasaran	P	rogram dan Kegiatan	Data	Indikator Kinerja Program (Outcome) dan Kegiatan (Output) Data														
1			1			Awal	1	2	3	4 3		6	7	8	9	100	11	1 42	Data Akhir	Ang. Biava	Penangg
Tujuan I								7			10	- 11	12	12	14	16	15	12	Akhir		g Jawa
INCREASE PROFIT (MENINGKATKAN PENDAPATAN)	1.1	Kerjasama dengan Pihak ke-3	Meningkatnya pendapatan Rumah Sakit melalui kerja sama dengan penjamin (Asuransi) dan perusahaan sebesar 6%	1.1.1	Penambahan kerjasama dengan pihak ke 3 (15 penjamin) dan 12 perusahaan	0%													100%		Marketin Eksterna Corporati
Increase Number	11. 4	12																			1
Meningkatkan Pelanggan Baru)	10.1	Meningkatnya pelanggan baru sebesar Rumah Sakit melalui Website dan media sosial	Peningkatan jumlah like viewers di Garut Update dan radio reks sebesar 10% setiap post	11,3.1	Optimalisasi dengan menggunakan media promosi Garut Update dan iklan di Radio Reks	0%													100%		Digital Marketing
	11.2	Meningkatnya	Peningkatan invoice	11.2.1	Membuat dan	24													1		1
	pelanggan pa baru Rumah da Sakit melalui Ini	baru Rumah Sakit melalui	pasien baru rawat jalan dan rawat inap RS Intan Husada sebesar		mendistribusikan Media promo (Brosur utama/layanan/stiker, leaflet, Roll Banner)	0%													100%		Marketing Eksternal dan Marketing
				11.2.2	Membuat design Sticker lift	0%	C. 191	12.39	191					_	-	-	-	-	100%		Internal
		1		11.2.3	Membuat Design	0%						-							100%	2.370.000	Digital Marketing
				11.2.4	Akrilio Di Lift Melakukan promosi	0%													100%		Digital
	11.2	44			melalui media Tv	0.76													100%		Marketing Digital
	11,3	Meningkatnya pelanggan baru Romah Sakit melalui lomba online	Penambahan followers dan subsoriber media sosial sebesar 30 perbulan	II.3.1	Melaksanakan Promo Giveaway	0%													100%	6.000.000	Marketing Digital Marketing
ujuan III								_													
Close Medical	111.3	Terpenuhinya	Tersedianya data	18.1.1	Survey Kepuasan	0%				-											
Services Gap Program (Meningkatkan Pelanggan Baru Dengan Mempertahankan Pelanggan Lama,		kebutuhan dan keinginan pasien melalui survey kepuasan pelanggan (VOC)	survey kepuasan pelanggan RS Intan Husada sebanyak 25 pasien sehan		Pelanggan Rawat inap (Pengisian Kuesioner 10 pasien sehari) & Rawat jalan 15 pasien sehari														100%		Public Relation & Customer Service
Memenuhi	111.2	Terpenuhinya kebutuhan dan	Tersedianya data tarif	111.2.1	Survey Kompetitor	0%			-	-		-									
Kebutuhan & Keinginan Terkait Layanan Yang Diberikan)		keinginan pasien melalui survey kompetitor dan tarif pelayanan RS	Rumah Sakit pesaing di wilayah Garut, Tasikmalaya, dan Bandung		Tarif dan Pelayanan RS sekitar Garut, Tasikmalaya, dan Bandung sesual dengan kebutuhan														100%		Staf Marketing Eksternal
		Penambahan	Bertambahnya	111.3.1	pemberian hasil foto	0%										-		-014		- 1	
		baru dengan stategi pengembanga	pelanggan baru dengan mempertahankan pelanggan lama pasien		bayi berupa figura foto bagi pasien lahiran di RS. Intan Husada (Welcome to the world)														100%	8.400,000	Digital Marketing
			Bertambahnya pelanggan baru	111.3.2	Pemberian	0%						-	-								
		dengan baru dengan mempertahankan		merchandise bagi pasien anak di rawat jalan berupa Hotwheels														00%		Public Relation,	

