

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

1. Sejarah Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Rumah Sakit Stella Maris adalah salah satu rumah sakit yang ada di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah menetapkan Rumah Sakit Stella Maris sebagai salah satu cagar budaya Indonesia. Penetapannya berdasarkan pada Surat Keputusan yang diterbitkan pada tanggal 22 Juni 2010. Pembangunannya dimulai pada tahun 1938. Fungsi utamanya selalu sebagai rumah sakit dan tidak pernah digunakan untuk keperluan lain.

Rumah Sakit Stella Maris dibagi menjadi bangunan utama dan bangunan pendukung. Bangunan utama berada dibagian depan. Ruang di dalamnya dibedakan menjadi ruang administrasi, ruang operasi, laboratorium dan unit gawat darurat. Bangunan pendukung berada di bagian belakang. Ruang di dalamnya dibedakan menjadi ruang perawatan, ruang pemeriksaan, dapur, asrama perawat, dan ruang direksi. Ruang perawatan dibedakan menjadi bangsal dan kamar.

2. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi Rumah Sakit pilihan yang profesional dan terpercaya dengan memberikan pelayanan terbaik dengan semangat kasih”.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan holistic serta hormat pada martabat manusia.
- 2) Membentuk Sumber Daya Manusia yang berkualitas dan berbela rasa.
- 3) Membangun jejaring kerjasama dengan berbagai mitra strategis.
- 4) Berinovasi untuk efisiensi dan efektivitas pelayanan.

B. Hasil Penelitian

Informan penelitian ini berjumlah 7 orang yang terdiri dari 1 Kepala Marketing Rumah Sakit Stella Maris, 1 staf bagian Pengembangan Media dan Customer Care, dan 5 pasien umum rawat jalan. Adapaun karakteristik pada penelitian ini meliputi:

Tabel 5.1
Karakteristik Responden
RS Stella Maris Kota Makassar

No	Nama	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Keterangan
1	PT	30	S1	Pegawai Swasta	Informan Kunci
2	IR	24	S1	Pegawai Swasta	Informan Pendukung
3	FN	30	S1	Wiraswasta	Informan Biasa
4	MF	28	S1	Konsultan	Informan Biasa
5	SB	23	SMA	Mahasiswa	Informan Biasa
6	RY	23	SMA	Wiraswasta	Informan Biasa
7	MR	43	SMA	IRT	Informan Biasa

(Sumber data primer, 2024)

Untuk mencapai tujuan penelitian yaitu untuk memperoleh informasi yang mendalam terkait digital marketing pada pengalaman pasien di RS Stella Maris Kota Makassar, maka hasil wawancara yang terkumpul dianalisa dan disajikan dalam bentuk narasi.

a. Informasi terkait *Digital Goals*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital goals* di Rumah Sakit Stella Maris sudah sejalan dengan visinya. Penggunaan teknologi digital di rumah sakit Stella Maris sangat membantu pasien dalam berkomunikasi dengan tenaga medis. Namun, ada juga pasien yang mengalami kesulitan karena kurang memahami layanan digital. Informan juga menyatakan bahwa rumah sakit berupaya

mempromosikan keunggulan layanan melalui media sosial dan berkomitmen untuk mempercepat serta mempermudah pelayanan sesuai dengan visi dan misi rumah sakit. Berikut hasil wawancara dengan informan :

“Membantu sekali karna mudah untuk terhubung dengan perawat atau doktemya.” (FN, 08 Juni 2024)

“Bagus karna kita gampang komunikasinya.” (MF, 11 Juni 2024)

“Bagus, tapi saya lebih senang langsung datang ji ke rumah sakit.” (RY, 11 Juni 2024)

“Iya bagus karna dimudahkan ki, Stella Maris juga memang bagus pelayanannya.” (SB, 13 Juni 2024)

“Sudah tua mi kita ini jadi kurang paham, iye langsung ke rumah sakit saja kalau misal ada keluhan.” (MR, 14 Juni 2024)

Hal tersebut dipertegas dengan pernyataan dari informan pendukung dan informan kunci. Berikut kutipan wawancaranya :

“Lebih ke memperkenalkan layanan-layanan yang ada di rumah sakit Stella Maris terkhusus di publikasi media sosial misalnya kita promosikan keunggulan pelayanan kesehatan di Stella Maris dan fasilitas yang ada di rumah sakit ini.” (IR, 20 Juni 2024)

“Sudah sejalan dengan tujuan digitalnya dengan visi dan misi rumah sakit, visinya kan melayani pasien untuk dalam semangat kasih. Jadi memang kami berupayakan segala sesuatunya itu bisa cepat dan mempermudah pelayanan kepada pasien.” (PT, 06 Juni 2024)

Berdasarkan penyampaian informan di atas, didapatkan bahwa layanan kesehatan digital di rumah sakit Stella Maris dianggap membantu oleh sebagian pasien karena memudahkan mereka untuk terhubung dengan perawat atau dokter. Namun, ada

beberapa pasien yang mengalami kesulitan memahami sistem digital dan lebih memilih datang langsung ke rumah sakit.

Meskipun demikian, layanan digital tersebut sejalan dengan visi dan misi rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang cepat dan mempermudah pasien, serta dipromosikan melalui media sosial untuk memperkenalkan keunggulan dan fasilitas rumah sakit.

b. Informasi terkait *Digital Audiens*

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat variasi pendapat dari pasien terkait pengalaman interaksi dengan tenaga medis di rumah sakit. Beberapa pasien menilai interaksi tersebut cukup baik dan mudah dipahami, meskipun ada keluhan terkait kecepatan respon saat berkomunikasi melalui media chat. Sebaliknya, beberapa informan mengungkapkan pengalaman kurang memuaskan terkait lamanya waktu respon dalam berinteraksi melalui platform tersebut.

