

STRATEGI PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT TERHADAP LAYANAN PENGANTARAN OBAT (GOBAT) MELALUI PROMOSI EFEKTIF DI RSUD JENDERAL AHMAD YANI

Riska Imelda¹, Rizky Aprilianti², Windi Pertiwi³

¹²³ Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Metro, Metro, Lampung

riskaimelda93@gmail.com

rizky.aprilianti.lestari@gmail.com

windzchelsea90@gmail.com

ABSTRAK

Pendahuluan: Antrean panjang di farmasi rawat jalan sering menjadi keluhan, memicu RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro meluncurkan layanan Pengantaran Obat Sampai ke Rumah (GOBAT) untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pasien. Inovasi ini selaras dengan SPM waktu tunggu pelayanan obat. Namun, tingkat pemanfaatan GOBAT masih belum optimal. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan identifikasi data, masalah, dan penentuan penyebab menggunakan Fishbone Diagram di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro. **Hasil:** Hasil analisis menunjukkan kurangnya promosi dan informasi sebagai penyebab utama rendahnya minat terhadap GOBAT. Inovasi yang diusulkan meliputi X-banner, poster, dan optimalisasi media digital melalui Instagram podcast. **Simpulan:** Strategi promosi yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan minat masyarakat terhadap GOBAT, berkontribusi pada efisiensi pelayanan rumah sakit. **Kata Kunci:** layanan GOBAT, promosi kesehatan, media digital, farmasi rumah sakit, kepuasan pasien.

STRATEGY FOR INCREASING PUBLIC INTEREST IN DRUG DELIVERY SERVICES (GOBAT) THROUGH EFFECTIVE PROMOTION AT RSUD JENDERAL AHMAD YANI METRO

ABSTRACT

Introduction: Long queues at outpatient pharmacies are a common complaint, prompting RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro to launch the Home Drug Delivery (GOBAT) service to improve patient efficiency and comfort. This innovation aligns with the Minimum Service Standards for drug waiting times. However, the utilization rate of GOBAT is still not optimal. **Method:** This qualitative study involved data identification, problem identification, and root cause analysis using a Fishbone Diagram at RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro. **Result:** The analysis revealed that a lack of promotion and information is the main reason for low public interest in GOBAT. Proposed innovations include X-banners, posters, and optimization of digital media through Instagram podcasts. **Conclusion:** Effective promotional strategies are expected to increase public awareness, understanding, and interest in GOBAT, contributing to improved hospital service efficiency.

Keyword: GOBAT service, health promotion, digital media, hospital pharmacy, patient satisfaction.

PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan yang optimal di rumah sakit tidak hanya terbatas pada diagnosis dan tindakan medis, tetapi juga mencakup efisiensi dan kenyamanan dalam aspek penunjang, salah satunya adalah pelayanan farmasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 72 Tahun 2016, Standar Pelayanan Kefarmasian di Rumah Sakit menjadi pedoman penting untuk pelayanan yang berkualitas, aman, dan berorientasi pada pasien, mencakup pengelolaan sediaan farmasi hingga pelayanan farmasi klinis seperti pengkajian resep dan penyiapan obat. Salah satu parameter Standar Pelayanan Minimal (SPM) farmasi rumah sakit adalah waktu tunggu pelayanan obat, dengan standar ≤ 30 menit untuk obat non-racik dan ≤ 60 menit untuk obat racikan. (Camuendo, 2016) Namun, antrean panjang di loket farmasi merupakan pemandangan umum yang sering dikeluhkan pasien dan keluarganya di berbagai fasilitas kesehatan, termasuk rumah sakit, yang dapat membuang waktu dan memperburuk kondisi kesehatan pasien. Menanggapi tantangan ini, RSUD Jenderal Ahmad Yani Kota Metro meluncurkan layanan Pengantaran Obat Sampai ke Rumah (GOBAT) sebagai inovasi untuk memutus rantai antrean fisik di farmasi dan memungkinkan pasien menerima obat yang diresepkan langsung di kediaman mereka, khususnya di wilayah Kota Metro dan gratis, bekerja sama dengan pihak ketiga Okebos.

