

## Evaluasi Pemanfaatan Data Rekam Medis Untuk Sistem Informasi Pemasaran Di Rs Pku Muhammadiyah Temanggung

Min Adadiyah<sup>1</sup>, Isnaini Qoriatul Fadhilah<sup>2</sup>

[adadiyahmin@gmail.com](mailto:adadiyahmin@gmail.com), [minadadiyahugm@gmail.com](mailto:minadadiyahugm@gmail.com)

### ABSTRACT

*Electronic medical records become one big data source. Well-managed data can provide information needed in marketing management, especially for private hospitals. PKU Muhammadiyah Temanggung Hospital has implemented electronic medical records starting with the use of billing system in 2014. The data managed includes patient demographics. It is necessary to evaluate the use of these data in terms of man, materials, machine, method, money and markets.*

*The study was descriptive qualitative. The data collection process is carried out by conducting interviews and observations. The marketing information system design process carried out with the IT team. The team uses the waterfall method where system designers complete their concepts by going through a library review process and taking inspiration from various CRM (Customer Relationship Management) models.*

*The results showed that electronic data of medical records has been used as material for marketing information systems. The readiness of man and money makes it easy to build a menu bar of the marketing information system on the dashboard of the management information system. The system is still possible to be developed in terms of materials and machines. The method of data utilization is transforming from manual to digital gradually. This is influenced by the readiness of the next prospective data users to become part of the marketing information system developer by utilizing electronic medical record data.*

*Keywords: menu bar, marketing, data, electronic medical records.*

### ABSTRAK

Pembangunan nasional kesehatan di Indonesia mendorong penggunaan satu data dalam pelayanan kesehatan. Rekam medis elektronik pasien menjadi satu sumber data besar. Data yang dikelola dengan baik dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam manajemen pemasaran, khususnya bagi RS swasta. RS PKU Muhammadiyah Temanggung telah mengimplementasikan rekam medis elektronik dimulai penggunaan billing sistem di tahun 2014. Data yang dikelola antara lain demografi pasien. Perlu dilakukan evaluasi pemanfaatan data tersebut dari sisi man, materials, machine, method, money and markets.

Penelitian ini deskriptif kualitatif. Proses pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi. Proses desain sistem informasi pemasaran yang dilakukan bersama tim IT menggunakan metode waterfall di mana desainer sistem menyelesaikan konsepnya dengan melalui proses telaah pustaka dan mengambil inspirasi dari berbagai model CRM (Customer Relationship Management).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data elektronik rekam medis telah dimanfaatkan sebagai bahan sistem informasi pemasaran. Kesiapan man dan money memudahkan terbangunnya menu bar sistem informasi pemasaran di dashboard sistem informasi manajemen. Sistem masih memungkinkan dikembangkan dari sisi materials dan machine. Metode pemanfaatan data bertransformasi dari manual ke digital secara bertahap. Hal ini dipengaruhi kesiapan para calon pengguna data berikutnya untuk menjadi bagian dari pengembang sistem informasi pemasaran dengan pemanfaatan data rekam medis elektronik.

**Kata kunci:** menu bar, pemasaran, data, rekam medis elektronik.

## PENDAHULUAN

Pembangunan kesehatan nasional Indonesia adalah bagian penting dari pembangunan nasional, dengan fokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai investasi pembangunan yang produktif. Pemerintah Indonesia menekankan pentingnya memiliki data yang akurat dalam bidang kesehatan, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan No. 18 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Satu Data Bidang Kesehatan melalui Sistem Informasi Kesehatan, termasuk data pasien.

Undang-undang No. 44 Tahun 2009 mewajibkan setiap rumah sakit untuk menyelenggarakan rekam medis, yang mengakibatkan perlunya keberadaan petugas rekam medis di rumah sakit. Kompetensi petugas rekam medis diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan (KMK) No. 312 Tahun 2020 tentang Standar Profesi Perekam Medis dan Informasi Kesehatan. Salah satu kompetensi utama dari petugas rekam medis adalah manajemen data dan informasi kesehatan.