Sementara itu, ada pula pasien yang lebih memilih untuk datang langsung ke rumah sakit daripada berinteraksi melalui media sosial. Meskipun demikian, pihak rumah sakit menekankan bahwa mereka bertanggung jawab dalam menangani semua interaksi publik yang masuk, termasuk keluhan dan pertanyaan, serta memantau secara rutin perkembangan dan respons dari masyarakat terhadap layanan yang mereka berikan. Berikut hasil wawancara dengan informan:

“Cukup bagus ji interaksinya sama dokter atau tenaga medisnya, iya mudah dipahami. (FN, 08 Juni 2024)

“Kurang bagus, kadang agak lama kadang responnya kalau di chat.” (MF, 11 Juni 2024)

“Tidak, makanya kalau saya mau berobat langsung datang.” (RY, 11 Juni 2024)

“Bagus ji interaksinya tapi memang slow respon kalau di chat biasa.” (SB, 13 Juni 2024)

“Iya interaksinya bagus sama pelayanannya.” (MR, 14 Juni 2024)

Hal tersebut berbeda dengan pernyataan dari informan lainnya dan dipertegas oleh informan kunci :

“Kebetulan humas marketing pelayanannya ke customer care jadi kami yang handle semua interaksi dari masyarakat yang masuk ke humas marketing.” (IR, 20 Juni 2024)

“Sejauh ini kami tidak pernah mengukur apakah media kami sudah sesuai dengan kebutuhan pasien tapi kami melihat interaksi tersebut sepertinya baik, jadi yang cuma bisa kami lakukan melihat interaksi dari pasien. Kami setiap minggu juga selalu memantau perkembangan berapa pengikut kami, kami juga pantau viewers nya. Rumah sakit lain kan mereka tidak menerima keluhan di media sosial tapi kalau kami terima dan itu kami follow up.” (PT, 06 Juni 2024)

Berdasarkan pernyataan di atas, didapatkan bahwa pengalaman pasien terkait interaksi dengan tenaga medis di rumah sakit menunjukkan variasi. Beberapa pasien merasa interaksi tersebut cukup baik dan mudah dipahami, meskipun ada keluhan terkait kecepatan respon saat berkomunikasi melalui media chat. Sebaliknya, beberapa informan mengungkapkan pengalaman

kurang memuaskan terkait lamanya waktu respon dalam berinteraksi melalui platform tersebut.

Meskipun ada pasien yang lebih memilih interaksi langsung di rumah sakit daripada melalui media sosial, rumah sakit menegaskan bahwa mereka bertanggung jawab atas semua interaksi publik, termasuk penanganan keluhan dan pertanyaan, serta melakukan pemantauan terhadap respons masyarakat terhadap layanan yang mereka berikan.

c. Informasi terkait *Digital Devices*

Hasil penelitian didapatkan bahwa penggunaan ponsel di kalangan pasien rumah sakit Stella Maris sangat dominan karena dianggap lebih praktis dan mudah dibawa. Informan mengungkapkan bahwa mereka lebih sering menggunakan ponsel untuk berkomunikasi dan mengakses berbagai aplikasi. Mereka mengutamakan penggunaan ponsel untuk berkomunikasi dengan rumah sakit dan mengakses berbagai aplikasi terkait kesehatan.

Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka tidak terlalu familiar dengan portal pasien atau *website* rumah sakit, lebih memilih untuk menggunakan *ponsel* karena dianggap lebih sederhana dan langsung dalam penggunaannya. Meskipun ada beberapa yang memiliki akses *laptop*, penggunaan ponsel tetap lebih sering untuk kebutuhan komunikasi sehari-hari.

Pernyataan dari informan menunjukkan bahwa pasien memiliki fleksibilitas dalam memilih perangkat yang digunakan, tergantung pada kebutuhan spesifik mereka. Berikut hasil wawancara informan:

“Lebih sering pake hp karna bisa ji di akses semua. Tidak tau kalau portal pasien semacam website.” (FN, 08 Juni 2024)

“Pake hp terus ji, sejauh ini mudah ji tidak ada ji ku rasa ribet. untuk cek jadwal dokter sisa dichat saja jadi tidak perlu lagi ke rumah sakit.” (MF, 11 Juni 2024)

“Pake hp, kurang tau semacam portal pasien atau web karna jarang berinteraksi digital.” (RY, 11 Juni 2024)

“Pake hp, ada laptop tapi lebih sering pake hp kalau komunikasi. pernah ji buka web nya tapi lambat loading ki.” (SB, 13 Juni 2024)

“Pake hp, sedangkan hp saja kadang masih bingung-bingung apalagi laptop”. (MR, 14 Juni 2024)

Hal tersebut dipertegas dengan pernyataan dari informan pendukung dan informan kunci. Berikut kutipan wawancaranya:

“Bebas ji kadang kita pake handphone kadang juga pake laptop, digunakan semuanya karna kan bisaji akses semuanya cuman tergantung lagi kayak misal mauki buat video pasti pake handphone ki.” (IR, 20 Juni 2024)

“Kami masukkan di platform-platform tersebut dan kontrol rutin jadi bagaimana kita mau melihat apakah konten atau layanan digital yang kami sediakan itu bisa di akses di handphone, laptop dll.” (PT, 06 Juni 2024)

Berdasarkan pernyataan di atas, didapatkan bahwa penggunaan ponsel di kalangan pasien rumah sakit Stella Maris sangat dominan karena dianggap lebih praktis dan mudah dibawa.

Sebagian besar informan lebih memilih menggunakan ponsel untuk berkomunikasi dengan rumah sakit dan mengakses aplikasi kesehatan. Meskipun beberapa informan kurang familiar dengan portal pasien atau website rumah sakit, penggunaan ponsel tetap menjadi pilihan utama karena dianggap lebih sederhana. Fleksibilitas dalam memilih perangkat untuk akses digital menunjukkan upaya rumah sakit dalam memastikan layanan dapat diakses dengan baik melalui berbagai platform, termasuk ponsel dan laptop, untuk memenuhi kebutuhan beragam pasien.

d. Informasi terkait *Digital Platform*

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa penggunaan platform komunikasi di kalangan pasien rumah sakit Stella Maris didominasi oleh *WhatsApp*. Pasien mengutamakan *WhatsApp* sebagai sarana utama untuk berinteraksi dengan dokter atau tenaga medis, mengirim pertanyaan, dan menerima respons secara langsung. Meskipun beberapa dari mereka juga menggunakan Instagram, namun penggunaannya tidak seaktif *WhatsApp* dalam konteks komunikasi dengan layanan medis.