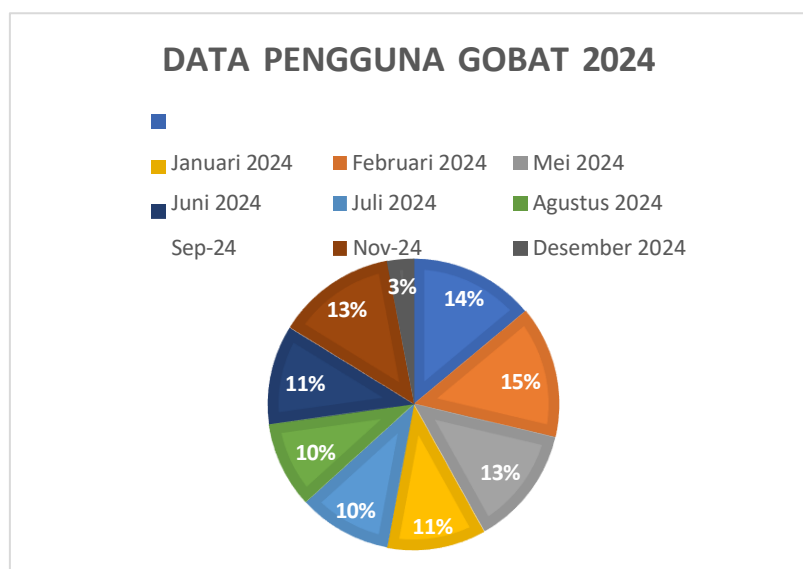
Layanan GOBAT ini sejalan dengan visi peningkatan mutu pelayanan publik dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi waktu, mengurangi kelelahan, serta meningkatkan kenyamanan dalam mendapatkan penanganan kesehatan yang komprehensif. Inisiatif ini tidak hanya mendukung upaya rumah sakit dalam memberikan pelayanan yang berpusat pada pasien, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesehatan masyarakat Kota Metro secara keseluruhan dengan memastikan kepatuhan minum obat yang lebih baik. Namun, potensi penuh dari layanan inovatif ini sangat bergantung pada minat masyarakat terhadap keberadaannya. Tujuan penelitian ini adalah 1) meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap pemanfaatan layanan GOBAT di RSUD Jenderal Ahmad Yani Kota Metro. 2) mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat masyarakat terhadap GOBAT. 3) merumuskan strategi promosi yang efektif, dan mengimplementasikan strategi promosi tersebut untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat layanan GOBAT.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro, sebuah rumah sakit milik Pemerintah Kota Metro yang didirikan pada tahun 1951 dan telah berkembang menjadi rumah sakit tipe B non-pendidikan. Pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi data dan situasi rumah sakit, identifikasi masalah, penentuan prioritas masalah teknik analisis data yang digunakan meliputi metode USG (Urgency (tingkat kegawatan masalah), Seriousness (tingkat keseriusan masalah), Growth (tingkat perkembangan masalah) untuk menentukan prioritas masalah, serta penentuan penyebab masalah menggunakan analisis Fishbone Diagram. Mengumpulkan informasi mengenai RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro, termasuk pelayanan rawat jalan dan layanan penunjang lainnya. Mengenali masalah yang ada, khususnya terkait pelayanan farmasi rawat jalan dan pemanfaatan layanan GOBAT. Menggunakan alat analisis seperti Fishbone Diagram (Diagram Tulang Ikan) untuk mengidentifikasi akar masalah yang menyebabkan rendahnya minat masyarakat terhadap GOBAT. Merumuskan solusi inovatif dan strategis untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan GOBAT.

