

## **SOCIAL RESTRICTIONS COUNSELING ON OUTPATIENT VISITS WITH 6M TO PREVENT COVID 19 ON THE LOYALTY OF OUTPATIENTS AT THE BUNDA SEJATI HOSPITAL DURING THE COVID 19 PANDEMIC**

\*Riska Edwi Meilia, Ayamah, Shinta Nur Azizah

STIKes Widya Dharma Husada Tangerang, Jl. Pajajaran no. 1 Pamulang Barat, Kota Tangerang Selatan 15417, Indonesia.

\*Corresponding email: [riskaedwimeilia@wdh.ac.id](mailto:riskaedwimeilia@wdh.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic is a phenomenon that occurs globally and has an impact on all sectors, one of which is health care institutions. Bunda Sejati Hospital experienced a decrease in outpatient services in January from 657 patients to 278 patients in August in increasing outpatient loyalty. Problems related to treatment at the public anxiety hospital will be re-medicated because of the covid pandemic, socialization can be done by making pamphlets on the terms and conditions of true mothers. The pamphlets made refer to government regulations in reducing the spread of covid 19, namely wearing masks, washing hands, avoiding crowds, avoiding eating together, keeping a distance and not gathering. The purpose of this community service is that people can understand and reduce anxiety about the spread of infectious diseases with a more comfortable and safe feeling. The results of this activity increase the knowledge of outpatient visitors at Bunda Hospital about 6M preventing Covid 19, social restrictions during a pandemic and clean and healthy living behavior.*

**Keywords :** *social distancing, patient loyalty, Covid-19 pandemic*

## **PENYULUHAN TENTANG PEMBATAHAN SOSIAL KUNJUNGAN RAWAT JALAN DENGAN 6M UNTUK MENCEGAH COVID 19 TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT BUNDA SEJATI SELAMA PANDEMI COVID-19**

### **ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 merupakan fenomena yang terjadi secara global dan berdampak pada semua sektor, salah satunya institusi pelayanan kesehatan. Rumah Sakit Bunda Sejati mengalami penurunan pelayanan rawat jalan pada bulan Januari 657 pasien menjadi 278 pasien pada bulan Agustus dalam meningkatkan loyalitas pasien rawat jalan. permasalahan terkait berobat di RS kecemasan masyarakat akan berobat ulang karena adanya pandemi covid dapat dilakukan sosialisasi dengan pembuatan pamflet syarat dan ketentuan Bunda sejati. Adapun pamflet yang dibuat merujuk pada peraturan pemerintah dalam mengurangi angka penyebaran covid 19 yaitu memakai masker, mencuci tangan, menghindari kerumunan, menghindari makan bersama, jaga jarak dan tidak berkumpul. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat dapat memahami dan mengurangi kecemasan akan penyebaran penyakit menular dengan perasaan yang lebih nyaman dan aman. Hasil dari kegiatan ini menambah pengetahuan pengunjung pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda tentang 6M cegah Covid-19, pembatasan social di masa pandemic dan perilaku hidup bersih dan sehat.

**Kata Kunci :** *pembatasan sosial, loyalitas pasien, pandemi Covid-19*

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan fenomena yang terjadi secara global dan berdampak pula pada semua sektor, salah satunya pada sektor pelayanan kesehatan yaitu institusi pelayanan kesehatan. Sejak ditetapkan menjadi wabah bencana nasional pada bulan April 2020, masyarakat dihimbau untuk melakukan segala aktivitas baik akademi maupun non-akademi dilakukan dirumah sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19 (Nasruddin & Haq, 2020).

Penerapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah sangat berdampak besar terhadap penurunan kegiatan ekonomi. Masyarakat memiliki kecenderungan menahan diri untuk melakukan konsumsi yang berlebih dan lebih memilih untuk memprioritaskan pemenuhan kebutuhan pokok (Rofifah, 2020). Salah satunya dalam memenuhi kebutuhan layanan kesehatan, masyarakat enggan untuk bepergian ke fasilitas kesehatan untuk memenuhi kebutuhan layanan

kesehatan guna meminimalisir penyebaran virus Covid-19 (Nasruddin & Haq, 2020).

Hal ini terjadi pada institusi pelayanan kesehatan yaitu rumah sakit dalam meningkatkan loyalitas pasien rawat jalan. rumah sakit menjadi salah satu dampak terbesar dari pandemi Covid-19 dalam strategi komunikasi pemasaran rumah sakit terhadap loyalitas pasien rawat jalan.

Harold D Lasswell (1948) menyatakan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yaitu Komunikator (siapa yang mengatakan), pesan (mengatakan apa), media (melalui saluran/*channel*/media apa), komunikan (kepada siapa), Efek (dengan dampak atau efek apa) (Firmansyah, 2020).

Albert Humprey (1960) dalam Freddy Rangkuti (2013) menyatakan untuk mencari strategi terbaik dalam pengambilan keputusan berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Basuki, 2019).

Menurut Kotler dan Lane (2007)

dalam Lukmandaru dan Istoto (2016), pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Setyawan, 2012).

Menurut Undang-undang Nomor 44 Tahun 2009, Rumah sakit adalah salah satu organisasi sektor publik yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kesehatan yang mempunyai tugas untuk melaksanakan upaya kesehatan baik dilakukan dengan pendekatan pemeliharaan, peningkatan kesehatan (*promotif*), pencegahan penyakit (*preventif*), penyembuhan penyakit (*kuratif*), dan pemulihan (*rehabilitatif*) (Jumriati et al, 2020).