Informan mengungkapkan preferensi mereka terhadap *WhatsApp* karena dianggap lebih praktis dan mudah diakses untuk tujuan komunikasi kesehatan. Sebaliknya, platform lain seperti *Facebook Messenger* kurang diminati dalam konteks komunikasi

medis di antara pasien-pasien tersebut. Pernyataan dari informan menunjukkan bahwa rumah sakit menggunakan berbagai platform seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Google* untuk berinteraksi dengan calon pasien dan memberikan informasi tentang layanan kesehatan yang tersedia. Berikut hasil wawancara dengan informan:

“Ada instagram tapi tidak terlalu aktif pake instagram, memang untuk komunikasi sama dokter atau tenaga medis via WhatsApp.” (FN, 08 Juni 2024)

“Whatsapp paling sering lebih gampang juga.” (MF, 11 Juni 2024)

“Iya pernah coba chat WhatsApp tapi tidak di balas chatku. Kalau lewat instagram sama facebook tidak pernah, dapat nomornya di instagram.” (RY, 11 Juni 2024)

“Kalau saya mungkin WhatsApp sama Instagram, kita bisa bertanya langsung tanpa harus lagi ke rumah sakit, kalau platforms lain kayak facebook messenger tidak pernah.” (SB, 13 Juni 2024)

“Whatsapp saja, ada biasa anakku yang bantu ka chat sama tenaga medisnya.” (MR, 14 Juni 2024)

Dalam hal ini informan pendukung dan informan kunci mengatakan bahwa :

“Platform instagram, whatsapp, sama google paling sering kami pake berinteraksi dengan calon pasien atau pasien kayak misal kalau kita cari di google RS Stella Maris kami biasa muncul. Kami juga sering posting update apa yang menjadi layanan terbaru Stella Maris atau kayak layanan kesehatan seperti fisioterapi, cuci darah.” (IR, 20 Juni 2024)

“Platform whatsapp paling sering karna strategi paling mudah adalah chat via whatsapp. Kami membuka pasien umum asuransi maupun bpjs itu chat ke nomor registrasi, kemudian setiap dua bulan sekali kami buat video testimoni untuk pasien supaya masyarakat juga tau pengalaman pribadi dari pasien.” (PT, 06 juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, didapatkan bahwa *WhatsApp* mendominasi sebagai platform komunikasi utama di kalangan pasien rumah sakit Stella Maris untuk berinteraksi dengan dokter atau tenaga medis. Pasien mengapresiasi *WhatsApp* karena dianggap praktis dan efektif dalam mengirim pertanyaan dan menerima respons langsung terkait dengan kesehatan mereka. Meskipun ada penggunaan Instagram, tetapi tidak seaktif *WhatsApp* dalam konteks komunikasi medis. Rumah sakit menggunakan berbagai platform seperti Instagram, *WhatsApp*, dan *Google* untuk memperluas jangkauan informasi layanan kesehatan kepada masyarakat.

Mereka juga menggunakan *WhatsApp* secara strategis untuk menjaga komunikasi dengan pasien, termasuk yang menggunakan asuransi BPJS, dan secara berkala melakukan video testimoni untuk membagikan pengalaman pasien kepada publik. Hal ini mencerminkan upaya rumah sakit dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan aksesibilitas dan kualitas layanan kesehatan yang mereka tawarkan.

e. Informasi terkait *Digital Media*

Hasil penelitian menunjukkan banyak pasien di Rumah Sakit Stella Maris tidak aktif mengikuti konten rumah sakit meskipun memiliki akun media sosial. Mereka mengaku jarang atau bahkan tidak pernah melihat konten yang disajikan oleh rumah sakit di

platform seperti Instagram. Beberapa pasien menyatakan bahwa mereka kurang update atau tidak terlalu paham menggunakan Instagram sehingga tidak mengikuti konten rumah sakit.

Sementara itu, pihak rumah sakit menjelaskan bahwa rumah sakit aktif menciptakan konten yang menarik, terutama untuk menjangkau kalangan muda yang aktif di Instagram atau *TikTok*. Mereka menciptakan konten-konten yang lucu namun menyisipkan pesan-pesan kesehatan atau informasi tentang layanan yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Stella Maris sebagai upaya untuk meningkatkan keterlibatan dan pemahaman masyarakat terhadap layanan kesehatan yang tersedia di rumah sakit tersebut. Berikut ini hasil wawancara dengan informan:

“Tidak tau, karna memang saya tidak pernah perhatikan kontennya ini rumah sakit.” (FN, 08 Juni 2024)

“Kalau saya kurang update ka, ada instagramku tapi memang saya tidak ikuti karna tidak terlalu paham juga pake instagram.” (MF, 11 Juni 2024)

“Tidak ku ikuti ini Stella Maris jadi tidak pernah lihat kontennya.” (RY, 11 Juni 2024)

“Ada instagram tapi tidak kepikiran untuk lihat kontennya ini rumah sakit.” (SB, 13 Juni 2024)

“Tidak pernah ku lihat kontennya.” (MR, 14 Juni 2024)

Dalam hal ini, informan pendukung dan kunci mengatakan bahwa:

“Kalau misalkan dikalangan anak muda yang lebih aktif di instagram atau tiktok jadi kami buat konten-konten yang terkesan lucu tapi kita selipkan pesan-pesan kesehatan atau layanan kesehatan di Rumah Sakit Stella Maris.” (IR, 20 Juni 2024)

“Rata-rata kegiatan rumah sakit 95% dibuat dalam bentuk video konten, seperti kegiatan edukasi atau video short tentang pelayanan-pelayanan apa yang kami berikan dan peresmian ruangan itu kami upload semua. Kami juga selalu melakukan live di instagram resmi Rumah Sakit Stella Maris, dan mengedukasi melalui live tersebut”. (PT, 06 Juni 2024)

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa meskipun Rumah Sakit Stella Maris aktif dalam menciptakan konten di media sosial seperti Instagram, banyak pasien tidak aktif mengikuti konten tersebut. Pasien-pasien tersebut mengaku kurang update atau kurang paham menggunakan platform media sosial, sehingga tidak melihat konten yang disajikan oleh rumah sakit.

