

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Efisiensi Layanan Rawat Inap Rumah Sakit Universitas Andalas diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai BOR tahun 2020 belum memasuki daerah efisien, nilai LOS tahun 2020 telah efisien menurut *Barber Johnson*, sedangkan nilai TOI dan BTO belum memasuki efisien menurut *Barber Johnson*.
2. Berdasarkan Grafik *Barber Johnson* tidak terdapat titik temu ke 4 indikator efisiensi layanan rawat inap tahun 2020.
3. Strategi bauran pemasaran aspek produk adalah menyediakan fasilitas tambahan di rawat inap, menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, menyediakan nilai keindahan dalam ruangan, pasien dirawat sesuai dengan keluhan, memberi jaminan pada pasien yaitu petugas yang berkompeten, menambahkan ruangan VVIP, memanfaatkan media sosial dan melakukan seminar.
4. Strategi bauran pemasaran aspek promosi adalah dengan periklanan di media sosial dan media massa, menjalin kerjasama dengan pihak asuransi dan instansi, publikasi dan pemasaran langsung. Penanggung jawab promosi rumah sakit adalah bidang humas dan promkes yang mengikuti pelatihan humas dan promosi kesehatan.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan beberapa saran atau masukan sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Sakit Universitas Andalas

Perlu membentuk tim pemasaran rumah sakit yang lebih berfokus untuk melakukan pemasaran. Mengadakan pelatihan bagi humas dan seluruh bagian RS mengenai komunikasi efektif, menambahkan SDM di rawat inap, menambahkan fasilitas penunjang lain rawat inap dan inovasi menyediakan kendaraan untuk menjemput pasien yang terkendala karena akses yang jauh.

2. Bagi bagian Humas dan Promkes RS UNAND

Untuk lebih mengoptimalkan upaya promosi layanan rawat inap dengan cara lebih aktif lagi melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui seminar-seminar yang dijadikan program rutin rumah sakit, serta agar tetap mempertahankan media promosi *word of mouth* yang sudah baik. Untuk Web resmi bisa ditambahkan edukasi promosi, alasan mengapa harus memilih rumah sakitnya, indikator mutu dan pengalaman pasien kalau bisa seorang *public figur*

3. Bagi peneliti selanjutnya

Agar dapat mewawancarai manajemen puncak dan pemilik RS dan juga meneliti variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