RUMAH SAKIT

							114	AN HU	SADA								
	dengan state pengembang program rawi inap	pelanggan ban dengan stategi pengembangan program rawat	mempertahankan pelanggan lama pasien		Pemberian kue ulan tahun untuk pasie rawat inap yan berulang tahun saat o rawat di RS Inta Husada Pemberian makana	n B Si				61	198				100%	7.200.0	Public Relation
			pelanggan baru dengan mempertahankan pelanggan lama pasien rawat inap	111.4.2	Pemberian makana (kurma) bagi selurul pasien rawat inap yani dirawat pada hari raya idul fitri di RS Intar Husada										100%	3.000.00	Public Relation
	111.5	Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pasien melalui Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS)	Terlaksana PKRS sejumlah 4 kegiatan dalam satu bulan	HI.5.1	Promosi Kesehatar Rumah Sakit (PKRS) d poliklinik 1 dan 2 tias hari kamis										100%		Koordinat: Marketing Internal
				III.5.2	Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) Geriatri												-
ujuan IV																	1
Doctor Participan Campaign (Menarik Pelanggan Baru Pengan Memberikan Pengaruh Dari Partisipasi Dokter)	IV.1	Penambahan pelanggan baru melalui pengaruh dan partisipasi dokter	Meningkatkan pasien dokter spesialis RS Intan Husada	IV.1.1	Kerjasama Talkshow Spesialis di Radio Reks												Digital Marketing
ujuan V	-			-													1
octor Relationship	V.1	Penambahan	Bertambahnya	1/11											-		
ampaign (Menarik elanggan Baru engan Memberikan engaruh Menjalin ubungan Dengan		pelanggan baru melalui pengaruh dan menjalin hubungan	pelanggan baru dengan memberi perhatian dan jalinan hubungan melalui Great Idul fitri Dokter dan owner		Great idul fitri dokter RS Intan Husada											22.750.000	Marketing Eksternal da Marketing Internal
okter)		RS Intan Husada	Bertambahnya pelanggan baru dengan memberi ucapan Ulang Tahun Dokter		Pembuatan design ulang tahun dokter RS Intan Husada												Digital Marketing
	1	nap dan penunjang medis melalui	Bertambahnya pendapatan rawat inap dan penunjang medis dari rujukan eksternal sebesar 6%		Pemberian Referral Fee rawat inap dan penunjang medis kepada dokter atau bidan eksternal											-	Marketing Eksternal
	1	menjalin hubungan dengan dokter dan bidan	Terjalin Kerjasama dengan tenaga kesehatan seluruh area marketing eksternal (310 dokter dan bidan)	V.3.2	Kunjungan ke seluruh dokter dan bidan area marketing eksternal (10 kunjungan dalam sehari kerja)	10%									83%		Marketing Eksternal Area
	100000000000000000000000000000000000000	Penambahan Pelanggan baru Melalui		V.4.1 A	delakukan kunjungan ke lokter internal (Voice of Octor)												Public Relation,