Loyalitas pasien rawat jalan juga merupakan hal penting dalam pemasaran rumah sakit yang harus diperhatikan baik aspek kepuasan bagi para pemakai jasanya, dalam hal ini yaitu pasien (Anggraeni, 2015). Pasien yang loyal akan menjadikan aset yang sangat bernilai bagi rumah sakit dalam jangka waktu yang lama (Basuki, 2019).

Menurut Oliver (1999) loyalitas pasien rawat jalan adalah komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang produk atau jasa terpilih dimasa yang akan datang (Sukoco & Hartawan, 2011). Seiring perkembangan waktu kondisi saat ini, strategi komunikasi pemasaran rumah sakit terhadap loyalitas pasien rawat jalan pada masa pandemi Covid-19 berusaha untuk tetap bertahan di tengah pandemi, dengan perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital yang baik dan efektif dan menerapkan *customer engagement* (Julianti & Delliana, 2020).

Berdasarkan studi pendahuluan yang pernah dilakukan pada 18 Oktober 2021, Rumah Sakit Bunda Sejati mengalami penurunan angka kunjungan ulang pasien rawat jalan tahun 2021 di rumah sakit Bunda Sejati selama 3 bulan terakhir, yaitu pada bulan Juni-Agustus 2021. Angka penurunan paling drastis yaitu pada bulan Agustus sebanyak 278 pasien.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, 16 Mei 2022 pukul 09.00-12.00 WIB. Tempat kegiatan penyuluhan dilakukan di

Rumah Sakit Bunda Sejati yang beralamat di Jalan Prabu Siliwangi No.11, Jatiuwung, Keroncong, RT.003/RW.001, Keroncong, Kecamatan Jatiuwung, Kota Tangerang, Banten 15134.

Sasaran penyuluhan ini adalah para pegawai Rumah Sakit Bunda Sejati dan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati.

Metode yang digunakan dalam penyuluhan ini adalah :

1. Pengembangan materi penyuluhan oleh tim pelaksana pengabdian
2. Tanya jawab kegiatan, tentang pembatasan sosial kunjungan pasien rawat jalan dengan 6M cegah Covid-19 terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati pada masa pandemi Covid-19.
3. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan mengenai pembatasan sosial kunjungan pasien rawat jalan dengan 6M cegah Covid-19 terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati pada masa pandemi Covid-19.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tim penyuluhan mensosialisasikan mengenai

pembatasan sosial kunjungan pasien rawat jalan dengan 6M cegah Covid-19 terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati pada masa pandemi Covid-19 kepada para pengunjung pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati.

Tim PKM juga membagikan media cetak berupa pamflet kepada pengunjung pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati. Saat dilakukan sosialisasi para audiens sangat antusias mendengarkannya dan akan menerapkan 6M cegah Covid-19.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan pencapaian sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan pengunjung pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati tentang 6M cegah Covid-19.
2. Menambah pengetahuan pengunjung pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati mengenai pembatasan sosial menggunakan media pamflet.
3. Mengetahui perilaku hidup bersih dan sehat kepada pengunjung pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dengan terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Penyuluhan kesehatan tentang pembatasan sosial kunjungan pasien rawat jalan dengan 6M cegah Covid-19 terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati pada masa pandemi Covid-19 oleh Tim PKM Stikes Widya Dharma Husada, maka diperoleh hasil sesuai dengan standar Tridarma perguruan tinggi. Sesuai dengan hasil yang dicapai, maka didapat dinyatakan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Penyuluhan tentang pembatasan sosial kunjungan pasien rawat jalan dengan 6M cegah Covid-19 terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bunda Sejati pada masa pandemi Covid-19 yang dilaksanakan dilaksanakan dengan baik.

### Saran

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan bisa dijadikan sebagai pedoman dalam pembatasan social kunjungan pasien rawat jalan dengan 6M cegah Covid-19 terhadap loyalitas pasien rawat jalan di

Rumah Sakit Bunda Sejati pada masa pandemi Covid-19.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada pihak Rumah Sakit Bunda Sejati yang sudah memberikan ijin dan mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam bentuk penyuluhan kesehatan, sehingga semua kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, K. 2019. 'Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Islam Malahayati Dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien di Kota Medan'. *Jurnal Online Internasional & Nasional*. 53(9): 1689–1699.
- Gunawan, Putra. 2021. *Pengaruh Penerapan TQM (Total Quality Manajemen) Partisipasi Anggaran dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial di Rumah Sakit Umum Daerah Dr. RM Pratomo Bagansiapiapi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Julianti, I., & Delliana, S. 2020. 'Rebel Together Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital *Madformakeup* di Tengah Pandemi COVID-19'.

*Communicatus: Jurnal Ilmu  
Komunikasi*. 4(2): 207–228.

Nasruddin, R., & Haq, I. 2020.  
‘Pembatasan Sosial Berskala  
Besar (PSBB) dan Masyarakat  
Berpenghasilan Rendah’. *Jurnal  
Sosial Dan Budaya Syar-I*. 7(7):  
639-648.

Sukoco, B. M., & Hartawan, R. A. 2011.  
‘Pengaruh Pengalaman Dan  
Keterikatan Emosional Pada  
Merk Terhadap Loyalitas  
Konsumen’. *Jurnal Manajemen  
Teori Dan Terapan*. 4(3), 1–12.