

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang telah diuraikan, serta didasarkan pada analisis data penelitian tentang *marketing public relations* Rumah Sakit Islam Jemursari dalam mempertahankan *public trust*, maka dapat disimpulkan untuk menjawab fokus penelitian dan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Proses *marketing public relations* Rumah Sakit Islam Jemursari dalam mempertahankan *public trust*
  - a. Proses *marketing public relations* RSI Jemursari berjalan dari hubungan kerjasama antara divisi *marketing* dan *public relations* yang menjadi satu bidang yaitu Bidang Informasi dan Kerjasama. Dimana hubungan antara keduanya saling mempengaruhi satu sama lain. Setiap kegiatan Rumah Sakit yang dijalankan oleh *marketing*, maka *public relations* juga ikut serta membantu didalamnya sehingga kedua divisi tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain.
  - b. Pembagian *job disk* yang berbeda meskipun dalam satu kesatuan bidang yang sama. *Marketing* RSI Jemursari beroperasi pada bagian eksternal Rumah Sakit, sedangkan *public relations* RSI Jemursari beroperasi pada bagian internal Rumah Sakit. *Marketing* yang mengetahui seluk beluk instansi dan segala hal yang berhubungan dengan instansi, kemudian

segala hal yang berkaitan dengan instansi tersebut disosialisasikan kepada *public relations*. Segala hal yang berkaitan dengan masalah internal Rumah Sakit terutama pasien maka *public relations* yang menanganinya. Namun jika menyangkut promosi Rumah Sakit, kedua divisi tersebut berjalan beriringan.

- c. Jalannya *marketing public relations* RSI Jemursari tidak hanya berhubungan dengan kedua divisi *marketing* dan *public relations* saja, namun juga melibatkan para medis Rumah Sakit. *Marketing public relations* RSI Jemursari selalu menggandeng para medis Rumah Sakit karena jasa dari para medis tersebut adalah produk utama Rumah Sakit. Tanpa adanya para medis Rumah Sakit, usaha mempertahankan *public trust* tidak akan berjalan dengan baik. Para medis Rumah Sakit selalu ikut serta dalam kegiatan eksternal maupun internal *marketing public relations*, karena dengan adanya para medis profesional akan menambah keyakinan masyarakat terhadap Rumah Sakit.

## 2. Strategi yang dilakukan *marketing public relations* Rumah Sakit Islam Jemursari dalam mempertahankan *public trust*

- a. Strategi pertama yaitu selalu membentuk citra positif Rumah Sakit di mata masyarakat. Usaha membentuk citra tersebut antara lain dengan mengikuti kegiatan yang melibatkan banyak massa, yaitu antara lain mengikuti bakti sosial, *car free day*, dan jalan sehat gubernur atau kegiatan yang diadakan oleh pemerintah kota. *Marketing public relations* juga melakukan promosi Rumah Sakit melalui Radio SAM FM

dengan acara memberikan saran-saran kesehatan kepada masyarakat umum. Selain itu juga, Rumah Sakit sering mengadakan seminar-seminar seputar kesehatan dan Rumah Sakit kepada pasien dan masyarakat awam.

- b. Strategi selanjutnya yaitu dengan meningkatkan pelayanan Rumah Sakit pada pasien. Dalam rangka meningkatkan pelayanan Rumah Sakit tersebut, bagian *admission* dan tim *marketing* diikutkan dalam pelatihan *service excellent*. Selain itu dalam melayani komplain pasien, pihak Rumah Sakit selalu melakukan telusur masalah terkait dan untuk memberikan kepercayaan lebih pada pasien, tak tanggung-tanggung divisi *public relations* akan terjun langsung kerumah pasien.
- c. Strategi lainnya yaitu dengan tetap memelihara keunggulan Rumah Sakit. Keunggulan tersebut antara lain adalah dengan adanya program Bina Rohani yaitu pendampingan pasien dengan pembacaan doa-doa saat pasien akan melakukan operasi, saat proses operasi, dan setelah operasi. Kemudian Rumah Sakit menganut budaya kerja SYIFA yang mengutamakan keterbukaan kejujuran, dan keikhlasan dalam melayani pasien. Serta tetap unggul menjadi pilot project BPJS Kesehatan se-Jawa Timur dan menjadi pusat rujukan *Trauma Center* dari BPJS Ketenagakerjaan.

## B. Saran

Dari hasil penelitian dan uraian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi beberapa pihak, antara lain:

### 1. Rumah Sakit Islam Jemursari

*Marketing public relations* RSI Jemursari agar membentuk strategi khusus dalam mempertahankan *public trust*, karena dengan membentuk citra, meningkatkan pelayanan, serta memelihara keunggulan Rumah Sakit merupakan strategi yang sudah terlalu umum dilakukan dan semua Rumah Sakit pasti juga akan melakukan hal yang sama. Jadi lebih baik memiliki program khusus tersendiri agar RSI Jemursari dapat berbeda dari Rumah Sakit lainnya.

### 2. Untuk Riset Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut yakni melakukan kajian kuantitatif guna melakukan tes seberapa kuat kepercayaan masyarakat Surabaya terhadap RSI Jemursari. Melakukan riset bagaimana komunikasi yang dilakukan antara para medis Rumah Sakit dengan pasien, riset bagaimana komunikasi *marketing public relations* dengan pasien secara langsung dilakukan, atau riset perbandingan antara *public relations* RSI Jemursari dengan *public relations* Rumah Sakit lainnya.