Data demografi pasien merupakan bagian penting yang harus dikumpulkan saat pasien mendaftar di fasilitas kesehatan. Data ini membantu dalam kontinuitas riwayat kesehatan pasien dan sangat berharga bagi pengembangan rumah sakit, terutama dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien. Informasi yang akurat dari data ini mempengaruhi pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam konteks pemasaran rumah sakit.

Dashboard business intelligence, seperti yang diilhami dari penelitian oleh Budiyanto (2022) tentang transformasi digital RS Siloam Palangkaraya, telah membuktikan manfaatnya dalam memantau indikator mutu dan capaian finansial serta non-finansial. Segmentasi pasar berdasarkan demografi dan psikografi, sebagaimana dibahas dalam penelitian oleh Prasetyo (2017), membantu organisasi memahami kebutuhan pelanggan dan mengarahkan strategi pemasaran yang efektif.

Dengan adanya dorongan pemerintah untuk menggunakan rekam medis elektronik, seperti yang diatur dalam PMK No. 24 Tahun 2022, banyak rumah sakit berupaya untuk beralih ke sistem ini. Namun, ada tantangan dalam pemanfaatan data ini untuk kepentingan pemasaran, seperti yang ditemukan dalam studi oleh Danarahmanto (2021) tentang RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk memastikan data rekam medis dapat diintegrasikan secara efektif dalam sistem informasi pemasaran, sehingga mendukung keberhasilan strategi pemasaran rumah sakit.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pemanfaatan data rekam medis dalam sistem informasi pemasaran di RS PKU Muhammadiyah Temanggung, dengan mempertimbangkan berbagai faktor kunci yang termasuk sumber daya manusia, material, mesin, metode, uang, dan pasar. Hal ini diharapkan dapat memberikan panduan dalam mengembangkan sistem informasi yang berhasil guna dan berdaya guna untuk kepentingan pemasaran di rumah sakit tersebut.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan pemanfaatan data dari rekam medis elektronik dalam sistem informasi pemasaran. Proses desain sistem informasi pemasaran dilakukan dengan pendekatan metode waterfall, di mana desainer sistem mengembangkan konsepnya berdasarkan telaah pustaka dan model-model CRM yang relevan.

Populasi penelitian meliputi berbagai stakeholder di RS PKU Muhammadiyah Temanggung, termasuk direksi, manajer pemasaran, staf pemasaran, petugas rekam medis, dan staf IT. Jumlah informan yang diwawancara adalah delapan orang, terdiri dari dua direktur/manajer, tiga staf pemasaran, dua staf rekam medis, dan satu staf IT.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi. Wawancara dilakukan untuk menggali evaluasi penggunaan data rekam medis elektronik sebagai sistem informasi

pemasaran, kebutuhan pengguna terhadap sistem informasi pemasaran, serta kemampuan tim IT dalam memfasilitasi kebutuhan tersebut.

Tiga instrumen pengambilan data digunakan:

1. Instrumen panduan wawancara untuk evaluasi penggunaan data SIRS online.
2. Instrumen sintesa telaah pustaka untuk menggambarkan keaslian penelitian dan hasil-hasil yang relevan dari pustaka terdahulu.
3. Instrumen berupa kertas kerja dan Data Flow Diagram (DFD) untuk menyusun konfigurasi desain sistem informasi pemasaran.

Data yang terkumpul diolah melalui editing, pengkodean, dan tabulasi. Hasil analisis data berfokus pada kategori 6M (Man, Materials, Machine, Method, Money, Markets) untuk mengambil kesimpulan yang sesuai dengan teori yang ada.

**HASIL**

**1. Gambaran Umum RS PKU Muhammadiyah Temanggung.**

RS PKU Muhammadiyah Temanggung didirikan pada tanggal 12 Oktober 1989 dan merayakan ulang tahun ke-34 tahun ini. Visi RS tersebut adalah menjadi RS terpercaya dan berkualitas dalam pelayanan kesehatan yang Islami dengan cakupan pelayanan komprehensif, unggul, dan terpilih. Awalnya, visi RS ini berfokus sebagai "e-world hospital" yang mendukung pelayanan kesehatan komprehensif dan menjadi rujukan bagi RS PKU Muhammadiyah di Indonesia, dengan dasar iman pada Allah SWT.

