

 KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA DAERAH BENGKULU RUMAH SAKIT BHAYANGKARA TK II BENGKULU	NOMOR SOP : SOP/HMS/010/VIII/2026/RUMKIT
	TGL PEMBUATAN : 3 MARET 2025
	TGL REVISI : -
	TGL EFEKTIF : 3 MARET 2025
	DISAHKAN OLEH : KARUMKIT BHAYANGKARA BENGKULU  Dr. dr. JULIAN FAMIL, Sp.B., MARS., FICS, FINACS AKBP NRP.71070496 NAMA SOP : PELAKSANAAN KEGIATAN MARKETING RUMAH SAKIT
DASAR HUKUM	KUALIFIKASI PELAKSANA
1. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. 2. Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. 3. Peraturan Menteri Kesehatan tentang Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS) dan ketentuan promosi fasilitas pelayanan kesehatan yang berlaku. 4. Pedoman Kehumasan Polri. 5. Kebijakan Direktur RS Bhayangkara Bengkulu mengenai pemasaran dan kerja sama layanan.	1. Karumkit 2. Kepala Bidang Humas dan Marketing 3. Staf Marketing 4. Seluruh Kepala Instalasi 5. Tim PKRS 6. Tim Casemix
KETERKAITAN	PERALATAN / PERLENGKAPAN
1. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan 2. Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit 3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik 4. Kebijakan Kepala Rumah Sakit RS Bhayangkara Bengkulu tentang Humas	1. Brosur 2. Banner 3. Video profil 4. Website resmi 5. Media sosial 6. Presentasi perusahaan (company profile) 7. Kendaraan operasional 8. Form kerja sama 9. Database pelanggan 10. Laptop dan LCD
PERINGATAN	PENCATATAN DAN PENDATAAN

1. Seluruh promosi harus sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan dan etika pelayanan kesehatan. 2. Informasi mengenai layanan harus akurat dan tidak menyesatkan. 3. Petugas marketing wajib menjaga nama baik RS Bhayangkara Bengkulu. 4. Tidak menjanjikan hasil pelayanan medis yang tidak dapat dipastikan. 5. Seluruh kegiatan kerja sama didokumentasikan dan dilaporkan.	1. Menyusun proposal. 2. Menyiapkan materi promosi. 3. Menentukan jadwal kegiatan. 4. Menunjuk petugas marketing. 5. Melakukan kunjungan. 6. Melakukan presentasi. 7. Menjelaskan layanan rumah sakit. 8. Menawarkan bentuk kerja sama. 9. Menjawab pertanyaan calon mitra. 10. Mendokumentasikan kegiatan. 11. Menindaklanjuti hasil pertemuan. 12. Menyusun draft nota kesepahaman atau perjanjian kerja sama sesuai ketentuan. 13. Berkoordinasi dengan unit terkait. 14. Menjadwalkan implementasi kerja sama.
---	--

1. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup pelaksanaan kegiatan marketing rumah sakit mencakup riset pasar kesehatan, perencanaan strategi dan bauran pemasaran (marketing mix), pengelolaan hubungan pelanggan serta kerja sama institusi, promosi dan branding layanan, hingga evaluasi kepuasan pasien guna menjaga mutu serta kepercayaan masyarakat.

2. MAKSUD DAN TUJUAN

2.1 Maksud

Membangun citra positif RS Bhayangkara Bengkulu.

2.2 Tujuan

1. Meningkatkan pemanfaatan layanan rumah sakit.
2. Memperluas jejaring kerja sama dengan instansi pemerintah, swasta, BUMN/BUMD, TNI/Polri, sekolah, dan masyarakat.
3. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. Mendukung pencapaian target pendapatan rumah sakit sesuai ketentuan yang berlaku.

3. PENGERTIAN

Marketing rumah sakit adalah seluruh kegiatan yang dilakukan secara terencana untuk memperkenalkan, mempromosikan, mengembangkan, dan meningkatkan pemanfaatan layanan kesehatan RS Bhayangkara Bengkulu melalui komunikasi, edukasi, kerja sama, dan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat serta tetap mematuhi etika promosi rumah sakit.

4. WEWENANG DAN TANGGUNG JAWAB

1. Karumkit
2. Kepala Bidang Humas dan Marketing

5. REFERENSI

1. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan
2. Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit
3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
4. Kebijakan Kepala Rumah Sakit RS Bhayangkara Bengkulu tentang Humas

6. KONDISI KHUSUS

1. Seluruh promosi harus sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan

7. BUKTI KERJA

1. Laporan bulanan

8. FLOWCHART STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR PELAKSANAAN KEGIATAN MARKETING RUMAH SAKIT

NO	URAIAN KEGIATAN	PELAKSANA	MUTU BAKU			KET
		Pelaksana 1	Kelengkapan	Waktu	Output	
1	Analisis Potensi Pasar	MULAI ↓		30 menit		
2	Penyusunan Program Marketing	PROSES ↓		60 menit		
3	Persiapan Materi Promosi	PROSES ↓		30 menit		
4	Kunjungan/Presentasi Marketing	PROSES ↓		60 menit		
5	Penawaran Kerja Sama	PROSES ↓		60 menit		
6	Evaluasi dan Laporan Bulanan	SELESAI		60 menit		