Meskipun demikian, rumah sakit tetap berusaha aktif dalam menciptakan konten yang menarik, terutama ditujukan untuk menjangkau kalangan muda yang aktif di Instagram atau TikTok dengan konten yang lucu tetapi tetap memuat pesan-pesan kesehatan atau informasi tentang layanan yang ditawarkan. Upaya ini dilakukan dalam bentuk video edukasi, cuplikan singkat tentang layanan rumah sakit, dan siaran langsung (*live*) di *Instagram* guna

meningkatkan keterlibatan dan pemahaman masyarakat terhadap layanan kesehatan yang ada di rumah sakit tersebut.

f. Informasi terkait Digital Data

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pasien rumah sakit Stella Maris merasa percaya dan aman terkait penggunaan layanan digital yang disediakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan mereka sepakat bahwa sistem yang ada saat ini aman dan tidak akan disalahgunakan.

Selain itu, Informan kunci menekankan pentingnya menjaga kerahasiaan data pasien dan menyatakan bahwa mereka bekerja sama dengan tim *IT* untuk melindungi informasi tersebut sesuai dengan aturan yang berlaku. Berikut ini hasil wawancara dengan informan:

“Kalau saya percayaji, tidak mungkin juga pihak rumah sakit mau salah gunakan datanya kita.” (FN, 08 Juni 2024)

“Sejauh ini nyaman alhamdulillah.” (MF, 11 Juni 2024)

“Kalau digitalnya mungkin aman ji.” (RY, 11 Juni 2024)

“Iye percaya ji, aman ji juga.” (SB, 13 Juni 2024)

“Bagus ji” (MR, 14 Juni 2024)

Dalam hal ini oleh informan pendukung dan kunci mengatakan bahwa :

“Kita tanya dulu ke orang tersebut karna kita tidak semena-mena kasih orang dan memang ada alurnya, ada memang di sistem semua disitu yang tidak boleh sembarang di sebarluaskan. Kami juga

bekerja sama dengan tim IT untuk seperti melindungi data pasien kami.” (IR, 20 Juni 2024)

“Kalau di rumah sakit kami semua sudah disumpah untuk menjaga kerahasiaan data pasien kami jadi memang sudah ada aturan wajibnya.” (PT, 06 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara di atas disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa aman terkait keamanan data mereka di Rumah Sakit Stella Maris. Pihak rumah sakit memiliki prosedur ketat untuk melindungi data pasien, termasuk bekerja sama dengan tim IT dan mengikuti aturan yang mewajibkan semua staf untuk menjaga kerahasiaan data pasien. Sebelum membagikan data, rumah sakit memastikan untuk mendapatkan izin dari yang bersangkutan dan mengikuti alur yang telah ditetapkan untuk mencegah penyalahgunaan data.

g. Informasi terkait Digital Marketing Technology

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa penggunaan teknologi digital, seperti website dan media sosial, telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan komunikasi dan aksesibilitas informasi di rumah sakit. Informan menunjukkan bahwa kehadiran platform digital membuat komunikasi dengan publik menjadi lebih mudah, meskipun pemahaman digital masih menjadi tantangan bagi beberapa individu. Berikut hasil wawancara dengan informan:

“Iya sudah terlibat, manfaatnya yah komunikasinya jadi lebih gampang.” (FN, 08 Juni 2024)

“Bagusmi mungkin, yang penting bagus ki pelayanannya itu rumah sakit. Tapi mungkin lebih bermanfaat bagi mereka yang paham dengan digital.” (MF, 11 Juni 2024)

“Pengalamanku belum, karna saya lebih fokus sama pelayanan langsung ini rumah sakit.” (RY, 11 Juni 2024)

“Bagus mi karna ada mi seperti websitenya, instagramnya, saya ambil nomor regis di instagramnya ini stella maris” (SB, 13 Juni 2024)

“Tidak tau, lebih gampang langsung ke rumah sakit karna kita ini tidak mengerti yang digital-digital seperti itu.” (MR, 14 Juni 2024)

Selain itu, informan pendukung dan kunci mengatakan bahwa:

“Kami disini lebih ke website jadi di website itu sudah ada semua misal promo-promo khusus yang ditawarkan rumah sakit, boleh juga mendaftar nanti langsung diarahkan ke whatsapp, atau boleh juga cek siapa saja dokternya karna banyak ji fiturnya.” (IR, 20 Juni 2024)

“Jadi kami lebih banyak kolaborasi sama tim IT, kami itu ada rapat rutin untuk membahas tentang pengembangan apa yang harus kami lakukan. Kalau website itu kami ada namanya yang SEO (Search Engine Optimization) untuk mengoptimalkan kerja website kami.” (PT, 06 Juni 2024)

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa integrasi teknologi digital seperti website dan media sosial memberikan dampak positif dalam meningkatkan komunikasi dan aksesibilitas informasi di Rumah Sakit. Meskipun terdapat tantangan dalam pemahaman digital bagi sebagian individu, kehadiran platform digital telah mempermudah komunikasi dengan publik. Informan

kunci menunjukkan dukungan kuat terhadap manfaat teknologi *IT* dalam mengelola dan memperluas layanan rumah sakit, termasuk peningkatan visibilitas melalui *SEO* dan adopsi inovasi seperti pendaftaran *online* dan aplikasi pesan instan untuk mempermudah akses pasien.