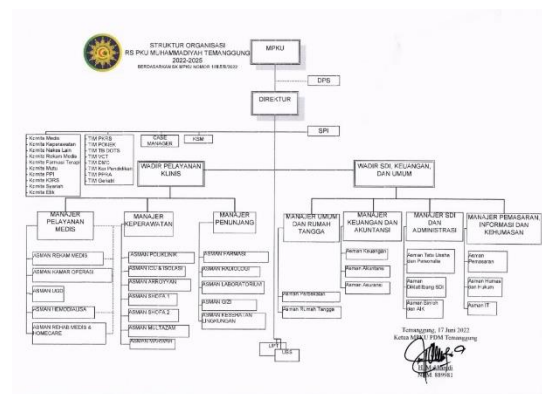
Dalam pengembangan elektronik rekam medis, RS ini mengalami tantangan pada awalnya karena sebagian besar karyawan belum terbiasa menggunakan komputer. Namun, melalui upaya keras tim pengembangan, mereka berhasil mencapai pencapaian yang membanggakan. Pada tahun 2014, RS PKU Muhammadiyah Temanggung mengadopsi billing sistem,

mengintegrasikan perawat, dokter, dan tenaga kesehatan lainnya dalam perwujudan sebagai e-world hospital.

Struktur organisasi RS ini menempatkan manajer yang mengawasi humas, pemasaran, dan IT, dengan masing-masing asisten manajer untuk memastikan efektivitas dalam ketiga bidang tersebut. Soliditas tim dan fokus pada pengembangan sistem informasi manajemen tercermin dalam struktur organisasi yang tergambar.

**2. Evaluasi Pemanfaatan Data Rekam Medis untuk SIM Pemasaran**

Penelitian ini melibatkan 8 informan dari berbagai level struktural di RS PKU Muhammadiyah Temanggung, mulai dari direksi hingga staf pemasaran, rekam medis, dan IT. Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua informan menganggap sistem informasi pemasaran sangat penting bagi RS, terutama dalam pengambilan keputusan manajerial. Mereka menyatakan bahwa sistem ini memudahkan akses data, memberikan laporan rutin, dan mendukung pengembangan sistem. Berikut merupakan rekap data informan yang terkait, sebagaimana ditunjukkan pada table berikut.



Sumber : pkutemanggung.org

No Kode Informan  
Persepsi Mengenai Perlunya Sistem  
Informasi Pemasaran

**Tabel 3. Persepsi Mengenai Pentingnya Sistem Informasi Pemasaran**

No	Kode Informan	Persepsi Mengenai Perlunya Sistem Informasi Pemasaran
1	I1	Penting
2	I2	Penting
3	I3	Penting
4	I4	Penting
5	I5	Penting
6	I6	Penting
7	I7	Penting
8	I8	Penting

Data yang terkumpul dikelompokkan berdasarkan persepsi informan tentang pentingnya sistem informasi pemasaran, dan hasilnya menunjukkan bahwa semua informan menganggapnya penting. Proses pengembangan sistem informasi ini melibatkan diskusi dengan tim IT dan menghasilkan Data Flow Diagram (DFD) sebagai panduan. Proses ini dilakukan dengan metode waterfall dan agile, dengan pembaruan dan revisi yang dilakukan selama uji coba.

Uji coba prototipe menu bar pemasaran melibatkan tim pemasaran dan RMIK. Evaluasi dilakukan dengan menanyakan pertanyaan kepada pengguna, terutama direksi dan staf pemasaran. Mereka menyatakan bahwa sistem ini memudahkan akses data pemasaran, mempercepat pemahaman terhadap target kerja, dan memberikan informasi yang valid.

Instrumen lain dalam penelitian ini adalah sintesa telaah pustaka dan kertas

kerja untuk menyusun konfigurasi desain. Sintesa telaah pustaka dilakukan dengan merinci hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan evaluasi pemanfaatan data. Kertas kerja digunakan untuk menyusun DFD yang menjadi dasar bagi tim IT dalam pekerjaan programming.

