STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS* FIRDAUS HOSPITAL DALAM MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELAYANAN HUMANIS

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Oleh:

Delinda Febriani

NIM. 1224060032

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

BANDUNG

2026/1448 H

ABSTRAK

Delinda Febriani: Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis

Customer relations menjadi bagian dari upaya rumah sakit dalam mempertahankan kepercayaan pasien melalui pengelolaan interaksi secara berkelanjutan. Proses tersebut tidak hanya berkaitan dengan pelayanan medis, tetapi juga mencakup cara rumah sakit mengenali kebutuhan pasien, memahami perbedaannya, membangun komunikasi, serta menyesuaikan pelayanan. Kondisi tersebut menjadi penting bagi Firdaus Hospital karena kepercayaan masyarakat perlu dipertahankan melalui pengalaman pelayanan yang memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan pasien.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis berdasarkan model IDIC dari Peppers dan Rogers yang meliputi *Identify, Differentiate, Interact, Customize*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat terbentuk melalui keterkaitan empat tahapan utama. (1) *Identify* dilakukan melalui pengumpulan informasi kebutuhan, pengalaman, serta riwayat interaksi pasien. (2) *Differentiate* dilakukan berdasarkan status penjaminan, usia, dan hubungan pasien dengan rumah sakit. (3) *Interact* dilakukan melalui interaksi tatap muka, survei pengalaman, komunikasi digital, serta kegiatan bersama komunitas dan korporasi. (4) *Customize* dilakukan melalui penyesuaian komunikasi dan sikap pelayanan sesuai kondisi serta kebutuhan pasien.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis dilakukan melalui keterkaitan antara *identify, differentiate, interact,* dan *customize*. Penerapan keempat aspek tersebut tidak hanya membentuk pemahaman yang lebih kontekstual terhadap pasien, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih spesifik, berkelanjutan, dan personal. Keterkaitan tersebut memperkuat pengalaman pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan pasien serta mendukung upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Kata kunci: *Customer Relations*, Pelayanan Humanis, Kepercayaan Masyarakat, Firdaus Hospital

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

ABSTRACT

Delinda Febriani: ***Customer Relations Strategy of Firdaus Hospital in Maintaining Public Trust through Humanistic Services***

Customer relations constitute an important aspect of hospitals' efforts to maintain patient trust through sustained relationship management. This process extends beyond medical services to include how hospitals identify patients' needs, recognize differences among patients, establish communication, and adapt services accordingly. These aspects are particularly important for Firdaus Hospital, where maintaining public trust requires service experiences that address patients' needs and comfort.

This study aims to analyze the customer relations strategy of Firdaus Hospital in maintaining public trust through humanistic services based on the IDIC model developed by Peppers and Rogers, which comprises Identify, Differentiate, Interaction, And Customize. This study employs a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews, passive participant observation, digital observation, and documentation

The findings indicate that the customer relations strategy at Firdaus Hospital in maintaining public trust is formed through the interconnection of four key aspects. (1) Identify involves gathering information on patients' needs, experiences, and interaction histories. (2) Differentiate is based on patients' insurance or payment status, age, and relationship with the hospital. (3) Interact is carried out through face-to-face interactions, patient experience surveys, digital communication, and activities with community and corporate partners. (4) Customize involves adapting communication and service attitudes to patients' conditions and needs.

Based on the findings, the customer relations strategy at Firdaus Hospital in maintaining public trust through humanistic services is characterized by the interconnectedness of identify, differentiate, interact, and customize. The integration of these aspects not only facilitates a more contextual understanding of patients but also fosters relationships that are more specific, continuous, and personal. This interconnectedness strengthens patient-oriented service experiences and supports efforts to maintain public trust.

Keywords: *Customer Relations, Humanistic Services, Public Trust, Firdaus Hospital*

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS* FIRDAUS HOSPITAL DALAM MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELAYANAN HUMANIS

Oleh:

Delinda Febriani

1224060032

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si	**Abdul Aziz Ma'arif S.Sos, M.Si**
NIP. 198004192007102004	**NIP. 197601202009121001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi	Ketua Prodi Hubungan Masyarakat
Dr. Encep Dulwahab, S.Sos., M.I.Kom	**Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si**
NIP. 197803182007101002	**NIP. 198004192007102004**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis telah di pertanggung jawabkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi (S.I.Kom.) pada jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat.

Bandung, 24 November 2026

Sidang Munaqosyah

Menyetujui,

Ketua Majelis	**Sekretaris Majelis**
Dr. H. Enjang Muhaemin, M.Ag	**Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si.**
NIP. 196806062007011073	**NIP. 198004192007102004**

Mengetahui,

Penguji I	**Penguji II**
Prof. Dr. Hj. Betty Tresnawaty, S.Sos., M.I.Kom.	**Nora Meilinda Hardi, S.Sos., M.I.Kom.**
NIP. 197108142007102001	**NIP. 199005162020122013**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Delinda Febriani
Nomor Induk Mahasiswa	: 1224060032
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 27 Februari 2004
Alamat	: Kp. Sukapura Jaya, RT.07/RW.010, Kec Cilincing, Jakarta Utara
Jurusan	: Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi yang berjudul "Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis." merupakan hasil karya sendiri yang dibuat secara mandiri dan orisinil, serta bukan merupakan salinan atau bentuk plagiarisme dari karya ilmiah milik pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh tanggung jawab. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, saya siap menerima seluruh konsekuensi hukum maupun akademik yang berlaku sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang ditetapkan.

Bandung, 10 Oktober 2026



Delinda Febriani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Strategi Customer Relations Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis"* dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Proses penyusunan skripsi ini menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Enjang AS, M.Si, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Dr. Encep Dulwahab, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah dengan tulus mendampingi penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas

setiap waktu yang diluangkan, ilmu yang dibagikan, nasihat, arahan, serta masukan yang diberikan dengan penuh perhatian. Setiap proses bimbingan menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar, memperbaiki diri, dan memahami penelitian ini dengan lebih baik hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi.

4. Bapak Abdul Aziz Ma'arif, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah mendampingi penulis dengan penuh perhatian selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu yang diluangkan, ilmu yang dibagikan, serta arahan dan masukan yang diberikan selama proses bimbingan. Setiap bimbingan dan masukan yang diberikan telah membantu penulis dalam mengembangkan penelitian ini serta menyelesaikan skripsi dengan lebih baik.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan. Setiap ilmu yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menjalani proses perkuliahan, menyusun penelitian, hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Pak Keenan Azhar Pasha selaku *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, Mba Julnitta Friscilla selaku Tim Marketing, Mba Richa Danuputri selaku *Graphic Designer,* dan Mba Erisa selaku *Front Office* Firdaus Hospital yang telah bersedia menjadi informan penelitian serta meluangkan waktu untuk memberikan informasi, pengalaman, dan data yang dibutuhkan penulis selama proses penelitian.

7. Mamahku tersayang, Nani, dan Bapakku tercinta, Sarwa, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dalam perjalanan pendidikan penulis. Terima kasih atas doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan material yang tidak pernah berhenti diberikan. Meskipun Mamah dan Bapak tidak sempat merasakan bangku pendidikan hingga sejauh yang penulis tempuh, keduanya telah mengusahakan pendidikan bagi anak-anaknya hingga dapat meraih gelar sarjana. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk terima kasih dan rasa bangga karena Mamah dan Bapak selalu menjadi bagian dari setiap langkah perjalanan penulis.
8. Teh Cicih dan Anan selaku kakak dan adik penulis yang senantiasa hadir dengan perhatian, dukungan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas kebersamaan, canda, serta hal-hal sederhana yang membuat penulis tetap kuat dan tidak merasa sendiri dalam melewati proses ini.
9. Allicia Veriena Sheila Lahana, Delia Salsabila Dwifebriana Putrie Ariyanto, dan Dyliyana Atha Haura selaku teman terdekat penulis yang telah menemani perjalanan perkuliahan, berbagi cerita, serta memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
10. Teman-teman Humas Kelas A angkatan 2022 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai pengalaman dan pembelajaran yang telah menjadi bagian berharga selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Fitria Novianti, Husna Silviah, Ika Kartika, Nafirotul Musyarrofah, dan Nita Nurkomalasari selaku sahabat penulis yang kehadirannya perlahan menjadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

begitu dekat dan berarti dalam perjalanan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, cerita, dan semangat yang senantiasa diberikan hingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

12. Suci Astutik selaku sahabat penulis yang tetap hadir meskipun jarak memisahkan, termasuk ketika penulis berada di titik paling rapuh. Terima kasih telah memahami, menemani, dan tetap ada tanpa banyak hal yang perlu dijelaskan. Kehadiranmu menjadi salah satu hal sederhana yang begitu berarti bagi penulis.
13. Charani Sri Rengganis selaku sahabat penulis yang telah menjadi sosok seperti saudara selama penulis menjalani kehidupan di perantauan. Terima kasih telah mengenal penulis dalam suka maupun duka, menjadi tempat berbagi cerita, serta tetap hadir ketika penulis berada di titik rapuh. Kehadiranmu membuat perjalanan di perantauan terasa lebih hangat dan tidak sendiri.
14. Daila Marwah, Rezky, dan Fajar selaku teman seperjuangan dalam bimbingan skripsi. Terima kasih atas bantuan, dukungan, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi.
15. Muhamad Dias Saputra, S.E., sosok yang telah menemani penulis melewati panjangnya perjalanan hingga skripsi ini terselesaikan. Terima kasih atas waktu, tenaga, materi, kesabaran, dan segala dukungan yang diberikan tanpa banyak diminta. Terima kasih telah menjadi tempat pulang bagi setiap keluh kesah, menyaksikan lelah dan tangis, serta tetap menguatkan ketika penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

hampir menyerah. Segala kebaikan yang diberikan menjadi bagian yang tidak akan penulis lupakan dalam perjalanan menuju titik ini.