HASIL

Berdasarkan identifikasi data, RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro memiliki Instalasi Rawat Jalan yang komprehensif, dengan berbagai poliklinik dan fasilitas seperti Customer Service, Pendaftaran Online/Langsung, Apotek Rawat Jalan, dan Ruang Pengaduan. Namun, meskipun ada upaya inovasi seperti GOBAT, grafik pengguna GOBAT pada tahun 2024 menunjukkan tingkat pemanfaatan yang belum optimal. Antrean di apotek rawat jalan masih menjadi masalah.

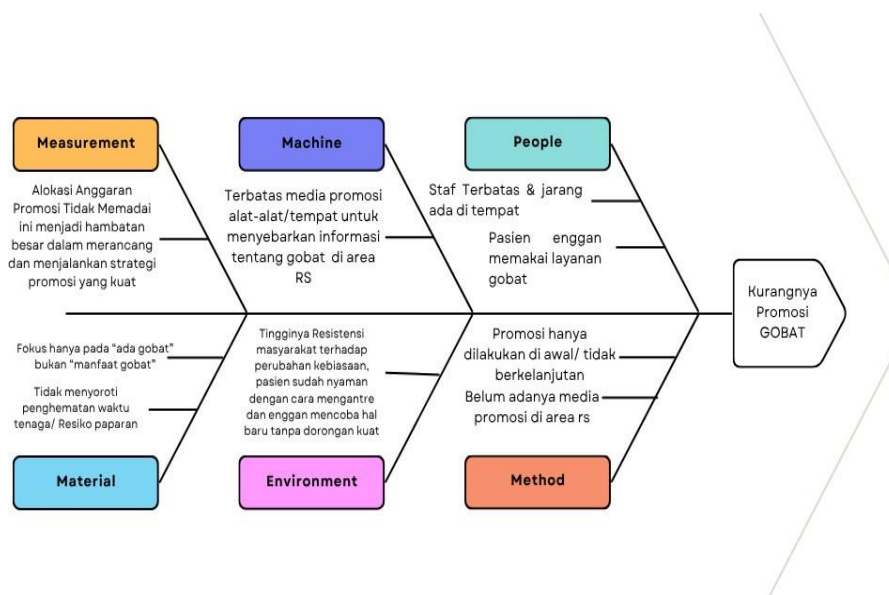


Grafik 1. Grafik Pengguna GOBAT 2024

Hal ini diindikasikan oleh kurangnya minat dan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan serta manfaat gobat. Promosi hanya dilakukan pada awal dan tidak dilakukan secara terus menerus, promosi yang belum optimal menjadi factor utama penyebab rendahnya adopsi layanan ini, sehingga potensi manfaat gobat bagi efisiensi rumah sakit dan kemudahan pasien belum tercapai maksimal. Melalui analisis masalah dan penentuan prioritas, ditemukan bahwa

masalah utama adalah kurang optimalnya pemanfaatan layanan GOBAT. Menggunakan Fishbone Diagram, Meskipun layanan ini bertujuan memudahkan, masyarakat belum sepenuhnya memahami nilai atau keuntungan nyata yang mereka dapatkan dibandingkan dengan cara mengantre mengambil obat. Mereka belum melihat bahwa Gobat dapat menghemat waktu, tenaga, atau mengurangi risiko terpapar di RS. Pasien tidak menyadari berapa banyak waktu yang sebenarnya mereka habiskan untuk antre.