Wawancara dengan informan menunjukkan bahwa kehadiran website rumah sakit memberikan kemudahan bagi pasien untuk mengakses informasi, termasuk promosi layanan khusus dan pendaftaran melalui platform digital seperti *WhatsApp*. Namun, ada juga pengakuan bahwa tidak semua individu mengalami manfaat yang sama dari teknologi digital ini, karena beberapa masih lebih memilih interaksi langsung di rumah sakit.

C. Pembahasan

a. *Digital Goals* Pada Persepsi Pengalaman Pasien

Era transformasi bisnis digital, peran, fungsi, dan strategi yang berkaitan dengan meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan pengalaman pelanggan menjadi semakin penting bagi kesuksesan suatu organisasi. Ini termasuk penggunaan teknologi digital untuk otomatisasi proses operasional hingga inovasi produk dan layanan yang didorong oleh data, dan analisis mendalam pengalaman pelanggan untuk menyesuaikan pengalaman pelanggan. Rumah sakit dapat menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan

meningkatkan kualitas barang dan jasa yang mereka berikan kepada pasien. Dengan fokus pada pengalaman pasien yang luar biasa, rumah sakit juga dapat meningkatkan hubungan dengan pasien, meningkatkan loyalitas merek, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan (Fadlila, Sutantri, 2024).

Berdasarkan hasil yang didapatkan implementasi digital goals di Rumah Sakit Stella Maris telah menghasilkan dampak positif sejalan dengan visi rumah sakit tersebut. Penggunaan teknologi digital telah signifikan dalam memfasilitasi komunikasi antara pasien dengan tenaga medis. Hal ini tercermin dari testimonial beberapa pasien yang menyatakan bahwa sistem ini membantu mereka dalam berinteraksi dengan perawat atau dokter dengan lebih mudah dan cepat. Meskipun begitu, tidak dapat diabaikan bahwa masih ada pasien yang menghadapi kesulitan dalam menggunakan layanan digital tersebut. Beberapa dari mereka mengaku kurang memahami sistem tersebut dan lebih memilih untuk melakukan komunikasi langsung dengan datang ke rumah sakit secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi digital memberikan kemudahan, pendekatan ini tidak selalu dapat mencakup semua kebutuhan atau preferensi pasien.

Hasil wawancara dengan pihak rumah sakit untuk mempromosikan keunggulan layanan mereka melalui media sosial juga menjadi salah satu strategi yang diadopsi. Dengan

memanfaatkan platform ini, Rumah Sakit Stella Maris telah berhasil memperkenalkan fasilitas dan pelayanan yang mereka tawarkan kepada masyarakat luas. Strategi ini sejalan dengan upaya mereka untuk memenuhi visi dan misi rumah sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan mudah diakses.

Pihak rumah sakit menegaskan bahwa penerapan layanan kesehatan digital di Rumah Sakit Stella Maris mendukung visi mereka untuk memberikan pelayanan yang cepat dan efisien kepada pasien. Dengan demikian, meskipun terdapat tantangan dalam adopsi teknologi digital di kalangan beberapa pasien, upaya rumah sakit dalam mempercepat dan mempermudah akses pelayanan tetap menjadi fokus utama dalam pencapaian tujuan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, menurut (Burhan & Sulistiadi, 2022), dalam penelitian optimalisasi strategi digital pemasaran bagi rumah sakit, menyatakan bahwa rumah sakit harus melakukan digital pemasaran yang efektif untuk mempromosikan layanan perawatan medis sehingga mereka dapat memperluas bisnis mereka sambil tetap memberikan layanan kesehatan berkualitas tinggi dan menjamin kepuasan pasien.

Dari hasil observasi maka peneliti menyimpulkan digital goals di Rumah Sakit Stella Maris menggambarkan sebuah transformasi positif dalam pelayanan kesehatan modern. Meskipun masih ada tantangan yang perlu diatasi, langkah-langkah yang telah diambil

telah membantu memperkuat visi rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi dengan menggunakan teknologi sebagai sarana utama untuk mencapai tujuan ini.

b. *Digital Audiens* Pada Persepsi Pengalaman Pasien

Menurut (Abdylah, 2024), implementasi teknologi *digital marketing* memberikan kemampuan kepada rumah sakit untuk melakukan promosi secara lebih efektif, mendapatkan informasi yang relevan, dan berinteraksi dengan pasien secara *real-time* dengan teknologi digital. Ini tidak hanya meningkatkan layanan, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih dekat dan interaktif antara pasien dan penyedia layanan kesehatan. Rumah sakit dapat mencapai *audiens* mereka secara efektif dengan menggunakan *digital marketing* dasar yang mencakup internet, media sosial, aplikasi mobile, dan *email*.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat variasi pendapat yang signifikan di antara pasien terkait pengalaman interaksi dengan tenaga medis di rumah sakit. Sebagian pasien menganggap interaksi tersebut cukup baik dan mudah dipahami, menunjukkan adanya pelayanan yang responsif dan efektif dalam memberikan informasi medis. Namun, sebagian dari mereka juga mengungkapkan keluhan terkait kecepatan respon saat berkomunikasi melalui media chat. Selain itu, terdapat pasien yang menyatakan bahwa preferensi untuk berinteraksi langsung dengan tenaga medis di rumah sakit lebih baik

daripada melalui media sosial atau aplikasi pesan. Mereka mungkin merasa lebih yakin dan nyaman dengan komunikasi tatap muka yang lebih personal. Meskipun demikian, penting untuk diingat bahwa pilihan ini dapat bervariasi tergantung pada preferensi individu serta kenyamanan dalam menggunakan teknologi digital.

Menurut (Budiyatno *et al.*, 2023) tidak semua pasien mampu melihat keuntungan dari sisi tersebut. Beberapa pasien masih menganut paham konvensional bahwa konsultasi identik dengan tatap muka secara langsung.