16. Terakhir, untuk diriku sendiri, Delinda Febriani, terima kasih karena telah memilih untuk terus melangkah di tengah lelah, ragu, takut, dan berbagai hal yang tidak selalu mudah dilalui. Terima kasih telah bertahan ketika proses ini terasa panjang dan tetap mencoba setiap kali rasanya ingin berhenti. Terima kasih telah menjaga doa-doa yang pernah dipanjatkan, bahkan ketika jawaban atas doa itu terasa begitu jauh. Hari ini, lihatlah dirimu dengan penuh syukur dan bangga. Perjalanan ini mungkin tidak selalu berjalan seperti yang diharapkan, tetapi setiap air mata, doa, usaha, dan langkah kecil akhirnya mengantarkanmu sampai pada titik ini. Selamat, Delinda. Kamu telah menyelesaikan sesuatu yang dulu hanya berani kamu doakan.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunannya, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Bandung, 10 Oktober 2026

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iv**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
RIWAYAT HIDUP ..... **xvii**
MOTTO HIDUP ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Fokus Penelitian 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Kegunaan Penelitian 11
1.4.1 Kegunaan Akademis 11
1.4.2 Kegunaan Praktis 11
1.5 Landasan Pemikiran 12
1.5.1 Landasan Teoritis 12
1.5.2 Landasan Konseptual 14
1.6 Langkah-langkah Penelitian 17
1.6.1 Lokasi Penelitian 17
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan 18
1.6.3 Metode Penelitian 19
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data 20

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan 22
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data 24
1.6.7 Teknik Analisis Data 27
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 31
2.1 Penelitian Terdahulu 31
2.2 Kajian Konseptual.....42
2.2.1 Strategi……..42
2.2.2 *Customer Relations* 48
2.3 Kajian Teoritis.....53
2.3.1 Model IDIC dalam Strategi Customer Relations.....53
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN 65
3.1 Gambaran Umum Firdaus Hospital 65
3.1.1 Sejarah……..65
3.1.2 Visi dan Misi 67
3.1.3 Logo Firdaus Hospital 67
3.1.4 Struktur Organisasi Firdaus Hospital 68
3.2 Profil Informan.....71
3.3 Hasil Temuan Penelitian.....73
3.3.1 *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan).....75
3.3.2 *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan) 91
3.3.3 *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan) 106
3.3.4 *Customize* (Penyesuaian) 124
3.4 Hasil Pembahasan Penelitian 135
3.4.1 *Identify Customers*..... 137
3.4.2 *Differentiate Customers* 145
3.4.3 *Interact with Customer*..... 152
3.4.1 *Customize* 161
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN 170
4.1 Simpulan..... 170
4.2 Saran 171

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR PUSTAKA..... 174
LAMPIRAN 180

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Penelitian 30
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 38
Tabel 3. 1 Profil Informan.....72

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Firdaus Hospital 67
Gambar 3. 2 Bagan Struktur Organisasi Firdaus Hospital 68
Gambar 3. 3 Pelayanan Kesehatan Bersama Warga Masjid Baiturrahman 88
Gambar 3. 4 Bagan *Identify Customers* 89
Gambar 3. 5 Informasi Rekanan Asuransi 95
Gambar 3. 6 Pemeriksaan Mata bagi Lansia 99
Gambar 3. 7 Firdaus Hospital sebagai *Official Medical Support* 103
Gambar 3. 8 Bagan *Differentate Customers* 104
Gambar 3. 9 Interaksi Pelayanan Terhadap Pasien Rawat Inap 110
Gambar 3. 10 Ulasan Pengalaman Pasien sebagai Bentuk Interaksi Pelayanan . 113
Gambar 3. 11 Akses Informasi dan Komunikasi Digital 117
Gambar 3. 12 Kemitraan Medis Firdaus Hospital 121
Gambar 3. 13 Bagan *Interact with Customers* 122
Gambar 3. 14 Edukasi Kesehatan tentang Pikun Sesuai Kebutuhan Lansia 128
Gambar 3. 15 Kustomisasi Pelayanan melalui Kegiatan Pekan Imunisasi Dunia di LRT Pegangsaan Dua 132
Gambar 3. 16 Bagan *Customize* 133
Gambar 3. 17 Bagan Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis 166

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Pemeriksaan Plagiarisme Skripsi 180
Lampiran 2: Persentase Cek Turnitin 181
Lampiran 3: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi 182
Lampiran 4: Surat Izin Observasi 183
Lampiran 5: Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing I 184
Lampiran 6: Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing II 185
Lampiran 7: Pedoman Wawancara 186
Lampiran 8: Dokumentasi Wawancara 189

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

RIWAYAT HIDUP



Delinda Febriani, lahir di Jakarta pada tanggal 27 Februari 2004, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Sarwa dan Nani. Penulis berdomisili di Kampung Sukapura Jaya, Kecamatan Cilincing, Kota Administrasi Jakarta Utara, Provinsi DKI Jakarta. Peneliti menempuh pendidikan formal di MI Ar-Ridha dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya, peneliti melanjutkan pendidikan di MTs Umdatur Rasikhien dan lulus pada tahun 2019. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMAN 83 Jakarta dan diselesaikan pada tahun 2022. Peneliti melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

MOTTO HIDUP

"Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya setiap kesulitan bersama kesulitan ada kemudahan"

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

"Di atas Sang Maha Daya semua kendali terambil alih, jalanmu kan sepanjang niatmu, buka lagi visimu, kau tahu mana urutan satu"

(Perunggu)

"Tidak semua perjalanan harus dipahami sejak awal. Rayakan setiap usaha yang berhasil dilewati, sekecil apa pun pencapaiannya, lalu cukup jalani dengan sebaik-baiknya dan percaya bahwa setiap langkah akan menemukan maknanya"

(Delinda Febriani)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Customer relations merupakan serangkaian upaya yang dilakukan institusi guna membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan pelanggan secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian dalam jurnal Nacita et al. (2026), *customer relations* merupakan upaya membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui interaksi yang mampu menumbuhkan kepercayaan serta kedekatan emosional. Meskipun penerapannya dapat berlangsung secara informal dan belum sepenuhnya terstruktur, *customer relations* tetap berperan dalam menciptakan hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan.

Customer relations saat ini tidak hanya berorientasi pada pelayanan, tetapi juga pada upaya membangun hubungan yang berkelanjutan melalui pemahaman kebutuhan dan interaksi dengan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dalam jurnal Badur (2025), menjelaskan bahwa bahwa strategi pengelolaan hubungan pelanggan mencakup identifikasi, interaksi, dan penyesuaian layanan untuk mendukung terbentuknya hubungan jangka panjang. Hubungan yang berkelanjutan menunjukkan bahwa *customer relations* perlu didukung oleh pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, kualitas interaksi, dan respons yang sesuai.

Firdaus Hospital dikenal oleh masyarakat sebagai rumah sakit yang mengedepankan pelayanan humanis dengan menanamkan nilai kenyamanan, keramahan, dan kekeluargaan dalam setiap layanan. Firdaus Hospital berlokasi di

Jakarta Utara, rumah sakit ini berkembang dari Klinik Firdaus yang berdiri pada tahun 1998 hingga menjadi Rumah Sakit Umum Tipe C. Perkembangan tersebut menunjukkan komitmen institusi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat. Hubungan tersebut tidak hanya sebatas transaksi, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, kemampuan merespons masukan dengan baik, serta dapat menciptakan pengalaman yang bernilai untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan dalam jangka panjang. Slogan "Melayani Kebahagiaanmu" mencerminkan komitmen rumah sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan yang tidak hanya berfokus pada aspek medis, tetapi juga pada kenyamanan serta kepuasan pasien, khususnya masyarakat di wilayah Jakarta Utara.

Pelayanan yang responsif, informatif, dan humanis menjadi salah satu upaya Firdaus Hospital dalam menjaga kepercayaan masyarakat. Kondisi tersebut turut didukung oleh peran aktif divisi humas dalam mengelola strategi komunikasi rumah sakit, khususnya melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik.

Penerapan *customer relations* menekankan pentingnya menjaga hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara institusi dengan pelanggan. Komunikasi yang terjalin secara konsisten membantu institusi memahami kebutuhan, harapan, serta pengalaman pelanggan sehingga tercipta kedekatan secara emosional maupun kepercayaan dalam jangka panjang. Strategi ini dilakukan melalui pengelolaan informasi, komunikasi yang, dan penyesuaian

pelayanan berdasarkan masukan pelanggan agar layanan tetap relevan, responsif, serta mampu menjaga loyalitas masyarakat.

Berdasarkan hasil pengamatan pada akun Instagram resmi Firdaus Hospital @firdaus.hospital, rumah sakit ini memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan pelayanan kepada masyarakat. Pemanfaatan tersebut terlihat dari tersedianya layanan pendaftaran online, informasi jadwal dokter, layanan *customer care* melalui telepon dan WhatsApp, serta tautan website yang menyediakan informasi terkait kegiatan dan layanan kesehatan rumah sakit. Penyediaan berbagai fasilitas tersebut menciptakan komunikasi dua arah yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi dan mengakses layanan kesehatan. Aktivitas publikasi yang dilakukan secara berkala juga menunjukkan adanya implementasi *customer relations* sebagai upaya Firdaus Hospital dalam menjaga hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi awal, area pelayanan terlihat dipenuhi oleh aktivitas pasien dan pengunjung, dengan antrean yang berlangsung pada beberapa titik layanan. Kondisi tersebut tidak mengurangi upaya Firdaus Hospital dalam menjaga komunikasi dengan pasien melalui pemberian informasi dan arahan agar proses pelayanan berjalan lebih tertata serta menciptakan rasa nyaman bagi pasien. Upaya tersebut menunjukkan bahwa rumah sakit tidak hanya berfokus pada terciptanya hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, tetapi juga berupaya menjaga kepercayaan serta memperkuat citra positif Firdaus Hospital di mata publik.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, keterangan dari Iin sebagai pendamping pasien yang telah beberapa kali berkunjung menunjukkan bahwa Firdaus Hospital dinilai layak direkomendasikan karena pelayanan yang ramah, proses pelayanan berlangsung tepat waktu, serta kemudahan pendaftaran secara online melalui aplikasi JKN. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan akses turut membentuk kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit.