uluan VI pibliib	V3.1	Penambahan	Bortambahnya	-				TAN HU	1	1	1 1									
emonstration ampaign (Menarik elanggan Baru engan		belanggan ben dengan meningkatkan Kesadaran	branding video	VELL	Membuat video edukasi kesenatan oleh dokter dengan waktu 1 - 2 menit yang ditampilkan di TV Promosi minute	GNu												100%		Dispress Mark est
eningkatkan esadaran Merk		masyanakat melalul merk/branelng	Bertambahinya polanopan baru melalu	V1.1.2	of health) Monitoret video dishus!	0%		-												
emonstrasi emampuan)		Ruman Sakit	Bertambahnya		Kesehatan dengan doktor Internal (podcast)															Exams Market
			pelanggin baru melalu branding video Promos	0.	Video Promosi (promosi event, fasilitas, promo atau diskon prestasi dan program banu ruman sakiti	0%														Crons Markett
			Bertambahnya pelanggan baru melalu branding pembagian	VI.1.4	Pembuatan kalender diduk 2023	0%												100%		Cvarue
			karender Bertambahnya perandean baru melalu	V1.1.5	Fiver han besar	0%		01111111111											25.020.000	Markers
			branding hari terbuka Betambahnya peranggan baru mera	VI.1.6		6%												100%		Di griss Mark ett
			branding flyer Promosi		promosi (promosi gvent, fasilitas, promo can program baru rumah													100%		(Displace)
Wan VIII				-	(SANCE)															
akreditasi Oleh R3 Peringkat		Requitasi dan sekumentasi	Ters ediany a pedeman marketing	VII.1.1		0%				_								_		
sar	10	ENARS ISSUED	manusang		organisas) marketing dan purs													100%		Koording
		1.3		VII.1.2	Pembuatan panduan Kempiain	C/9/4				-	\rightarrow	-	-	+	+	+		100%		Marketti Ekstern
				VII.1.3	Peribuatan pedoman pelayahan maketing	D7%					-	-	+	-	_					Micrordina Micrordina Internativa
			Torsedianya Penguan Marketing Eksternal	VIII.1.4	dan pira Perskuatan Pensir referral tee	(27k)	\vdash				\rightarrow	-			_			100%		Kocosina Markati Ekstern
				VII.1.5	Pembuatan Pendir	0%	-			_	_							HOCHL		Manuatin
-				VR.1.6	transportes Pembuatan Pentir	0%				_								100%		Eksterni Kolondina Manuatin
			Tersedianya SPO	VII.1.7	Bonus Marketing Pembustan SPO	0%											1	icen.		Kiokodimat Majduptin
			Mark offing Elestema		kunjungan imarketing ekstemal Pembuatan SPO												1	100%		Elizations Koordinat Marketin
					penyerahan Referral Foe	10/16											1	100%		Elestarra Kockstnar Marketin
					Referral Fee	0%								\top	+		1	00%		Ek aterma Krowedinah
				0	Pembuatan SPO Monyambungkan Mespon	0%								+	+-		1	00%		Marketin Eksterna Koonsinati
				1	Pembuatan SPO Mengangkat Telepon	0%					\top				+	+	1	00%		Marketin Internal Koordinas
				2	Pembuatan SPO Kegiatan PKRS	0%				\top	+	+			7		11	00%		Manuelling Informal Klockolinyab
		-		VII.1.1	Pembuatan SPO Voice of doctor	0%				_	_	+	+				10	00%		Minute estimate (Anticestrial (Kickonstimate)
				VII.1.1	Pembuatan SPO Voice of customer	EN.		_	-	+	+	-	+-	+			10	oens		Ministrations (Imborned
				VIII.1-1 (Spo pembuatan desain	0%		-	-	+	-	-	+-	-	-			00%		Micrordinate Microsofting Informal
				V=1.1	SPO perroustan desain.	6%	\vdash	-	-	-	-	-	-	+-	_					Moorelmano Marketing Internal
			-	VII.1.1 F	Pembuatan SPO PKS	00%		-	_	-				_				00%		Kodedinato Marketina Internal
					- The second second			- 1				- 1			1		10	10%		Koomingso



F. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan berdasarkan

- 1. Ketepatan waktu pelaksanaan
- 2. Pencapaian terhadap sasaran
- 3. Kesesuaian antara anggaran dan realisasi biaya
- 4. Kendala-kendala yang dihadapi

Pelaporan evaluasi kegiatan disusun dalam bentuk laporan kegiatan oleh Penanggung jawab kegiatan dan dikoordinasikan dengan unit terkait. Pelaporan paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai kegiatan. Laporan berisi tentang kegiatan berisi undangan, materi, daftar hadir, notulensi dan bukti kegiatan lain (dokumentasi foto)

BAB III PENCATATAN, PELAPORAN DAN EVALUASI PROGRAM KERJA

A. Pencatatan

Pencatatan dilakukan oleh Koordinator Unit PKRS RS Intan Husada yang meliputi pencatatan laporan kegiatan PKRS eksternal serta laporan cepat tanggap komplain dan laporan kepuasan pasien terhadap pelayanan di RS Intan Husada.

B. Pelaporan (sesuaikan)

Pelaporan Program Kerja Unit PKRS diantaranya

- 1. Laporan Mingguan seluruh kegiatan unit PKRS
- 2. Laporan Bulanan seluruh kegiatan unit PKRS
- 3. Laporan Tahunan seluruh kegiatan unit PKRS

C. Evaluasi (sesuaikan)

Evaluasi dilakukan dengan melakukan pelaporan setiap bulan ke Manajer Keuangan dan PKRS untuk dilakukan tindak lanjut dan evaluasi dalam peningkatan mutu pelayanan di Unit PKRS

Direktur,

drg. Muhammad Hasan, MARS

NIP. 21110183633