Dari hasil wawancara pihak rumah sakit menegaskan tanggung jawab mereka dalam menangani semua interaksi publik yang masuk, termasuk keluhan, pertanyaan, dan umpan balik dari masyarakat. Mereka menjelaskan bahwa tim customer care atau humas marketing bertanggung jawab atas manajemen interaksi ini, meskipun mengakui bahwa masih ada tantangan dalam memenuhi ekspektasi kecepatan respon yang diharapkan oleh sebagian pasien. Serta pihak rumah sakit juga menyoroti bahwa rumah sakit secara aktif memantau dan mengevaluasi interaksi dari masyarakat terhadap layanan yang mereka berikan. Hal ini mencakup pemantauan terhadap jumlah pengikut dan viewers di platform digital mereka serta tindak lanjut terhadap keluhan yang masuk. Pendekatan ini menunjukkan komitmen mereka dalam

meningkatkan kualitas layanan dan merespons kebutuhan pasien dengan lebih baik melalui teknologi.

Hal ini sejalan dengan Misha bahwa pemasaran digital layanan kesehatan menghadapi sejumlah tantangan misalnya kurangnya instruksi tentang cara menggunakan platform digital dengan benar, kurangnya minat karyawan untuk menanggapi keluhan dengan menggunakan media sosial yang tepat, dan tanggung jawab yang tidak jelas terhadap berbagai aktivitas pemasaran internet. Karena itu, untuk memanfaatkan teknologi digital dengan lebih efisien, manajemen harus berdedikasi dan konsisten karena memerlukan sumber daya keuangan, infrastruktur, dan tenaga kerja yang memadai (Sahara & Prayoga, 2021).

Secara keseluruhan, peneliti dapatkan bahwa pentingnya dalam memperluas akses dan meningkatkan komunikasi di rumah sakit. Diperlukan upaya terus-menerus untuk mengoptimalkan sistem dan proses agar dapat memenuhi berbagai macam harapan dan kebutuhan dari beragam pengguna layanan kesehatan.

c. Digital Devices Pada Persepsi Pengalaman Pasien

Menurut (Budiyatno *et al.*, 2023) dalam penelitiannya, transformasi digital mampu memberikan dampak perbaikan dalam hal efisiensi biaya dan pendisiplinan alur proses di Rumah Sakit, namun terdapat perbedaan latar belakang pemahaman baik pihak internal maupun pihak eksternal terhadap pemanfaatan teknologi.

Implementasi transformasi digital menunjukkan resistansi dari beberapa pihak pada awalnya, namun dalam perjalanannya mampu menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan.

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan ponsel di kalangan pasien Rumah Sakit Stella Maris sangat dominan karena dianggap lebih praktis dan mudah dibawa. Pasien cenderung menggunakan ponsel untuk berkomunikasi dengan rumah sakit dan mengakses berbagai aplikasi terkait kesehatan. Hal ini mencerminkan tren umum di masyarakat modern yang semakin mengandalkan perangkat mobile untuk berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam konteks kesehatan.

Informan mengungkapkan bahwa mereka lebih memilih menggunakan ponsel di bandingkan laptop karena dianggap lebih sederhana dan langsung dalam penggunaannya. Mereka menilai ponsel lebih mudah digunakan untuk tujuan komunikasi harian serta akses informasi kesehatan yang mereka perlukan. Meskipun beberapa informan merasa kurang familiar dengan portal pasien atau website rumah sakit tetapi penggunaan ponsel tetap menjadi pilihan utama untuk keperluan sehari-hari.

Pernyataan dari informan menunjukkan bahwa pasien memiliki fleksibilitas dalam memilih perangkat yang digunakan, tergantung pada kebutuhan spesifik mereka. Misalnya, sebagian memilih ponsel karena kemudahan akses dan penggunaan yang

cepat, sementara yang lain mungkin lebih memilih laptop untuk aktivitas yang membutuhkan layar lebih besar atau fungsionalitas tertentu.

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan dari pihak rumah sakit yang menegaskan bahwa penggunaan berbagai platform seperti ponsel dan laptop diintegrasikan dalam strategi digital rumah sakit. Mereka memastikan bahwa konten dan layanan digital yang disediakan dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat, memperhatikan preferensi dan kebutuhan beragam pasien.

Berdasarkan hasil penelitian (Lin *et al.*, 2019) kegunaan perangkat digital melalui aplikasi seluler yang dirasakan tidak secara langsung dan secara langsung. Saat ini, pasien di rumah sakit secara langsung mempengaruhi niat penggunaan seluler, namun masih banyak yang belum memiliki kesadaran bahwa perangkat digital dapat dirasakan dan mudah digunakan.

Secara keseluruhan peneliti menyimpulkan penggunaan ponsel sebagai alat utama untuk berkomunikasi dan mengakses informasi kesehatan menunjukkan adaptasi rumah sakit terhadap preferensi teknologi modern. Meskipun tantangan dalam memastikan semua pasien dapat mengakses informasi dengan lancar, upaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pasien dalam menggunakan teknologi digital tetap menjadi fokus utama dalam pelayanan kesehatan di era digital ini.

d. *Digital Platform Pada Persepsi Pengalaman Pasien*

Era internet saat ini, pertumbuhan pesat dalam informasi kesehatan telah memungkinkan orang-orang untuk mengakses atau menyebarkan informasi secara bebas melalui internet dan media sosial. Oleh karena itu, salah satu strategi yang dapat digunakan rumah sakit untuk mempromosikan layanan unggulannya untuk memenangkan persaingan di pasar ialah menggunakan strategi media sosial (Merrynda & Andriani, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian, *WhatsApp* menunjukkan dominasi sebagai platform komunikasi utama di kalangan pasien Rumah Sakit Stella Maris dalam berinteraksi dengan dokter atau tenaga medis. Pasien-pasien cenderung memilih *WhatsApp* untuk mengirim pertanyaan, mendapatkan informasi medis, dan menerima respons secara langsung. Alasan utama yang diungkapkan oleh informan adalah kepraktisan *WhatsApp* dalam komunikasi sehari-hari terkait dengan kesehatan mereka, dibandingkan dengan platform lain seperti Instagram atau *Facebook Messenger* yang kurang diminati untuk keperluan medis.