Berdasarkan observasi digital pra penelitian yang diperoleh dari website resmi Firdaus Hospital, rumah sakit ini dikenal mengedepankan kenyamanan, keramahan, serta pendekatan kekeluargaan dalam memberikan pelayanan kepada pasien, disertai komitmen terhadap mutu layanan dan keselamatan pasien (*patient safety*). Orientasi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek medis, tetapi juga pada kualitas interaksi antara rumah sakit dan pasien.

Berdasarkan ulasan pada Google Review Firdaus Hospital, terdapat berbagai penilaian positif dari pasien dan pengunjung yang mencerminkan citra rumah sakit dalam konteks *customer relations*. Salah satu ulasan dari akun Anna Stasia Annisa menyampaikan bahwa pelayanan di Firdaus Hospital dinilai baik karena tenaga kesehatan memberikan pelayanan yang ramah dan komunikatif. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya berorientasi pada aspek medis, tetapi juga mengedepankan komunikasi yang responsif dan humanis sehingga turut membangun rasa nyaman serta kepercayaan pasien terhadap rumah sakit.

Berdasarkan keterangan pada website HelloSehat, Firdaus Hospital merupakan rumah sakit yang berupaya untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan kesehatan guna menjadi rumah sakit unggulan bagi masyarakat di wilayah Cilincing dan sekitarnya. Rumah sakit ini menghadirkan pelayanan yang berfokus pada pasien sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas layanan kesehatan di tingkat lokal. Firdaus Hospital juga memiliki berbagai layanan spesialis yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan medis masyarakat secara lebih luas, sehingga keberadaannya diharapkan dapat mendukung peningkatan derajat kesehatan masyarakat di wilayah Jakarta Utara dan sekitarnya.

Firdaus Hospital menekankan prinsip seperti *integrity*, *agile*, dan *synergy* yang menunjukkan komitmen terhadap pelayanan yang beretika, adaptif terhadap perubahan, serta kolaboratif dalam memberikan layanan terbaik. Orientasi pada efektivitas dan efisiensi dalam tata kelola berbasis *good governance*, serta pemanfaatan teknologi dan inovasi, menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan layanan yang berkelanjutan. Penerapan nilai-nilai institusi tersebut menjadi fondasi penting dalam memperkuat *customer relations*, karena mampu menciptakan kepercayaan melalui konsistensi pelayanan, kejelasan proses, serta kemampuan rumah sakit dalam menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pasien.

Keberadaan rumah sakit tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan kesehatan, tetapi juga sebagai institusi yang memiliki tanggung jawab dalam membangun pelayanan yang terintegrasi dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Berdasarkan keterangan pada website resmi Database Peraturan

(2023), tercantum Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, rumah sakit sebagai fasilitas pelayanan kesehatan memiliki peran dalam penyelenggaraan sistem kesehatan yang terintegrasi, termasuk penguatan sistem informasi kesehatan, pemanfaatan teknologi, serta partisipasi masyarakat dalam pelayanan kesehatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rumah sakit tidak hanya berperan dalam memberikan pelayanan medis, tetapi juga perlu menjaga komunikasi yang baik dan responsif agar masyarakat dapat memperoleh informasi kesehatan secara mudah dan tepat.

Firdaus Hospital sebagai institusi pelayanan kesehatan memerlukan pengelolaan komunikasi yang terencana serta peran aktif humas dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kristanto (2024), meningkatnya persaingan di antara rumah sakit serta kemajuan teknologi informasi menuntut rumah sakit untuk terus melakukan inovasi guna meningkatkan mutu dan efisiensi pelayanan kesehatan. Rumah sakit dalam mewujudkan pelayanan yang prima perlu mengutamakan keramahan, menunjukkan empati terhadap pasien, serta memberikan pelayanan secara optimal. Kepercayaan masyarakat terhadap Firdaus Hospital tidak hanya dibentuk oleh kualitas layanan medis, tetapi juga oleh konsistensi komunikasi dan interaksi pelayanan yang terjalin secara langsung maupun melalui media digital.

Penelitian mengenai *customer relations* dalam konteks pelayanan rumah sakit telah dilakukan dengan berbagai sudut pandang. Novianti dan Ekoputro (2024) mengkaji strategi *customer relations* dalam menangani keluhan pelanggan di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan

deskriptif kualitatif dan menunjukkan bahwa rumah sakit menerapkan berbagai strategi komunikasi melalui media sosial, *Google Business*, dan pesan langsung untuk merespons keluhan pelanggan serta menjaga hubungan yang baik dengan mereka. Kajian tersebut lebih menitikberatkan pada penanganan keluhan dan penggunaan media komunikasi sebagai sarana menjaga hubungan dengan pelanggan, sehingga belum menguraikan strategi *customer relations* sebagai rangkaian proses yang mencakup pengenalan kebutuhan pasien, pemahaman terhadap perbedaan kebutuhan, interaksi, hingga penyesuaian pelayanan.

Selain strategi penanganan keluhan melalui berbagai saluran komunikasi, *customer relations* pada rumah sakit juga dapat dikaji melalui proses komunikasi psuasif yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan. Penelitian lain dilakukan oleh Amborowati dan Nurdiarti (2024) yang membahas komunikasi persuasif pada RSUD Wates sebagai upaya memperkuat hubungan dengan pelanggan. Fokus penelitian tersebut berada pada strategi lobi dan negosiasi dalam menangani keluhan pelanggan, mulai dari tahap persiapan, pembinaan hubungan, pengumpulan informasi, hingga penerapan kesepakatan.

Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa *customer relations* menjadi bagian penting dalam membangun hubungan antara rumah sakit dan pelanggan melalui komunikasi serta pengelolaan keluhan. Fokus kajian yang digunakan masih diarahkan pada aktivitas tertentu, seperti pemanfaatan media *customer care*, penanganan keluhan, lobi, dan negosiasi. Kondisi tersebut membuka ruang untuk mengkaji *customer relations* dari perspektif yang lebih luas, khususnya mengenai bagaimana hubungan antara rumah sakit dengan pasien dan masyarakat dibangun

melalui interaksi yang mengedepankan keterbukaan, keramahan, serta pemahaman terhadap kebutuhan mereka.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah ditelusuri, belum ditemukan kajian yang secara khusus menganalisis strategi *customer relations* pada rumah sakit melalui model IDIC (*Identify, Differentiate, Interact,* dan *Customize*) sekaligus mengkaji penerapan pendekatan humanis pada setiap proses hubungan tersebut. Penelitian terdahulu lebih banyak memusatkan perhatian pada aktivitas tertentu, seperti penggunaan media *customer care* dalam penanganan keluhan serta komunikasi persuasif melalui lobi dan negosiasi.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini hadir untuk mengkaji *customer relations* secara lebih menyeluruh dengan melihat bagaimana Firdaus Hospital mengenali dan memahami pasien, membangun interaksi, serta menyesuaikan pelayanan melalui pendekatan humanis sebagai upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan ruang kajian tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Penelitian tidak hanya melihat penggunaan media komunikasi maupun proses penanganan keluhan, tetapi juga menggali bagaimana rumah sakit membangun hubungan melalui sikap responsif dan ramah dalam berinteraksi dengan pasien maupun masyarakat. Fokus tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan pendekatan humanis dalam strategi *customer relations* serta bagaimana pendekatan tersebut

digunakan untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap Firdaus Hospital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap Firdaus Hospital perlu terus dipertahankan melalui pengelolaan hubungan yang baik antara rumah sakit dan pasien. Kepercayaan ini menjadi faktor penting dalam menentukan keberlangsungan layanan kesehatan, terutama karena masyarakat menilai tidak hanya kualitas medis, tetapi juga pengalaman pelayanan dan komunikasi yang diberikan.

Firdaus Hospital yang dikenal mengedepankan kenyamanan, keramahan, serta pendekatan kekeluargaan dalam pelayanan menunjukkan adanya upaya dalam memperkuat hubungan baik yang berkelanjutan dengan pasien. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai "Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis" sebagai fokus penelitian.

1.2 Fokus Penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis dengan menggunakan model IDIC dari Peppers & Rogers. Berdasarkan fokus tersebut, dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1) Bagaimana cara Firdaus Hospital melakukan *Identify Customers* (Identifikasi) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis?

2) Bagaimana cara Firdaus Hospital melakukan *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis?
3) Bagaimana cara Firdaus Hospital melakukan *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis?
4) Bagaimana cara Firdaus Hospital melakukan *Customize* (Penyesuaian**)** dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1) Mengetahui Firdaus Hospital *Identifiy Customers* (Identifikasi pelanggan) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis.
2) Mengetahui Firdaus Hospital melakukan *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis.
3) Mengetahui Firdaus Hospital melakukan *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelangga) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis.
4) Mengetahui Firdaus Hospital melakukan *Customize* (Penyesuaian) dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas pemahaman mengenai *customer relations* sebagai proses relasional yang berlangsung antara institusi dengan publiknya. Penelitian ini tidak hanya melihat *customer relations* dari sisi pemberian pelayanan tetapi juga dari bagaimana institusi membangun komunikasi, membaca kebutuhan pelanggan, dan mempertahankan kepercayaan.

Penelitian ini juga memberikan perspektif yang dapat memperkaya pemahaman mengenai *relationship quality* dalam membentuk hubungan yang berkelanjutan. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya komunikasi yang responsif dan humanis dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa maupun peneliti dalam mengembangkan penelitian mengenai *customer relations* terutama pada institusi yang memiliki hubungan langsung dan berkelanjutan dengan publik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi komunikasi dan hubungan masyarakat dalam mengembangkan pengelolaan *customer relations* yang lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi untuk menilai sejauh mana komunikasi institusi mampu memberikan informasi yang jelas sekaligus merespons kebutuhan dan persoalan yang dihadapi pelanggan. Temuan penelitian juga dapat menjadi pertimbangan

dalam mengelola interaksi berupa pertanyaan, permintaan informasi, dan umpan balik agar setiap respons yang diberikan dapat menjadi bagian dari upaya memperbaiki kualitas hubungan dan pelayanan. Penelitian ini dapat membantu praktisi memahami pentingnya keselarasan antara komunikasi yang disampaikan dengan pengalaman yang dirasakan pelanggan. *Customer relations* melalui pemahaman tersebut dapat ditempatkan bukan sekadar sebagai fungsi pelayanan tetapi sebagai bagian dari strategi untuk membangun kepercayaan dan menjaga keberlanjutan hubungan dengan pelanggan.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan model IDIC yang dikembangkan oleh Peppers dan Rogers serta dijelaskan kembali oleh Rizky (2024) sebagai landasan untuk menganalisis strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Pemilihan model tersebut didasarkan pada kesesuaiannya dengan fokus penelitian yang menempatkan hubungan antara rumah sakit dan pasien sebagai proses yang membutuhkan pemahaman terhadap kebutuhan, karakteristik, serta pengalaman pasien. Model IDIC memberikan kerangka yang dapat membantu penelitian melihat bagaimana upaya membangun hubungan tersebut dilakukan secara berkelanjutan melalui proses pengenalan, pemahaman, interaksi, hingga penyesuaian pelayanan.