Untuk mendalami akar penyebab dari permasalahan ini, digunakan alat bantu analisis yang dikenal sebagai Fishbone Diagram atau Diagram Tulang Ikan Ishikawa. Fishbone Diagram, juga dikenal sebagai Ishikawa Diagram atau Cause-and-Effect Diagram, adalah alat manajemen yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengorganisir kemungkinan penyebab dari suatu masalah atau efek tertentu. (Mad Yusup et al., 2025) Diagram ini berbentuk seperti tulang ikan, dengan masalah atau efek utama berada di kepala ikan, dan berbagai kategori penyebab menyebar ke arah tulang punggung ikan. Fishbone Diagram pertama kali diperkenalkan oleh Dr. Kaoru Ishikawa pada tahun 1960-an. Ishikawa, seorang ahli manajemen kualitas dari Jepang, mengembangkan diagram ini sebagai bagian dari pendekatan Total Quality Management (TQM). Tujuannya adalah untuk membantu tim dalam mengidentifikasi akar penyebab masalah dengan cara yang sistematis dan terstruktur. Metode ini dikenal efektif dalam mengelompokkan berbagai penyebab berdasarkan kategori tertentu yang mempengaruhi suatu masalah. Secara umum, kategori yang digunakan dalam fishbone diagram mencakup enam aspek utama, yaitu: Man (Sumber Daya Manusia), Method (Metode), Machine (Peralatan), Material, Environment (Lingkungan), dan Management (Manajemen). Putu Widnyana et al., n.d.



Gambar 1. Diagram Fishbone

Man (SDM) Kurangnya sosialisasi dari petugas atau belum optimalnya peran petugas dalam memperkenalkan GOBAT. Method (Metode): Kurangnya strategi promosi yang efektif atau metode penyampaian informasi yang belum mencapai seluruh target audiens. Material (Materi/Media): Keterbatasan media promosi yang digunakan, yang tidak menarik atau tidak tersebar luas. Environment (Lingkungan): Kurangnya kesadaran masyarakat atau persepsi yang belum terbentuk mengenai manfaat GOBAT. Machine (Sarana / Prasarana) Terbatas media promosi di area Rumah Sakit alat-alat atau tempat untuk menyebarkan informasi tentang gobat di dalam lingkungan rumah sakit tidak ada. 3.Measurement (Pengukuran / Evaluasi & Anggaran) Alokasi Anggaran Promosi Tidak Memadai dana atau uang yang disediakan khusus untuk kegiatan promosi gobat sangat sedikit. Setelah mengidentifikasi akar penyebab masalah melalui metode

Diagram Fishbone, bahwa promosi yang ada minim, tidak tepat sasaran, dan kurang menyoroti manfaat nyata Gobat. Oleh karena itu, alternatif penyelesaian masalah yang diusulkan berfokus pada peningkatan promosi dan penginformasian secara langsung ke target audiens dan melalui media yang relevan. Sebagai respons terhadap penyebab masalah, alternatif penyelesaian masalah yang diusulkan meliputi, Inovasi X-Banner Gobat: Pembuatan

dan penempatan X-banner di area strategis rumah sakit untuk menarik perhatian pasien dan pengunjung. (Silvana & Damayanty, 201 C.E.) Poster Inovasi Gobat: Mendesain dan menyebarkan poster informatif mengenai layanan GOBAT. Postingan Feed Instagram Edumy Podcast: Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, dengan konten podcast edukatif mengenai GOBAT untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan aktif di media digital.