Meskipun beberapa informan juga menggunakan Instagram, penggunaannya tidak seaktif *WhatsApp* dalam konteks komunikasi dengan layanan medis. Hal ini menunjukkan bahwa *WhatsApp* dianggap lebih langsung dan efektif dalam memberikan respons yang cepat terkait dengan masalah kesehatan. Platform lain seperti

Facebook Messenger juga kurang populer dalam konteks ini, mungkin karena kurangnya integrasi atau alasan praktis dalam komunikasi medis.

Pernyataan dari informan mengungkapkan bahwa Rumah Sakit Stella Maris secara aktif menggunakan berbagai platform seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Google* untuk berinteraksi dengan calon pasien dan memberikan informasi tentang layanan kesehatan yang tersedia. Ini mencerminkan strategi mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang mereka tawarkan.

Dari hasil wawancara dengan pihak rumah sakit, terlihat bahwa *WhatsApp* menjadi pilihan utama dalam menjaga komunikasi dengan pasien, termasuk yang menggunakan asuransi BPJS atau umum. Mereka juga mengimplementasikan strategi seperti pembuatan video testimoni secara berkala untuk membagikan pengalaman pasien kepada publik, yang dapat menjadi sumber informasi yang berharga bagi masyarakat dalam memilih layanan kesehatan yang tepat.

Berdasarkan penelitian (Liu *et al.*, 2021) karena memiliki pengaruh pada layanan platforms digital, ditemukan banyak pasien di rumah sakit Beijing, China memiliki akun sosial media dan rajin

menggunakannya sebagai alat bertukar pengetahuan, diskusi masalah kesehatan, dan praktik layanan kesehatan. Hal ini menandakan pasien akan merasa nyaman dan praktis serta akan meningkatkan pengalaman pasien karena adanya interaksi pegawai.

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *WhatsApp* sebagai platform komunikasi utama menunjukkan adaptasi rumah sakit terhadap preferensi teknologi modern di kalangan pasien mereka. Upaya ini tidak hanya memperluas aksesibilitas informasi medis tetapi juga meningkatkan efisiensi dan responsivitas dalam memberikan layanan kesehatan yang berkualitas kepada masyarakat.

e. *Digital Media* Pada Persepsi Pengalaman Pasien

Menurut penelitian (Khiong *et al.*, 2022) media digital baru memberikan peluang untuk berekspresi pada pemasaran dengan cara menawarkan, membuat konten, dan menerapkan teknik komunikasi secara online. Dengan adanya kemajuan teknologi di rumah sakit akan memudahkan pelayanan kesehatan tentunya pada digital media yang bisa merubah pengalaman dari pasien.

Berdasarkan hasil penelitian, masih banyak pasien di Rumah Sakit Stella Maris tidak aktif mengikuti konten rumah sakit di media sosial, meskipun mereka memiliki akun. Mereka mengaku jarang atau bahkan tidak pernah melihat konten yang disajikan oleh rumah

sakit di platform seperti Instagram. Alasan utama yang diungkapkan oleh pasien adalah kurangnya pemahaman atau keakraban dengan platform tersebut, sehingga mereka tidak merasa perlu untuk mengikuti konten rumah sakit tersebut. Beberapa pasien bahkan menyatakan bahwa mereka tidak aktif karena mereka tidak memperhatikan konten dari rumah sakit tersebut secara keseluruhan.

Sementara itu, pihak rumah sakit telah menunjukkan komitmen mereka dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk menjangkau kalangan muda yang aktif di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Mereka mengintegrasikan pesan-pesan kesehatan atau informasi tentang layanan yang ditawarkan oleh rumah sakit ke dalam konten-konten tersebut.

Pihak rumah sakit menjelaskan bahwa sebagian besar konten yang mereka buat berupa video edukasi atau cuplikan singkat tentang berbagai layanan rumah sakit. Selain itu, mereka secara rutin melakukan siaran langsung (*live*) di *Instagram* resmi rumah sakit untuk memberikan edukasi langsung kepada masyarakat. Pendekatan ini dimaksudkan untuk tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan kesehatan, tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara rumah sakit dan pasien potensial melalui interaksi langsung dan konten yang relevan.

Dalam hal ini, pihak rumah sakit menegaskan bahwa strategi utama mereka adalah menciptakan konten yang menarik untuk menarik perhatian kalangan muda yang aktif di media sosial. Mereka memilih pendekatan yang menggabungkan humor atau daya tarik visual dengan pesan-pesan yang edukatif tentang kesehatan. Ini sejalan dengan tren penggunaan media sosial saat ini di mana konten yang lucu atau menghibur sering kali memiliki daya tarik yang lebih besar daripada konten yang formal atau serius.

Namun, tantangan yang dihadapi oleh rumah sakit adalah bagaimana mereka dapat mengatasi kurangnya keterlibatan dari segmen pasien yang kurang aktif di media sosial. Meskipun mereka menciptakan konten yang menarik, perlu upaya lebih lanjut untuk memahami preferensi dan kebutuhan dari segmen pasien ini agar upaya pemasaran melalui media sosial dapat lebih efektif. Selain itu, perlu juga upaya untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pasien agar mereka lebih terbuka untuk mengikuti dan terlibat dengan konten yang disajikan oleh rumah sakit melalui platform-platform digital.

Berdasarkan hasil penelitian (Khiong *et al.*, 2022), dinyatakan bahwa media digital pada konten pemasaran di rumah sakit berdampak positif. Pemasaran konten tersebut ditemukan lebih efektif dalam meyakinkan 94 pasien karena memiliki manfaat untuk dapat mendekatkan diri kepada pasien.

f. *Digital Data Pada Persepsi Pengalaman Pasien*

Menurut (Naura, 2024) dalam penelitiannya, perlindungan hukum terhadap pasien dalam konteks layanan kesehatan digital merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan dan diperkuat, guna menjaga kepercayaan masyarakat serta memastikan pelayanan kesehatan yang aman dan berkualitas.