Model ini terdiri atas empat elemen utama, yaitu *identify, differentiate, interact, dan customize* yang digunakan untuk memahami bagaimana institusi membangun hubungan, mengenali kebutuhan, serta menyesuaikan pelayanan

kepada masyarakat. Keempat elemen tersebut memiliki keterkaitan dengan pendekatan humanis yang menjadi fokus penelitian karena memungkinkan strategi *customer relations* dipahami tidak hanya dari sisi pelayanan yang diberikan, tetapi juga dari cara rumah sakit membangun hubungan yang berorientasi pada kebutuhan dan pengalaman pasien.

Penerapan IDIC dapat membantu mengidentifikasi bagaimana perhatian terhadap pasien diwujudkan melalui komunikasi, respons terhadap kebutuhan, serta penyesuaian pelayanan yang mencerminkan kenyamanan, keramahan, dan kekeluargaan. Berdasarkan konteks tersebut model IDIC relevan digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengkaji strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam membangun serta mempertahankan kepercayaan masyarakat.

1) *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan*)*

Identify of Customers merupakan tahap awal dalam model IDIC yang berfokus pada proses mengenali dan memahami pelanggan secara menyeluruh. Tahap ini dilakukan melalui pengumpulan serta pengelolaan informasi pasien, seperti identitas, data kontak, riwayat penggunaan layanan, serta informasi lain yang dapat membantu institusi memahami kebutuhan, harapan, dan karakteristik pasien. Ketersediaan data yang lengkap memungkinkan Firdaus Hospital membangun hubungan yang lebih tepat sasaran serta memberikan pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasien.

2) *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan)

Differentiate Customers merupakan tahapan dalam model IDIC yang berfokus pada proses mengelompokkan pasien berdasarkan karakteristik,

kebutuhan, serta tingkat nilai yang dimiliki bagi Firdaus Hospital. Proses ini dilakukan agar Firdaus Hospital dapat memahami perbedaan kebutuhan setiap pasien dan menentukan prioritas pelayanan secara lebih tepat. Layanan yang diberikan dapat menjadi lebih relevan dan sesuai dengan harapan pelanggan dengan adanya diferensiasi.

3) *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan)

Interact with Customers merupakan proses membangun komunikasi yang berlangsung secara konsisten dan berkelanjutan antara Firdaus Hospital dengan pasien. Interaksi dilakukan untuk memahami kebutuhan, memperoleh umpan balik, serta menciptakan hubungan yang lebih dekat. Penggunaan berbagai saluran komunikasi yang efektif memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang mendukung terciptanya kepuasan dan hubungan jangka panjang.

4) *Customize* (Penyesuaian)

Customize merupakan tahapan penyesuaian pelayanan berdasarkan hasil identifikasi dan diferensiasi pasien. Firdaus Hospital pada tahap ini berupaya menyesuaikan bentuk layanan, pengalaman, maupun pendekatan komunikasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan masing-masing pasien sehingga tercipta pengalaman pelayanan yang lebih personal dan bermakna.

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 Strategi

Strategi merupakan bagian penting dalam pengelolaan hubungan Firdaus Hospital dengan pasien karena membantu menentukan arah dan cara dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan. Strategi tidak hanya berupa penyusunan

rencana, tetapi juga diwujudkan melalui keputusan dan tindakan yang dilakukan secara terarah agar setiap kegiatan dapat berjalan efektif dan memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan Firdaus Hospital.

Pemahaman mengenai strategi menjadi penting untuk melihat bagaimana suatu organisasi menentukan langkah yang terarah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Nahak dan Ellitan (2023:3987) menjelaskan bahwa strategi pada dasarnya merupakan proses perencanaan dan pengelolaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman yang menunjukkan arah, tetapi juga menjadi dasar dalam menentukan langkah dan pelaksanaan kegiatan agar tujuan dapat tercapai secara efektif.

Strategi dalam praktiknya tidak hanya berfokus pada tindakan yang dilakukan Firdaus Hospital, tetapi juga pada bagaimana institusi mengelola komunikasi, membangun pengalaman yang positif, serta menciptakan hubungan yang baik dengan pasien. Strategi yang dirancang secara terencana membantu Firdaus Hospital menjalankan aktivitas secara lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Strategi pada penelitian ini dipahami sebagai upaya yang dilakukan Firdaus Hospital dalam merancang dan menjalankan *customer relations* untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis. Strategi tersebut diwujudkan melalui pengelolaan komunikasi, penyampaian informasi, serta pelayanan yang mengedepankan kenyamanan, keramahan, dan kekeluargaan agar tercipta hubungan yang baik antara rumah sakit dengan masyarakat.

1.5.2.2 *Customer Relations*

Customer relations merupakan upaya yang dilakukan Firdaus Hospita untuk membangun, menjaga, dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pasien melalui komunikasi yang konsisten dan pelayanan yang berkualitas. Hubungan ini bersifat dua arah, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima masukan dari pelanggan sebagai dasar perbaikan layanan.

Hubungan antara Firdaus Hospital dan pasien menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan karena pengalaman pasien tidak hanya terbentuk melalui pelayanan yang diterima, tetapi juga melalui kualitas hubungan yang terjalin. Menurut Fitriani dan Utari (2024:223) menjelaskan bahwa *customer relations* menempatkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan sebagai kebutuhan yang penting. Firdaus Hospital tidak hanya berorientasi pada penjualan jasa, tetapi juga berusaha menciptakan hubungan jangka panjang yang memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

Customer relations pada Firdaus Hospital diwujudkan melalui pelayanan yang humanis, yaitu pendekatan pelayanan yang mengedepankan keramahan, empati, kenyamanan, dan kekeluargaan. Pendekatan ini menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman positif pasien sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi rumah sakit.

1.5.2.3 Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan masyarakat merupakan keyakinan atau penilaian yang dimiliki masyarakat terhadap suatu institusi berdasarkan pengalaman, kualitas pelayanan, komunikasi, serta konsistensi tindakan yang diberikan. Kepercayaan terbentuk

ketika masyarakat merasa bahwa institusi mampu memenuhi harapan, memberikan rasa aman, serta menunjukkan komitmen dalam menjalankan perannya.

Kepercayaan masyarakat tidak muncul secara langsung, tetapi terbentuk melalui pengalaman dan interaksi yang berlangsung secara terus-menerus antara masyarakat dan institusi. Menurut Agustina et al. (2023:182), kepercayaan masyarakat dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, transparansi, integritas, dan keadilan dalam penyelenggaraan layanan publik.. Institusi yang mampu menjaga kualitas komunikasi dan pelayanan cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari masyarakat.

Kepercayaan masyarakat pada penelitian ini dipahami sebagai bentuk keyakinan pasien dan masyarakat terhadap Firdaus Hospital yang terbentuk melalui pengalaman menerima pelayanan, kualitas komunikasi, serta penerapan pelayanan humanis. Kepercayaan tersebut tercermin dari rasa nyaman, keyakinan terhadap kualitas layanan, serta kesediaan masyarakat untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan rumah sakit kepada orang lain.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Firdaus Hospital Jakarta Utara yang berlokasi di Jl. Siak Blok J5/14, Kelurahan Sukapura, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara. Rumah sakit ini dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan institusi pelayanan kesehatan yang terus berkembang serta berupaya meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat. Selain menyediakan pelayanan medis, Firdaus Hospital juga aktif membangun hubungan dengan pasien melalui berbagai strategi

customer relations. Kondisi ini menunjukkan bahwa Firdaus Hospital memiliki tantangan dalam menjaga kepercayaan serta mempertahankan citra positif di mata publik melalui penerapan strategi *customer relations* yang efektif.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan cara pandang atau pola pikir yang digunakan untuk memaknai dan memahami suatu fenomena. Menurut Pratama dan Mutia (2020:56), paradigma merupakan cara pandang penelitian yang menjadi dasar peneliti dalam menginterpretasikan temuan selama proses penelitian. Paradigma menjadi unsur penting dalam penelitian karena memengaruhi cara peneliti memahami masalah dan menarik kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik sebagai landasan dalam memahami fenomena yang diteliti. Paradigma konstruktivistik memandang bahwa realitas dan pengetahuan terbentuk melalui pengalaman, interaksi, serta pemaknaan individu terhadap suatu peristiwa. Menurut Creswell & Poth (2018), paradigma konstruktivistik memandang setiap individu memiliki pemahaman yang berbeda terhadap realitas karena dipengaruhi oleh pengalaman dan interaksi sosial yang dialami.