Gambar 2. Inovasi X Banner



DISKUSI

Rendahnya minat masyarakat terhadap layanan GOBAT di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro merupakan tantangan yang signifikan. Data menunjukkan bahwa meskipun layanan ini dirancang untuk mengurangi antrian di farmasi dan meningkatkan kenyamanan pasien, pemanfaatannya belum maksimal. Analisis menggunakan Fishbone Diagram menyoroti bahwa kurangnya promosi dan informasi yang efektif adalah faktor utama penyebab masalah ini. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi, seberapa pun baiknya, tidak akan berdampak optimal jika keberadaannya tidak diketahui atau dipahami sepenuhnya oleh target audiens. Strategi promosi yang diusulkan, seperti penggunaan X-banner, poster, dan optimalisasi media digital melalui Instagram podcast, adalah langkah yang relevan dan selaras dengan tren komunikasi saat ini. Media digital, termasuk platform seperti YouTube (dan dalam konteks ini, Instagram, Podcast sebagai media digital relevan yang disebutkan), sangat populer dan memungkinkan rumah sakit menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk masyarakat umum yang aktif di media sosial. Keunggulan konten podcast adalah kemampuannya untuk diakses kapan saja, memberikan fleksibilitas bagi pasien dan keluarga dalam memperoleh informasi. Implementasi inovasi X-banner dan poster diharapkan dapat meningkatkan visibilitas GOBAT di lingkungan rumah sakit, menarik perhatian langsung dari pasien yang sedang berada di sana. Sementara itu, pemanfaatan Instagram podcast dapat memperluas jangkauan promosi di luar lingkungan fisik rumah sakit, menargetkan pengguna media sosial yang mungkin belum familiar dengan layanan ini. Konten edukatif dan informatif yang dikemas dalam format podcast dapat menjelaskan manfaat GOBAT secara lebih mendalam, menjawab pertanyaan umum, dan membangun kepercayaan masyarakat. Keberhasilan strategi promosi ini sangat bergantung pada konsistensi dan kreativitas dalam penyampaian pesan. RSUD Jenderal Ahmad Yani perlu memastikan bahwa konten promosi tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Dengan peningkatan kesadaran dan pemahaman, diharapkan minat masyarakat terhadap GOBAT akan meningkat, sehingga layanan inovatif ini dapat mencapai potensi penuhnya dalam meningkatkan efisiensi pelayanan farmasi dan kepuasan pasien.

SIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kurang optimalnya pemanfaatan layanan Pengantaran Obat Sampai ke Rumah (GOBAT) di RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro disebabkan oleh minimnya promosi dan informasi yang efektif kepada masyarakat. Melalui analisis Fishbone Diagram, ditemukan bahwa akar masalah mencakup kurangnya sosialisasi dari petugas, metode promosi yang belum terstruktur, keterbatasan media promosi fisik dan digital, serta rendahnya kesadaran dan persepsi masyarakat terhadap layanan ini. Oleh karena itu, strategi peningkatan minat difokuskan pada inovasi media promosi berupa X-banner, poster, dan optimalisasi media digital melalui podcast di Instagram. Implementasi strategi promosi yang terarah dan kreatif ini diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan minat masyarakat terhadap layanan GOBAT, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan efisiensi pelayanan farmasi rumah sakit dan kepatuhan pasien dalam mengonsumsi obat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian dan penulisan artikel ini. Apresiasi khusus disampaikan kepada RSUD Jenderal Ahmad Yani Metro atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada dosen pembimbing dari Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Metro, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang berharga.

DAFTAR PUSTAKA

- Camuendo, L. A. M. (2016). *No PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 72 TAHUN 2016 TENTANG STANDAR PELAYANAN KEFARMASIAN DI RUMAH SAKIT.*
- Mad Yusup, Purbawati Purbawati, Diyaa Aaisyah Salmaa Putri Atmaja, & Ida Rosanti. (2025). Penerapan Diagram Sebab Akibat (Fishbone Diagram) pada Identifikasi Kerusakan Mekanisme Pengumpan dan Penyusuaana Standard Operating Procedure Mesin Skrap. *Mars : Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 3(1), 139–151. <https://doi.org/10.61132/mars.v3i1.619>
- Putu Widnyana, I., Ardiana, W., Wolok, E., & Lasalewo, T. (n.d.). Penerapan Diagram Fishbone dan Metode Kaizen untuk Menganalisa Gangguan pada Pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Gorontalo. *Jambura Industrial Review*, 2(1), 2022. <https://doi.org/10.37905/jjirev.2.1.11-19>
- Silvana, H., & Damayanty, D. (201 C.E.). PENGGUNAAN X BANNER DALAM PROMOSI LAYANAN PERPUSTAKAAN. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(2), 105–117. <https://doi.org/10.24198/jk>