Berdasarkan hasil penelitian, pasien Rumah Sakit Stella Maris menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan layanan digital yang disediakan oleh rumah sakit tersebut. Hasil wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa mereka merasa sistem yang ada saat ini aman dan tidak akan disalahgunakan oleh pihak rumah sakit. Mereka menyatakan keyakinan mereka bahwa data mereka dijaga dengan baik dan tidak akan dimanfaatkan secara tidak etis.

Pentingnya keamanan data pasien juga ditekankan oleh informan kunci yang menyatakan bahwa kerahasiaan informasi pasien adalah prioritas utama rumah sakit. Mereka menjelaskan bahwa pihak rumah sakit bekerja sama erat dengan tim IT untuk mengimplementasikan langkah-langkah perlindungan data yang ketat sesuai dengan regulasi yang berlaku. Hal ini mencakup prosedur untuk memastikan bahwa data pasien hanya diakses oleh pihak yang berwenang dan tidak disebarluaskan secara tidak sah.

Persepsi positif terhadap keamanan digital di rumah sakit juga didukung oleh pengakuan bahwa semua staf telah disumpah untuk menjaga kerahasiaan data pasien sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Informan mengungkapkan bahwa ada prosedur yang jelas dan alur kerja yang harus diikuti sebelum data pasien dapat dibagikan atau diakses untuk tujuan tertentu. Hal ini menunjukkan komitmen rumah sakit dalam menjaga privasi dan keamanan informasi pribadi pasien sebagai bagian dari standar layanan yang tinggi.

Namun demikian, meskipun mayoritas pasien merasa aman terkait penggunaan layanan digital, penting untuk terus meningkatkan transparansi dan pendidikan terkait keamanan data di antara pengguna layanan kesehatan. Rumah sakit dapat lebih aktif dalam memberikan informasi kepada pasien tentang langkah-langkah yang diambil untuk melindungi data mereka serta hak-hak mereka terkait privasi.

Menurut penelitian (Liu *et al.*, 2021), dinyatakan adanya kepercayaan dalam menyimpan data di rumah sakit dan perawatan kesehatan yang menimbulkan pasien memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengunjungi kembali rumah sakit dan merekomendasikannya kepada teman-teman serta kerabatnya.

Rumah sakit perlu memastikan bahwa sistem keamanan mereka selalu diperbarui dan diperkuat sesuai dengan standar terkini untuk melindungi informasi sensitif pasien dari ancaman keamanan digital yang semakin kompleks. Ini mencakup investasi dalam pelatihan staf terkait keamanan informasi serta penerapan praktik terbaik dalam manajemen data secara keseluruhan.

g. *Digital Marketing Technology* Pada Persepsi Pengalaman Pasien

Menurut penelitian (Canfell *et al.*, 2024) dampak dari pemasaran teknologi digital memberikan hal yang luar biasa yaitu meningkatnya lebih banyak keterlibatan di media sosial dan pemasaran, rumah sakit berupaya meningkatkan perawatan dengan menggunakan teknologi digital, tetapi efektivitas teknologi ini sering kali hanya diukur berdasarkan indikator biaya dan kualitas, dan kurang diketahui tentang pengalaman dokter dan pasien sehingga kurang diketahui apakah pasien tersebut persepsi pengalaman dari pasien tersebut. Teknologi pelayanan, beberapa pasien setuju bahwa teknologi pelayanan mempermudah informasi, mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses bisnis dalam aktivitas pengelolaan hubungan dengan pasien (Burhanuddin & Suyuti 2020)

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan teknologi digital seperti website dan media sosial telah membawa dampak positif dalam meningkatkan komunikasi dan aksesibilitas informasi di

Rumah Sakit Stella Maris. Hasil wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa kehadiran platform digital telah membuat komunikasi dengan publik menjadi lebih mudah dan efisien. Mereka menyatakan bahwa penggunaan website dan media sosial seperti Instagram membantu mereka untuk mendapatkan informasi tentang layanan rumah sakit, seperti nomor registrasi atau promosi khusus yang ditawarkan. Tetapi, terdapat tantangan dalam adopsi teknologi digital ini, terutama terkait dengan pemahaman digital yang masih menjadi hambatan bagi beberapa individu. Beberapa informan mengakui bahwa mereka belum sepenuhnya terlibat dalam penggunaan teknologi digital karena lebih memilih interaksi langsung dengan pelayanan langsung di rumah sakit. Hal ini mengindikasikan bahwa ada kesenjangan dalam penerimaan dan penggunaan teknologi digital di antara pasien-pasien rumah sakit.

Hasil wawancara dengan pihak rumah sakit menegaskan bahwa pihak mereka aktif berkolaborasi dengan tim *IT* untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital. Mereka menjelaskan bahwa website rumah sakit tidak hanya sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai alat untuk pendaftaran online dan komunikasi melalui platform pesan instan seperti *WhatsApp*. Penggunaan teknik *SEO (Search Engine Optimization)* juga diimplementasikan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas informasi bagi masyarakat umum.

Berdasarkan hasil penelitian (Laksmi Jaya & Andriani, 2023), tidak menjadi teori pendukung dengan penelitian ini karena memiliki pengaruh yang dinyatakan dapat mencerminkan bahwa penggunaan teknologi digital yang memiliki penerapan salah satunya adalah digital marketing yang dapat 97 memberikan efek positif bagi pandangan masyarakat terhadap penyelenggara pelayanan kesehatan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa integrasi teknologi digital dalam operasional rumah sakit membawa manfaat yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi layanan dan komunikasi dengan publik. Meskipun masih ada tantangan terkait pemahaman dan penerimaan teknologi digital di kalangan sebagian pasien, upaya terus menerus dilakukan untuk memperluas dan meningkatkan kebermanfaatan teknologi tersebut. Ini mencerminkan komitmen rumah sakit dalam mengadopsi inovasi teknologi untuk meningkatkan pengalaman pasien dan efisiensi layanan kesehatan secara keseluruhan.