Tim IT menghadapi beberapa tantangan, seperti konsolidasi data yang memerlukan konsep dan alur yang matang. Namun, mereka responsif terhadap revisi dan pembaruan selama proses uji coba, mengimplementasikan metode agile.

Hasil keseluruhan menunjukkan bahwa implementasi sistem informasi pemasaran di RS PKU Muhammadiyah Temanggung telah memberikan manfaat signifikan dalam memudahkan akses dan pengelolaan data, mendukung pengambilan keputusan, dan meningkatkan efisiensi kerja.

### 3. Evaluasi berdasarkan faktor mesin dan rencana pengembangan sistem informasi pemasaran.

Proses pengembangan sistem informasi manajemen adalah perjalanan panjang yang memerlukan dokumentasi berkala. Ini melibatkan berbagai sub-sistem bisnis pemanfaatan data rekam medis elektronik yang diperbaiki secara bertahap.

Penyusunan dimulai dengan permintaan dari asisten manajer pemasaran kepada tim IT untuk menyiapkan menu bar "Pemasaran" sebagai rumah bagi pengembangan sistem. Menu bar ini terintegrasi dalam icon dashboard "BERLIAN" dalam sistem informasi pemasaran berbasis web di RS PKU Muhammadiyah Temanggung.



**Gambar 2. Tampilan BERLIAN**



pengendalian, penerapan program, kebijakan, strategi, dan teknis pemasaran untuk menciptakan penawaran produk atau jasa. Dalam konteks pengembangan sistem informasi pemasaran, pasar merujuk kepada calon pengguna sistem tersebut, termasuk manajemen pemasaran, pimpinan, dan pemilik (atau perwakilan pemilik).

Pengembangan sistem informasi pemasaran di RS PKU Muhammadiyah Temanggung diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terwawancarai, yang diwakili oleh direksi dan struktural pemasaran. Keduanya memiliki impian yang sama mengenai kebutuhan akan sistem informasi pemasaran.

Pertanyaan terkait kesiapan pasar dalam menggunakan menu bar ini mendapat respons positif, dengan harapan adanya sistem informasi pemasaran yang berbasis internet, dapat diakses melalui gadget seperti handphone, dan menyediakan laporan rutin yang mudah diakses. Pertanyaan ini sejalan dengan tagline RS mengenai profesionalitas, di mana pemberi layanan semakin berkualitas dengan dukungan berbagai teknologi.

Optimisme juga tergambar pada respons informan berlatar belakang IT, yang menilai bahwa pengguna data akan dimudahkan dengan adanya sistem informasi ini. Petugas rekam medis dan pemasaran menyatakan bahwa semua pihak akan terbantu dengan sistem informasi pemasaran, dan staf pemasaran secara khusus menyebutkan bahwa petugas customer care akan menjadi pihak yang paling diuntungkan.

Kemudahan ini terkonfirmasi ketika dummy dari menu bar pemasaran sudah dapat diakses secara umum. Petugas customer care dapat dengan mudah mengakses data nomor telepon pasien untuk memfasilitasi proses blasting, yaitu mengirimkan pesan pada berbagai nomor yang ada dalam database.

## PEMBAHASAN

### 1. Evaluasi Berdasarkan Faktor Man (Sumber Daya Manusia)

Evaluasi sumber daya manusia

di RS PKU Muhammadiyah Temanggung melibatkan petugas rekam medis, teknisi sistem, IT, serta pimpinan dari berbagai tingkatan. Kesadaran akan pentingnya adaptasi teknologi terlihat dari pandangan direksi dan pemahaman tinggi mengenai pemasaran, terbukti dengan adanya posisi manajer dan asisten manajer pemasaran di struktur RS.

Petugas rekam medis bersedia terlibat dalam pengembangan sistem, menyatakan bahwa adanya sistem informasi rekam medis akan memudahkan penyajian data. Tim IT memiliki kemampuan dasar dalam coding, namun pemenuhan kebutuhan pengguna memerlukan diskusi yang panjang. Komunikasi antara petugas rekam medis, IT, dan pemasaran perlu dijembatani.