Paradigma konstruktivistik digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana strategi *customer relations* yang diterapkan Firdaus Hospital Jakarta Utara dalam membangun hubungan serta mempertahankan kepercayaan pasien dan masyarakat. Paradigma ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman makna, pengalaman, dan pandangan informan terhadap pelayanan serta interaksi yang diberikan oleh pihak rumah sakit.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan memahami suatu fenomena secara mendalam berdasarkan pengalaman dan interaksi sosial yang dialami individu. Pendekatan kualitatif lebih menekankan penggunaan data non-numerik, seperti hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan catatan lapangan. Fokus penelitian ini tidak hanya untuk mengetahui apa yang terjadi, tetapi juga memahami bagaimana strategi *customer relations* dijalankan serta mengapa strategi tersebut diterapkan oleh Firdaus Hospital dalam menjaga hubungan dengan pasien dan masyarakat.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah atau cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dan memahami suatu fenomena agar tujuan penelitian dapat tercapai secara sistematis dan terarah. Metode penelitian digunakan sebagai serangkaian prosedur yang membantu peneliti mengumpulkan data terkait objek yang dikaji. Data yang diperoleh kemudian diuraikan secara terstruktur dan sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang mampu memberikan pemahaman serta pengetahuan baru.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Yuliani (2018:83), metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui penggambaran yang rinci berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti melakukan eksplorasi terhadap suatu peristiwa sehingga data yang diperoleh bersifat deskriptif dan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang

diteliti. Pemilihan metode tersebut bertujuan untuk memperoleh data secara mendalam sehingga fenomena yang berkaitan dengan strategi *customer relations* dapat dipahami, dijelaskan, dan diinterpretasikan secara rinci sesuai dengan fokus penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang bersifat mendalam dan kontekstual sehingga mampu menggambarkan realitas yang terjadi di lapangan.

Penggunaan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada fenomena yang ditemukan pada latar belakang penelitian, yaitu bagaimana strategi *customer relations* yang diterapkan oleh Firdaus Hospital berperan dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Peneliti dapat menggambarkan proses interaksi, pelayanan, serta upaya membangun hubungan dengan masyarakat secara lebih mendalam melalui metode ini berdasarkan pengalaman dan perspektif informan yang terlibat.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kualitatif yang disajikan dalam bentuk uraian kalimat untuk menggambarkan fenomena yang ditemukan selama proses penelitian di Firdaus Hospital Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari informan melalui proses wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh data primer dari pihak *customer care*, humas, staf rumah sakit, maupun pasien yang berkaitan dengan penerapan strategi *customer relations* di Firdaus Hospital. Data tersebut digunakan untuk memahami bagaimana rumah sakit membangun hubungan dengan pasien melalui pelayanan yang nyaman, ramah, dan humanis. Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh tidak secara langsung dari sumber utama. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi dokumentasi, arsip rumah sakit, website resmi Firdaus Hospital, media sosial Instagram, Google Review pasien, serta berbagai referensi jurnal dan literatur yang berkaitan dengan *customer relations* dan pelayanan kesehatan. Data tersebut berfungsi sebagai pelengkap dan penguat terhadap data primer yang telah diperoleh selama penelitian.

1.6.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Menurut Mardatillah dan Murhayati (2025), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa perantara melalui observasi, wawancara, dan survei. Data primer menjadi salah satu sumber penting dalam penelitian karena mampu memberikan informasi yang lebih aktual, mendalam, dan relevan terhadap fenomena yang sedang dikaji. Proses pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital serta dokumentasi kepada pihak yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Pada penelitian ini, data primer digunakan untuk memperoleh informasi mengenai

strategi *customer relations* yang diterapkan Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder digunakan dalam penelitian sebagai data pendukung yang berfungsi untuk memperkuat hasil temuan yang diperoleh dari data primer serta membantu peneliti memahami objek penelitian secara lebih menyeluruh. Menurut Hafizah et al. (2025:592), data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh melalui sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti dokumen, arsip, laporan, literatur, maupun publikasi yang relevan untuk memperkuat dan melengkapi kebutuhan data penelitian. Pemanfaatan data sekunder dalam penelitian ini membantu peneliti memperoleh informasi tambahan yang berkaitan dengan objek penelitian serta mendukung proses analisis.

Data sekunder pada penelitian ini dimanfaatkan untuk mendukung kebutuhan penelitian mengenai strategi *customer relations* di Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Data tersebut diperoleh melalui dokumen pendukung rumah sakit, website resmi, media sosial, serta berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Penentuan informan menjadi bagian penting dalam pelaksanaan penelitian karena peneliti perlu menetapkan secara jelas pihak yang menjadi sumber data serta asal data yang akan dikumpulkan selama proses penelitian. Menurut Creswell dan Poth (2018:178), penentuan partisipasi dalam penelitian kualitatif dilakukan

dengan memilih individu yang dinilai dapat memberikan informasi yang sesuai dengan permasalahan dan fenomena yang diteliti. Pemilihan tersebut bertujuan memperoleh data yang mendalam dari pihak yang memiliki keterlibatan dan pengetahuan terhadap fokus penelitian. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti menetapkan informan yang terlibat dalam proses komunikasi, pemasaran, dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat di Firdaus Hospital. Penelitian ini melibatkan beberapa informan yang dipilih sebagai sumber informasi melalui wawancara, yaitu:

1) Informan merupakan *Head of Sales Marketing* Firdaus Hospital yang memiliki tanggung jawab dalam mengarahkan kegiatan pemasaran serta membangun hubungan dengan pelanggan dan masyarakat.
2) Informan merupakan pihak Marketing Firdaus Hospital yang terlibat secara langsung dalam komunikasi dan interaksi dengan pelanggan serta memahami pelaksanaan *customer relations*.
3) Informan merupakan *Graphic Designer* Firdaus Hospital yang terlibat dalam penyampaian pesan institusi melalui media visual serta memahami bagaimana informasi dan komunikasi rumah sakit disampaikan kepada masyarakat.
4) Informan merupakan *Front Office* Firdaus Hospital yang bertugas melayani pendaftaran pasien, memberikan informasi jadwal dokter dan alur pelayanan, serta berinteraksi langsung dengan pasien dan keluarga pasien.

Penelitian ini menetapkan tiga orang informan sebagai sumber data utama yang dipilih berdasarkan pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam pelaksanaan *customer relations* di lingkungan rumah sakit. Menurut Creswell dan Poth

(2018:213), pemilihan partisipasi dalam penelitian kualitatif dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa individu tersebut dapat membantu peneliti memahami permasalahan dan menjawab pertanyaan penelitian.

Penentuan informan juga disesuaikan dengan desain penelitian serta kebutuhan informasi yang ditemukan selama proses pengumpulan data. Berdasarkan pertimbangan tersebut, informan penelitian dipilih berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam kegiatan komunikasi, pemasaran, serta penyampaian informasi kepada masyarakat. Keempat informan tersebut terdiri atas *Head of Sales Marketing*, Tim Marketing, *Graphic Designer*, *dan Front Office*. Pemilihan informan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam mengenai strategi *customer relations* dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* di Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Untuk memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, proses pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1.6.6.1 Observasi Partisipasi Pasif

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan pengamatan secara langsung terhadap objek maupun fenomena yang menjadi fokus penelitian. Proses observasi dapat dilakukan sejak tahap awal penelitian hingga seluruh rangkaian penelitian selesai untuk memperoleh data yang

sesuai dengan kondisi di lapangan. Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi partisipasi pasif. Menurut Creswell dan Poth (2018:233), observasi partisipasi pasif menempatkan peneliti sebagai pengamat dari luar kelompok yang diteliti, dengan mencatat aktivitas yang berlangsung tanpa terlibat secara langsung di dalamnya.

Peneliti melalui teknik ini berperan sebagai pengamat untuk memperoleh data berdasarkan situasi dan kondisi yang terjadi secara alami di lapangan. Observasi partisipasi pasif pada penelitian ini digunakan untuk mengamati pelaksanaan strategi *customer relations* di Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Proses observasi dilakukan dengan memperhatikan interaksi, bentuk pelayanan, serta aktivitas yang berkaitan dengan hubungan rumah sakit dan masyarakat tanpa keterlibatan langsung dalam kegiatan yang diamati sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi secara lebih objektif.

1.6.6.2 Wawancara Mendalam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi secara lebih mendalam terkait fenomena yang diteliti. Menurut Roesadhi et al. (2025:14336), wawancara mendalam merupakan proses interaksi komunikasi secara langsung antara peneliti dan informan yang bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam, rinci, dan komprehensif mengenai pengalaman, pandangan, perasaan, serta pemahaman informan terhadap suatu fenomena atau permasalahan yang diteliti. Teknik ini digunakan karena diperlukan data yang komprehensif mengenai

strategi *customer relations* di Firdaus Hospital. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara terstruktur agar peneliti dapat menggali informasi secara sistematis serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap kondisi dan permasalahan yang ditemukan selama proses penelitian.

1.6.4.3 Observasi Digital

Observasi digital merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan terhadap aktivitas, interaksi, dan konten yang berlangsung pada ruang digital. Menurut Pratiwi et al. (2023:103), observasi digital dilakukan dengan mengamati aktivitas objek penelitian pada ruang digital untuk memperoleh data yang relevan dengan fenomena yang dikaji dan melengkapi hasil wawancara. Pengamatan dapat dilakukan secara non-intrusif untuk melihat pola komunikasi, jenis informasi, bentuk interaksi, serta respons yang ditampilkan melalui platform digital tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas tersebut. Penggunaan observasi digital dapat melengkapi informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan memberikan gambaran mengenai praktik komunikasi yang berlangsung secara daring. Sejumlah penelitian kualitatif di Indonesia telah menggunakan observasi digital untuk mengamati aktivitas dan interaksi pada media sosial sebagai bagian dari proses pengumpulan data.

Observasi digital dalam penelitian ini digunakan untuk mengamati pelaksanaan *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis. Pengamatan dilakukan terhadap website resmi, akun media sosial, Google Reviews, serta bentuk komunikasi digital lainnya yang berkaitan dengan pelayanan dan hubungan rumah

sakit dengan masyarakat. Aspek yang diamati meliputi penyampaian informasi, bentuk respons terhadap masyarakat, pola interaksi, serta konten yang menunjukkan sikap responsif, informatif, ramah, dan empatik. Data dari observasi digital selanjutnya digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi langsung sehingga diperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai strategi customer relations Firdaus Hospital.

1.6.4.4 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dan pengumpulan berbagai dokumen yang berkaitan dengan fokus penelitian. Menurut Sari et al. (2025:539), dokumentasi dimanfaatkan untuk mengumpulkan data dari arsip, catatan, atau dokumen tertulis yang relevan dengan fokus penelitian serta dapat melengkapi teknik pengumpulan data lainnya. Teknik ini digunakan karena penelitian memerlukan data pendukung yang dapat memperkuat informasi mengenai strategi *customer relations* di Firdaus Hospital.

Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan foto kegiatan, materi komunikasi, informasi pada media digital, serta dokumen lain yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan dengan pasien dan masyarakat. Data dokumentasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi serta memperkuat temuan penelitian.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data dimulai hingga penelitian selesai dilaksanakan. Teknik analisis data merupakan tahapan sistematis yang dilakukan peneliti untuk

mengolah dan memahami data yang telah diperoleh selama penelitian. Menurut Creswell dan Poth (2018:183-186), analisis data kualitatif dilakukan melalui tahapan pengorganisasian data, membaca keseluruhan data, pengodean, pengembangan tema, interpretasi, serta penyajian hasil analisis. Analisis data kualitatif tidak hanya berfokus pada informasi yang disampaikan partisipasi, tetapi juga pada makna yang terbentuk dari pengalaman dan perspektif mereka.

1) Mengolah dan mempersiapkan data

   Tahap awal dilakukan dengan mengolah dan mempersiapkan data hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi. Data ditranskripsikan, ditelaah, serta dikelompokkan sesuai fokus penelitian mengenai strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis.

2) Membaca dan meninjau data secara keseluruhan

   Tahap kedua dilakukan dengan membaca dan meninjau seluruh data hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman awal mengenai strategi *customer relations* Firdaus Hospital. Data ditelaah untuk mengenali informasi terkait hubungan dengan pasien, interaksi, pelayanan, dan pendekatan humanis sebagai dasar analisis tahap berikutnya.

3) Melakukan analisis dan pengkodean data

   Tahap ketiga dilakukan dengan mengidentifikasi informasi yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian memberikan kode atau label pada data. Kode dikelompokkan berdasarkan kesamaan makna dan diarahkan pada

strategi *customer relations* melalui *identify, differentiate, interact,* dan *customize*. Hasil pengelompokan tersebut menjadi dasar untuk menemukan pola dan tema penelitian.

4) Membentuk tema dan deskripsi

Tahap keempat dilakukan dengan mengelompokkan kode yang telah diperoleh ke dalam tema atau kategori sesuai fokus penelitian. Tema tersebut kemudian disusun menjadi uraian deskriptif berdasarkan hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi. Pembentukan tema diarahkan untuk menggambarkan penerapan *identify, differentiate, interact,* dan *customize* serta pendekatan humanis dalam hubungan Firdaus Hospital dengan pasien.

5) Membentuk makna dan interpretasi

Tahap terakhir dilakukan dengan memberikan makna terhadap tema dan temuan yang telah terbentuk melalui proses analisis. Interpretasi diarahkan pada strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis dengan mengaitkan temuan pada model IDIC, yaitu *Identify, Differentiate, Interact,* Dan *Customize*. Tahap ini digunakan untuk menjawab fokus penelitian serta memahami bagaimana hubungan Firdaus Hospital dengan pasien dibangun dan dipertahankan melalui strategi *customer relations* yang humanis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar kegiatan	Juni 2026	Juli 2026	Agst 2026	Sept 2026	Okt 2026
1.	**Tahap Awal: Observasi Lapangan dan Penghimpunan Informasi**					
	Pengumpulan data proposal penelitian					
	Penyusunan proposal penelitian					
	Bimbingan penyusunan proposal penelitian					
	Revisi proposal penelitian					
2.	**Tahap kedua: Pengajuan rencana penelitian**					
	Sidang pengajuan penelitian					
	Revisi pengajuan penelitian					
3.	**Tahap ketiga: Penyusunan Skripsi**					
	Pelaksanaan penelitian					
	Melakukan wawancara mendalam					
	Analisis pengolahan data					
	Laporan penelitian					
	Bimbingan skripsi					
4.	**Tahap keempat: sidang skripsi**					
	Sidang skripsi					

Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi dan memahami berbagai isu yang relevan dengan topik yang dikaji. Pemahaman tersebut diperoleh melalui penelusuran dan telaah terhadap berbagai literatur yang berkaitan dengan fokus penelitian. Hasil kajian literatur kemudian digunakan sebagai dasar teoritis untuk memperkuat pembahasan, memberikan perspektif terhadap permasalahan yang dikaji, serta menjadi bahan pembanding dengan temuan penelitian terdahulu. Proses ini membantu membangun kajian pustaka yang lebih terarah dan mendukung penelitian secara menyeluruh.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti, Teguh Priyo Sadono, dan Mohammad Insan Romadhan berjudul "Strategi *Public Relations* PT. Gelora Samudera Indolog dalam Menjaga Kepercayaan Pelanggan". Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi *Public Relations* dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui *PENCIL Strategy* yang diterapkan dalam kegiatan publikasi, *event*, *community involvement*, serta *lobbying* dan *negotiation*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif serta fokus terhadap upaya organisasi dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Perbedaannya terletak pada fokus dan model

analisis. Penelitian terdahulu menggunakan *PENCIL Strategy* untuk menganalisis strategi *Public Relations*, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* Firdaus Hospital melalui pelayanan humanis dengan model IDIC (*Identify, Differentiate, Interact, Customize*). Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana kebutuhan masyarakat dipahami dan hubungan jangka panjang dibangun melalui komunikasi serta pelayanan yang humanis.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Titik Dwi Novianti dan Widiyatmo Ekoputro dengan judul "Strategi *Customer Relations* Dalam Penanganan *Handling Complain* Terkait Media *Customer Care* di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo." Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi dalam *customer relations* saat menghadapi keluhan terkait penggunaan aplikasi "Mobile JKN" di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo. Aplikasi tersebut dikembangkan untuk mempermudah akses peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dalam memperoleh layanan kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam bersama pihak-pihak terkait di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Sakit Bunda Sidoarjo telah menerapkan berbagai strategi komunikasi dalam *customer relations* guna menangani keluhan yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi "Mobile JKN". Strategi ini mencakup penggunaan berbagai media *customer relations* seperti media sosial, Google Bisnis, dan pesan langsung guna berinteraksi dengan pelanggan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus *customer relations* dalam konteks pelayanan kesehatan serta penggunaan

pendekatan deskriptif kualitatif. Keduanya menekankan peran komunikasi dalam memenuhi kebutuhan dan merespons keluhan pelanggan. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada *handling complain* terkait penggunaan *Mobile JKN* melalui media *customer relations*, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis dengan model IDIC.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nadia Muthi Nabila dan Nurdin dengan judul "Strategi *Customer Relationship Management* Honda Arista Sudirman Pekanbaru." Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi *customer relationship management* (CRM) yang diterapkan oleh Honda Arista Sudirman Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta penelusuran dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Honda Arista Sudirman Pekanbaru menerapkan empat strategi CRM yang dikemukakan oleh Peppers dan Rogers, yaitu identifikasi pelanggan (*identify customers*), diferensiasi pelanggan (*differentiate customers*), interaksi dengan pelanggan (*interact with customers*), serta penyesuaian pada beberapa aspek (*customize*).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus hubungan antara institusi dengan pelanggan serta penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif. Keduanya menggunakan model IDIC dari Peppers dan Rogers untuk menganalisis hubungan dengan pelanggan. Perbedaannya terletak pada konteks penelitian. Penelitian terdahulu membahas penerapan CRM pada industri otomotif di Honda Arista Sudirman Pekanbaru, sedangkan penelitian Delinda membahas

strategi *customer relations* dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis di bidang kesehatan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Neny Haryuningtias dan Komarun Zaman dengan judul "Analisis Strategi *Customer Relationship* Management (CRM) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelayanan di Rumah Sakit Darmo Surabaya." Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan kepuasan pelayanan pasien di Rumah Sakit Darmo Surabaya. Persaingan di antara rumah sakit swasta premium di kota besar semakin intens, terutama dalam melayani pasien kelas menengah ke atas yang memiliki harapan tinggi terhadap kualitas layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan, yang mencakup observasi langsung, wawancara dengan pasien dan tenaga medis, serta analisis dokumen internal rumah sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pasien mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan penerapan strategi CRM yang menyeluruh. Strategi tersebut menitikberatkan pada pelayanan prima (*service excellence*) yang meliputi enam aspek utama, yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan akuntabilitas tenaga kesehatan. Selain itu, Rumah Sakit Darmo juga secara aktif membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat melalui kegiatan bakti sosial, seminar kesehatan, serta pemanfaatan media digital seperti Instagram dan website resmi untuk memperluas interaksi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus *customer relations* dalam konteks pelayanan rumah sakit dan penggunaan

pendekatan kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu menitikberatkan CRM pada peningkatan kepuasan pasien melalui *service excellence*, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis dengan model IDIC.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Shelvina Putri Danisa dan Muchsin Muthohar dengan judul "Analisis Strategi *Customer Relationship Management* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dalam Pembelian Suku Cadang Pada PT Trakindo Utama Cabang BSD." Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi hubungan pelanggan dalam meningkatkan kualitas hubungan, mempertahankan pelanggan, serta mendorong loyalitas. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan karyawan divisi Sales dan sub divisi Parts Counter PT Trakindo Utama Cabang BSD yang berinteraksi langsung secara intensif dengan pelanggan, serta dokumentasi. Data yang diperoleh bersumber langsung dari pihak internal perusahaan yang relevan sehingga memiliki tingkat keakuratan yang tinggi. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa strategi hubungan pelanggan yang diterapkan perusahaan telah berjalan efektif dalam meningkatkan dan mempertahankan hubungan pelanggan sekaligus memperkuat loyalitas. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai program, seperti pemberian layanan yang baik dan solutif, insentif, kontrak tahunan, reward keanggotaan, serta evaluasi berdasarkan penilaian pelanggan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokus *customer relations* dalam memelihara hubungan dengan pelanggan serta penggunaan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menitikberatkan hubungan pelanggan melalui pemberian manfaat seperti insentif, *reward* keanggotaan, kontrak tahunan, dan layanan solutif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini lebih menekankan proses relasional melalui komunikasi dan pelayanan humanis yang disesuaikan dengan kebutuhan serta pengalaman masyarakat. Penelitian ini juga menggunakan model IDIC.

