

# Peranan Teknologi Informasi guna Menunjang Profesionalisme Hubungan Institusi Medis dengan Pasien

## PRAKATA

Semua orang tentu pernah sakit dan berurusan dengan salah satu institusi rumah sakit; sekalipun tidak sampai dirawat inap, paling tidak pernah mendapatkan salah satu jenis pelayanan jasa dari sebuah institusi medis. Ada beberapa keluhan yang mungkin dirasakan oleh pengguna jasa pelayanan kesehatan, seperti misalnya antrian panjang di kasir, lamanya pelayanan di apotik, bertele-telenya prosedur pendaftaran pasien baru yang harus mengisi begitu banyak formulir, tidak adanya fasilitas reservasi, dan andaikata pun ada seringkali kecewa karena ternyata harus antri untuk daftar ulang setibanya di rumah sakit, dokter yang terlambat menangani pasien, proses identifikasi *medical record* pasien yang harus berulang-ulang jika pindah poli dan dokter, tidak adanya bagian humas atau *costumer service* untuk menampung *complain* pasien, dan mungkin masih banyak keluhan lain lagi.

## KONSEP PRM

(*PATIENT RELATIONSHIP MANAGEMENT*)

Di dalam dunia bisnis industri atau perusahaan yang bergerak di bidang produksi atau jasa, dikenal istilah CRM (*Customer Relationship Management*).

CRM adalah suatu konsep atau metodologi pengelolaan pelanggan secara profesional agar puas terhadap produk maupun jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan. Konsep implementasi CRM mencakup semua jenis kegiatan bisnis mulai dari promosi, pemasaran, penjualan dan *service* yang bertujuan untuk membina hubungan baik dan berkesinambungan antara produsen dengan pelanggannya.

Di dalam dunia medis dikenal juga istilah PRM (*Patient Relationship Management*) yang prinsip dasarnya hampir sama yaitu suatu konsep metodologi yang digunakan oleh sebuah institusi medis untuk *me-manage* pasien secara sistematis dan profesional. Jadi konsep dasarnya sedikit banyak hampir sama dengan CRM, hanya saja *customer* yang dimaksud lebih spesifik yaitu pasien.

Konsep PRM ini tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan CRM karena pelanggan institusi medis tersebut adalah orang-orang yang notabene

sedang sakit dan mungkin sedang menuju kematian, sehingga 'pelanggan medis' sangat membutuhkan pelayanan yang lebih profesional.

Teknologi informasi menjadi suatu pilihan yang sangat penting untuk menunjang konsep PRM tadi, salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dari sekian banyak proses bisnis adalah *database* pasien; rumah sakit harus menciptakan bank data yang berisi informasi terperinci dari setiap pasien pemakai jasa atau produk yang dijualnya (seperti obat-obatan farmasi, alkes dan berbagai produk penunjang medis lainnya).

Data pasien tersebut memang sudah tercakup dalam sistem pencatatan Rekam Medis / *Medical Record*, namun jika mungkin juga merekam data lain yang lebih dalam serta terperinci dalam bank data pasien tersebut, sehingga suatu saat jika dibutuhkan, rumah sakit dapat mengambil beragam informasi detail mengenai pasiennya sebagai bahan analisis.

Data pasien bisa dikelompokkan berdasarkan kategori jasa *service* yang dipakainya dan produk yang mungkin diperlukannya selama dirawat di rumah sakit.



Penulis

**Ronald T. Gultom**

IT Development Division, PT. Kalbe Farma Tbk - Jakarta

Bidang Pendidikan PIKIN (Perhimpunan Informatika Kedokteran Indonesia)

Informasi atau laporan yang bisa dikeluarkan secara umum dari kegiatan pelayanan medis dan setelah mengolah seluruh data yang terkait antara pasien dengan rumah sakit tsb adalah sbb:

- Trend kebutuhan terhadap jasa rumah sakit (*range per-pasien*)
- Pola transaksi, riwayat penyakit & riwayat penggunaan jasa dokter (*range per-pasien, per-periode*)
- Daya beli (*range per-pasien, per-periode*)
- Kontribusi per pasien terhadap *profit* Institusi Rumah Sakit
- Demografi pasien (*range per-pasien*)

Dengan menggunakan data informasi yang diperoleh dari proses teknologi informasi ini, pihak-pihak yang terkait dengan pemeliharaan hubungan profesional dengan pasien dalam suatu Institusi Rumah Sakit (seperti divisi marketing, divisi humas atau *customer service*) bisa mempelajari kebutuhan setiap pasien secara terperinci untuk kemudian dianalisis dalam menangani dan menjaga tiap pasien untuk selalu menggunakan jasa dan produk dari rumah sakit bersangkutan.

Dengan kata lain konsep PRM dibutuhkan oleh institusi rumah sakit dalam menganalisis perilaku konsumennya yaitu para pasien untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih profesional, efektif dan efisien. Jika pasien merasa dilayani dengan baik, maka dengan sendirinya loyalitas pasien juga akan meningkat terhadap jasa atau produk yang ditawarkan Institusi Rumah Sakit tersebut. Di samping itu kredibilitas rumah sakit tersebut pun akan meningkat pula. ■

**KESIMPULAN**

Target yang akan dicapai dalam penerapan konsep PRM (*Patient Relationship Management*) adalah *patient satisfaction* dan *patient loyalty*. Dengan menerapkan metodologi tersebut Institusi Rumah Sakit akan dapat membina hubungan baik jangka panjang dengan pasiennya sehingga tercipta keterikatan emosional antara pasien dengan jasa atau produk yang diberikan oleh Institusi Rumah Sakit.