Wawancara awal dan observasi telah dilakukan sejak penyusunan proposal, dengan panduan wawancara terstruktur. Observasi dilakukan pada sistem informasi manajemen RS sejak tahun 2014, dan proses pelayanan pasien diamati dari pendaftaran hingga follow-up. Proses intelligent pemasaran dan tugas customer care juga diamati.

Pengambilan data menggunakan instrumen panduan wawancara, telaah pustaka, dan kerja. Instrumen wawancara disesuaikan dengan informan, dan diskusi dilakukan dengan berbagai pihak, seperti direksi, petugas rekam medis, IT, dan pemasaran.

### 2. Evaluasi Berdasarkan Faktor Material

Evaluasi material terfokus pada pengaruh materi terhadap pengembangan mesin atau sistem informasi. Jembatan komunikasi antara rekam medis dan pemasaran menggunakan sistem informasi. Pemahaman data yang dibutuhkan oleh tim pemasaran menjadi titik awal pembuatan sistem informasi. Komunikasi teknis antara staf pemasaran dan IT perlu dijembatani.

### 3. Evaluasi Berdasarkan Machine (Mesin)

Data rekam medis, terutama demografi pasien, dimanfaatkan dalam

sistem informasi pemasaran. Menu bar pemasaran mempermudah akses data bagi staf pemasaran dan pimpinan. Penggunaan data ini diarahkan pada customer relationship management (CRM). Proses mining data dan pengembangan sistem informasi pemasaran ditekankan.

#### **4. Evaluasi Berdasarkan Faktor Metode**

Sistem dibangun untuk mempercepat analisis data pemasaran. Penggunaan artificial intelligence (AI) diharapkan memudahkan penyusunan analisis. Pengembangan metode analisis yang lebih cepat menjadi fokus. Pemanfaatan AI akan mendukung maintenance pelanggan dan peningkatan engagement.

#### **5. Evaluasi Berdasarkan Faktor Uang (Money)**

Ketersediaan dana menjadi faktor kunci dalam pengembangan. Dukungan dana dari direksi diindikasikan positif, namun perlu klarifikasi antara informan I1 dan I8. Komunikasi yang lebih baik diusulkan melalui diskusi atau Focus Group Discussion (FGD) antar pemangku kepentingan. Dukungan dana dianggap sebagai kontribusi luar biasa.

#### **6. Evaluasi Berdasarkan Faktor Market (Pengguna Sistem Informasi Pemasaran)**

Harapan pasar diwakili oleh calon pengguna sistem informasi pemasaran. Menu bar pemasaran dianggap bermanfaat, dan tim IT siap menerima masukan untuk pengembangan. Permintaan cara akses data dari manajer pemasaran dan pimpinan menambah kemanfaatan sistem informasi pemasaran. Penggunaan data demografi untuk tindakan pemasaran telah terbukti.

Informan I3 memberikan usulan pengembangan pada peneliti mengenai berbagai ide pengembangan sistem informasi pemasaran, terutama berbasis CRM. Analisis strategis pemasaran dan peran analisis sistem dari petugas PMIK

dianggap potensial untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran.

Dengan demikian, pendekatan evaluasi 6M pada faktor manusia, material, mesin, metode, uang, dan pasar telah menggambarkan kondisi dan potensi pengembangan sistem informasi pemasaran di RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Langkah-langkah selanjutnya diusulkan, seperti komunikasi yang lebih baik antar informan dan penerapan teknologi seperti AI untuk mempercepat analisis data pemasaran. Dukungan dana dan keterlibatan petugas PMIK sebagai analisis sistem pemasaran dapat menjadi faktor kunci keberhasilan pengembangan.