Keenam, penelitian oleh Delinda Febriani, Jurusan Ilmu Komunikasi Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2026 dengan judul *Strategi Customer Relations Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui strategi *customer relations* yang diterapkan dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang humanis. Penelitian ini membahas bagaimana proses *customer relations* dilakukan dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan masyarakat melalui komunikasi, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, interaksi, serta penyesuaian pelayanan. Penelitian ini menggunakan model IDIC (*Identify, Differentiate, Interact, Customize*) dari Peppers dan Rogers sebagai landasan dalam menganalisis strategi *customer relations*. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi.

Kesimpulan, berdasarkan telaah terhadap kelima penelitian terdahulu, ditemukan sejumlah kesamaan dan perbedaan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Persamaan utama terlihat pada pembahasan *customer relations* sebagai upaya membangun dan mempertahankan hubungan antara organisasi dengan pelanggan. Penggunaan pendekatan kualitatif juga menjadi kesamaan pada beberapa penelitian. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai praktik hubungan pelanggan di lapangan. Penelitian terdahulu turut menunjukkan bahwa komunikasi dan kualitas pelayanan memiliki peran dalam membentuk kepercayaan maupun loyalitas pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus hubungan dan konteks pelayanan yang diteliti. Penelitian terdahulu membahas *customer relations* pada perusahaan jasa, industri otomotif, penjualan suku cadang, serta pelayanan rumah sakit. Penelitian ini secara khusus mengangkat strategi *customer relations* dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis pada lingkungan pelayanan kesehatan. Fokus tersebut menempatkan kepercayaan masyarakat sebagai tujuan hubungan yang dipertahankan melalui kualitas interaksi dan pengalaman pelayanan.

Perbedaan juga terlihat pada landasan analisis strategi cust*omer relations* yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan *PENCIL Strategy*, *service excellence*, serta berbagai bentuk program hubungan pelanggan. Penelitian Nadia Muthi Nabila dan Nurdin telah menggunakan model IDIC dari Peppers dan Rogers, tetapi penerapannya berada pada konteks industri otomotif. Penelitian ini

menerapkan model IDIC untuk melihat proses mengenali kebutuhan masyarakat, memahami karakteristik pelanggan, membangun interaksi, serta menyesuaikan hubungan dan pelayanan. Posisi penelitian ini menjadi lebih berbeda dan spesifik karena mengaitkan *customer relations* dengan kepercayaan masyarakat dan pelayanan humanis dalam konteks rumah sakit dengan mengggunakan model IDIC.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Wijayanti, Teguh Priyo Sadono, dan Mohammad Insan Romadhan berjudul "Strategi *Public Relations* PT. Gelora Samudera Indolog dalam Menjaga Kepercayaan Pelanggan".	PENCILS	Strategi *public relations* berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui PENCIL *Strategy* yang diterapkan dalam kegiatan publikasi, *event, community involvement*, serta *lobbying* dan *negotiation*.	Membahas strategi *customer relations*, metode kualitatif, dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancar, dan dokumentasi.	Penelitian terdahulu berfokus pada strategi *Public Relations* PT. Gelora Samudera Indolog, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* Firdaus Hospital, Penelitian terdahulu menggunakan teori PENCIL *Strategy*, sedangkan penelitian ini menggunakan konsep CRM model IDIC
2	Titik Dwi Novianti dan Widiyatmo	*Customer Relations*	Rumah Sakit Bunda Sidoarjo telah menerapkan	Membahas strategi *customer relations*	Penelitian terdahulu berfokus pada penanganan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

	Ekoputro (2024) dengan judul "Strategi *Customer Relations* Dalam Penanganan *Handling Complain* Terkait Media *Customer Care* di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo."		berbagai strategi komunikasi dalam *customer relations* guna menangani keluhan yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi "Mobile JKN". Strategi ini mencakup penggunaan berbagai media *customer relations* seperti media sosial, Google Bisnis, dan pesan langsung guna berinteraksi dengan pelanggan	pada institusi pelayanan kesehatan, metode kualitatif.	keluhan penggunaan Mobile JKN, sedangkan penelitian ini berfokus pada pelayanan humanis. Penelitian terdahulu menekankan media *customer care*, sedangkan penelitian ini menekankan strategi *customer relations*.
3	Nadia Muthi Nabila dan Nurdin dengan judul "Strategi *Customer Relationship Management* Honda Arista Sudirman Pekanbaru."	*Customers Relationship Management* (CRM)	Honda Arista Sudirman Pekanbaru menerapkan empat strategi CRM yang dikemukakan oleh Peppers dan Rogers, yaitu identifikasi pelanggan (*identifications of customers*), diferensiasi pelanggan (*differentiate customers*), interaksi	Membahas strategi *customer relations,* teori yang digunakan, dan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.	Penelitian terdahulu berfokus pada strategi *customer relations* di Honda Arista Sudirman, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi *customer relations* di Firdaus Hospital.

			dengan pelanggan (*interact with customers*), serta penyesuaian pada beberapa aspek (*customize some aspects*).		
4	Neny Haryuningtias dan Komarun Zaman dengan judul "Analisis Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelayanan di Rumah Sakit Darmo Surabaya."	*Customers Relationship Management* (CRM)	Kepuasan pasien mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan penerapan strategi CRM yang menyeluruh. Strategi tersebut menitikberatkan pada pelayanan prima (*service excellence*) yang meliputi enam aspek utama, yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan akuntabilitas tenaga kesehatan.	Membahas strategi *customer relations* pada institusi rumah sakit, teori yang digunakan, dan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.	Penelitian terdahulu menekankan konsep *service excellence*, sedangkan penelitian ini menekankan pelayanan humanis sebagai pendekatan humanis.
5	Shelvina Putri Danisa dan Muchsin Muthohar dengan judul "Analisis		Strategi hubungan pelanggan yang diterapkan perusahaan telah berjalan efektif dalam	Membahas strategi *customer relations*, teori yang digunakan, dan menggunaka	Penelitian terdahulu berfokus loyalitas pelanggan di PT Trakindo Utama, sedangkan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

	Strategi *Customer Relationship Management* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dalam Pembelian Suku Cadang Pada PT Trakindo Utama Cabang BSD."		meningkatkan dan mempertahankan hubungan pelanggan sekaligus memperkuat loyalitas. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai program, seperti pemberian layanan yang baik dan solutif, insentif, kontrak tahunan, reward keanggotaan, serta evaluasi berdasarkan penilaian pelanggan.	n pendekatan penelitian kualitatif.	penelitian ini berfokus pada loyalitas Firdaus Hospital.
6	Delinda Febriani (2026), dengan judul "Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis"		-	Mengkaji *customer relations* dan penggunaan pendekatan kualitatif untuk memahami hubungan organisasi dengan pelanggan.	Penelitian ini secara khusus mengkaji strategi *customer relations* dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis di rumah sakit dengan menggunakan model IDIC Peppers dan Rogers, sehingga

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

					memiliki fokus yang berbeda dari penelitian terdahulu yang lebih banyak membahas keluhan, loyalitas, *service excellence*, atau penerapan IDIC pada konteks nonkesehatan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat *gap* berupa masih terbatasnya kajian yang menguraikan penerapan keseluruhan tahapan IDIC dalam strategi *customer relations* rumah sakit dengan menempatkan kepercayaan masyarakat dan pendekatan humanis sebagai fokus kajian. Penelitian terdahulu cenderung menggunakan IDIC untuk membahas CRM dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan dari *gap* tersebut, penelitian ini mengkaji strategi *customer relations* Firdaus Hospital melalui *identify, differentiate, interact,* dan *customize* dengan memperhatikan bagaimana setiap tahap dijalankan melalui pendekatan yang humanis dalam upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat.

2.2 Kajian Konseptual

2.2.1 Strategi

1) Definisi Strategi

Strategi dapat dipandang sebagai arah tindakan yang dipilih organisasi untuk mengoptimalkan pencapaian tujuan. Penyusunannya melibatkan proses menentukan prioritas, mempertimbangkan kondisi yang dihadapi, serta memilih alternatif tindakan yang paling sesuai dengan kebutuhan organisasi. Strategi tidak

hanya berkaitan dengan perencanaan, tetapi juga menjadi pedoman dalam menentukan tindakan dan mengarahkan berbagai sumber daya agar tujuan organisasi dapat diwujudkan secara efektif. Konsep tersebut sejalan dengan pandangan bahwa strategi berfungsi sebagai cara organisasi menentukan langkah untuk mencapai tujuan melalui perencanaan dan tindakan yang terarah.

Strategi pada dasarnya merupakan serangkaian langkah yang dirancang untuk mengarahkan organisasi menuju pencapaian tujuan. Nahak & Ellitan (2023) menjelaskan strategi sebagai sekumpulan tindakan atau aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan nilai tertentu. Strategi juga dipahami sebagai perencanaan komprehensif yang menjelaskan bagaimana organisasi mencapai tujuan berdasarkan misi yang telah ditetapkan.

Strategi organisasi berperan sebagai arah bagi berbagai tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Ariyah dan Marina (2025) menjelaskan bahwa perencanaan strategi merupakan proses sistematis untuk menentukan arah organisasi menuju pencapaian tujuan jangka panjang. Penerapannya perlu dilakukan secara adaptif dengan mempertimbangkan perubahan lingkungan dan informasi yang relevan.

Strategi organisasi merupakan proses yang dilakukan secara bertahap untuk menentukan arah, merumuskan tindakan, serta memastikan pencapaian tujuan organisasi. Menurut Robbins dan Coulter (2016) dalam Kautsar dan Julaiha (2023:26), proses strategi organisasi meliputi beberapa tahapan, yaitu:

(1) Identifikasi misi, tujuan, dan strategi organisasi

Tahap ini menjadi dasar untuk menentukan arah organisasi. Misi menjelaskan alasan keberadaan organisasi, sedangkan tujuan memberikan gambaran mengenai hasil yang ingin dicapai. Identifikasi strategi yang telah berjalan juga diperlukan agar organisasi dapat mengetahui arah tindakan yang selama ini digunakan.