**SIMPULAN**

1. Sumber Daya Manusia:  
Sumber daya manusia untuk memanfaatkan data rekam medis elektronik dalam membangun sistem informasi pemasaran tersedia dalam jumlah cukup dan kompeten.
2. Material:  
Data rekam medis memiliki potensi besar sebagai bahan untuk pengembangan sistem informasi pemasaran.
3. Mesin:  
Sistem informasi pemasaran memiliki potensi pengembangan yang besar, dan semangat continuous quality improvement dapat mendorong perkembangan lebih lanjut.
4. Metode:  
Pengembangan sistem menggunakan kombinasi action research dengan merangkai potensi yang ada.
5. Uang (Money):  
Faktor dana untuk pengembangan terdukung baik, asalkan komunikasi melalui pengajuan kerangka acuan program atau Term of Reference (TOR) dilakukan.
6. Pasar (Markets):  
Calon pengguna sistem informasi pemasaran memberikan dukungan, dan budaya inovatif dan kreatif di RS PKU Muhammadiyah Temanggung mendukung pengembangan sistem.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Susilowati, Indah et.al (2022), Tinjauan Prosedur Kelengkapan Pencatatan Data Demografi Pasien Baru di RSUD X Trenggalek. *Jurnal Wiyata*. P- ISSN 2355- 6489. E-ISSN 2442-6555.
2. Danarahranto, Pri Agung, Julia Famor Pratam, M dana Prihadi, Nisa, Nur Fadilah (2021), Pengaruh Rekam medis Elektronik terhadap Loyalitas Pasien di Tami Dental Care. *Jurnal Manajemen Informasi Kesehatan Indonesia* vol 9. No 2. Oktober 2021.
3. Hosizah (2005), Pengembangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Rekam Medis di RS "A" Jakarta, tahun 2005.
4. Budiyanto, Kevin Chrisanta. (2022), Transformasi Digital Sebagai Bagian dari Strategi Pemasaran di RS Palangkaraya tahun 2020. *Jurnal Administrasi RS Indonesia*.
5. Putra & Kurniawati (2019), Evaluasi SIM RS dengan Metode TAM di RS X. *Jurnal Rekam Medis dan Informasi Kesehatan* no 1 vol 1 Desember 2019.
6. Garvin, Jennifer Hornung (2012), Certified Coding Specialist (CCS), Exam Preparation. Fourth Edition. Hal 3. Penerbit AHIMA. Chivago. Illionis.
7. Trisnanto, Teguh Yudho (2018), Perancangan Basis Data. Membuat Aplikasi Data Rekam Medis di Dreamweaver CS6. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
8. Bustami (2011), Penjaminan Mutu Pelayanan Kesehatan dan Akseptabilitasnya. Penerbit Erlangga. Indonesia.
9. Sri Sugiarsi (2019), Instrumen dan Analisis Data Penelitian Rekam edis dan Manajemen Informasi Kesehatan. Penerbit Aptirmiki. Karanganyar. Percetakan Ary ASA Grafika.
10. Kottler, Philip. (2005), Manajemen Pemasaran. Terjemah. Edisi Bahasa Inggris. Pearson Education, Inc. Upper Saddle River. New Jersey. Edisi Bahasa Indonesia. PT INDEKS Kelompok Gramedia. Hal 120.
11. Hatta, Geumala (2013). Pedoman Manajemen Informasi Kesehatan di Sarana Pelayanan Kesehatan. Jakarta. UI Press.
12. Andani, Tiara & Rochmah, Thinni Nurul (2013), Evaluasi Proses Pembuatan Laporan Dan Pemanfaatan Informasi Rekam Medis Di Rumah Sakit Usada Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*

- Volume 1 Nomor 4 September-Desember 2013
13. Terry, George (2011), Principle of Management. Dalam [repo.iain-tulungagung.ac.id](http://repo.iain-tulungagung.ac.id), Kajian Pustaka.
  14. Kotler, Philip. Et. al (2022), Marketing 5.0. Teknologi untuk Kemanusiaan. Kompas Gramedia. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
  15. Singer, Blair (2001), Sales Dog. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
  16. Kasali, Rheinald (2015), Self Driving. Menjadi Driver atau Passanger?. Mizan\_Rumah Perubahan. Bandung.
  17. Sabarguna, Boy (2008). Aplikasi Customer Relationship Management untuk Rumah Sakit. Sagung Seto. Jakarta.
  18. Sabarguna, Boy (2008). Pemasaran Pelayanan Rumah Sakit. Sagung Seto. Jakarta.