(2) Analisis eksternal

Tahap ini dilakukan untuk memahami berbagai kondisi di luar organisasi yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan. Organisasi perlu mengenali peluang yang dapat dimanfaatkan serta ancaman yang berpotensi menghambat pelaksanaan strategi.

(3) Analisis internal

Analisis internal diarahkan untuk mengetahui kondisi yang dimiliki organisasi, terutama berkaitan dengan sumber daya dan kemampuan yang tersedia. Hasil analisis ini membantu organisasi mengenali kekuatan yang dapat dikembangkan serta kelemahan yang perlu diperbaiki.

(4) Pengembangan strategi

Hasil identifikasi kondisi internal dan eksternal menjadi dasar untuk menentukan strategi yang sesuai. Organisasi memilih tindakan yang dianggap paling tepat dengan mempertimbangkan tujuan, peluang, ancaman, kekuatan, dan keterbatasan yang dimiliki.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

(5) Implementasi strategi

Strategi yang telah ditetapkan kemudian diwujudkan melalui tindakan nyata. Tahap ini mencakup pengaturan sumber daya, pembagian tugas, pemberian arahan, serta pelaksanaan berbagai kegiatan agar strategi tidak hanya berhenti sebagai rencana, tetapi benar-benar diterapkan.

(6) Evaluasi hasil

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana strategi yang diterapkan mampu membantu organisasi mencapai tujuan. Hasil evaluasi dapat menjadi dasar untuk mempertahankan strategi yang efektif atau melakukan perbaikan apabila ditemukan bagian yang belum berjalan sesuai harapan.

Strategi berperan sebagai pedoman bagi organisasi dalam menentukan arah, menetapkan prioritas, serta mengoptimalkan sumber daya untuk mendukung pencapaian tujuan. Penggunaannya membantu organisasi menyelaraskan berbagai keputusan dan tindakan agar tetap sesuai dengan sasaran yang ingin diwujudkan.

2) Fungsi Strategi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Strategi memiliki fungsi dalam memberikan arah bagi organisasi ketika menentukan prioritas dan menjalankan berbagai kegiatan. Strategi juga membantu organisasi mengoptimalkan sumber daya, merespons perubahan lingkungan, serta memastikan setiap keputusan yang diambil tetap berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Penggunaan strategi membantu setiap kegiatan organisasi tetap terarah dan selaras dengan sasaran yang telah ditetapkan. Menurut Irmanto dan Ridwan (2021:6) menjelaskan bahwa strategi berfungsi sebagai dasar bagi organisasi untuk

menetapkan berbagai aktivitas yang diperlukan guna mengarahkan pencapaian tujuan di masa yang akan datang. Pemahaman tersebut menempatkan strategi sebagai landasan dalam menentukan arah tindakan organisasi agar setiap aktivitas yang dilakukan memiliki keterkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Strategi menjadi salah satu unsur yang mendukung organisasi dalam mengarahkan berbagai upaya untuk mencapai efektivitas kerja dan tujuan yang telah ditetapkan. Nayla dan Riofita (2025) menjelaskan bahwa strategi berperan dalam mengarahkan pengelolaan sumber daya organisasi melalui pengembangan kompetensi, peningkatan kinerja, dan keterlibatan anggota organisasi sehingga efektivitas pencapaian tujuan dapat diperkuat. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa strategi tidak hanya berfungsi sebagai arah bagi organisasi, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana sumber daya yang dimiliki dioptimalkan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan secara efektif.

Strategi dapat dipandang dari berbagai sisi sesuai dengan cara organisasi menentukan arah dan menjalankan tindakannya. Mintzberg dalam Hidayat et al. (2025) menjelaskan lima pemaknaan strategi yang meliputi *plan, ploy, pattern, position,* dan *perspective*. Kelima pemaknaan tersebut memberikan sudut pandang yang berbeda dalam melihat strategi organisasi.

(1) *Strategy as a Plan* (Rencana)

Strategi sebagai *plan* menunjukkan bahwa strategi dapat berfungsi sebagai rancangan tindakan yang disusun secara sadar untuk menghadapi situasi tertentu. Organisasi menentukan terlebih dahulu arah dan tindakan yang akan dilakukan sehingga kegiatan yang dijalankan memiliki pedoman yang jelas.

(2) *Strategy as a Ploy* (Taktik)

Strategi sebagai *ploy* menggambarkan penggunaan cara atau manuver tertentu untuk menghadapi situasi yang dihadapi organisasi. Perspektif ini menunjukkan bahwa strategi dapat digunakan secara fleksibel dengan memilih tindakan tertentu yang dianggap mampu memberikan keuntungan atau membantu organisasi menghadapi pihak maupun kondisi tertentu.

(3) *Strategy as a Pattern* (Pola)

Strategi sebagai *pattern* melihat strategi melalui konsistensi tindakan yang dilakukan organisasi dari waktu ke waktu. Artinya, strategi tidak hanya terlihat dari rencana yang dibuat, tetapi juga dari pola perilaku atau tindakan yang secara berulang diterapkan dalam menjalankan kegiatan organisasi.

(4) *Strategy as a Position* (Posisi)

Strategi sebagai *position* berkaitan dengan cara organisasi menempatkan dirinya terhadap lingkungan yang dihadapi. Perspektif ini membantu melihat bagaimana organisasi menentukan posisi yang sesuai dengan kondisi lingkungan, kebutuhan pihak yang dilayani, serta peluang yang tersedia.

(5) *Strategy as a Perspective* (Perspektif)

Strategi sebagai *perspective* menggambarkan cara pandang yang menjadi dasar organisasi dalam memahami lingkungan dan menentukan tindakannya. Perspektif tersebut tercermin melalui nilai, pemikiran, maupun orientasi yang berkembang dalam organisasi dan kemudian memengaruhi cara organisasi menjalankan strateginya.

Keberadaan strategi membantu organisasi menghadapi berbagai kondisi yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan. Strategi memberikan dasar bagi organisasi untuk menentukan keputusan, menetapkan arah tindakan, serta menyesuaikan pemanfaatan sumber daya dengan peluang dan tantangan yang dihadapi.

2.2.2 *Customer Relations*

1) Definisi *Customer Relations*

Customer relations merupakan upaya organisasi dalam membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan melalui komunikasi dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hubungan tersebut dijaga secara berkelanjutan agar tercipta interaksi yang positif antara organisasi dan pelanggan.

Hubungan dengan pelanggan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan organisasi karena keberlangsungannya berkaitan dengan kualitas interaksi yang terjalin. Upaya membangun hubungan tersebut dapat menjadi bagian dari aktivitas komunikasi organisasi dengan pihak yang dilayaninya. Syafir, Romadhan, dan Pratiwi (2023) menjelaskan bahwa *customer relations* merupakan bagian dari kegiatan *public relations* yang menempatkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan sebagai bagian penting dalam aktivitas organisasi. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa *customer relations* tidak hanya berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan, tetapi juga mencakup upaya organisasi dalam menciptakan dan memelihara hubungan yang baik melalui interaksi yang dilakukan secara berkelanjutan.

Pengelolaan hubungan dengan pelanggan membutuhkan pemahaman yang baik terhadap karakteristik dan kebutuhan masing-masing pelanggan. Informasi

yang diperoleh dari hubungan tersebut dapat menjadi dasar bagi organisasi untuk menentukan bentuk komunikasi dan pelayanan yang sesuai. Menurut Peppers dan Rogers (2016), strategi pengelolaan hubungan pelanggan dapat dilakukan melalui model IDIC yang terdiri atas *Identify, Differentiate, Interact,* Dan *Customize*. Model tersebut digunakan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui pemahaman terhadap karakteristik dan kebutuhan pelanggan, interaksi yang sesuai, serta penyesuaian pelayanan berdasarkan informasi yang diperoleh. Keempat aspek tersebut digunakan untuk memahami pelanggan secara lebih mendalam serta membangun hubungan yang lebih dekat dan berkelanjutan.

(1) *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan)

Identifikasi dilakukan dengan mengenali dan mengumpulkan informasi mengenai pelanggan secara lebih mendalam. Informasi tersebut dapat mencakup identitas, karakteristik, kebutuhan, serta riwayat interaksi pelanggan. Pemahaman terhadap informasi tersebut membantu organisasi melihat pelanggan secara individual sehingga hubungan yang dibangun dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing pelanggan.

(2) *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan)

Diferensiasi dilakukan dengan memahami adanya perbedaan karakteristik, kebutuhan, dan nilai dari setiap pelanggan. Informasi tersebut membantu organisasi menentukan perhatian dan pelayanan yang sesuai dengan kondisi masing-masing pelanggan. Organisasi dengan demikian dapat menetapkan prioritas sekaligus memberikan nilai yang lebih relevan bagi pelanggan.

(3) *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan)

Interaksi merupakan proses komunikasi yang dilakukan organisasi dengan pelanggan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan, harapan dan pengalaman mereka. Interaksi dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media tertentu. Hubungan yang dibangun melalui interaksi secara berkelanjutan memungkinkan organisasi memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan.

(4) *Customize* (Penyesuaian)

Penyesuaian dilakukan dengan mengadaptasi pelayanan, komunikasi, maupun bentuk hubungan berdasarkan informasi yang telah diperoleh dari pelanggan. Organisasi berupaya menyesuaikan cara melayani dan berinteraksi agar lebih sesuai dengan kebutuhan serta harapan masing-masing pelanggan. Penyesuaian tersebut menjadi bagian penting untuk menjaga hubungan yang bersifat personal dan berkelanjutan.

Penggunaan model tersebut memberikan kerangka untuk melihat bagaimana hubungan dengan pelanggan dikelola secara lebih terarah. Penerapannya dapat membantu organisasi memahami pelanggan secara lebih personal dan memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal tersebut juga dapat menjadi dasar bagi organisasi untuk membangun hubungan yang berkelanjutan serta menciptakan kepercayaan dalam interaksi dengan pelanggan.

1.2.1 Kepercayaan Masyarakat

1) Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap pihak lain yang mendorong munculnya kesediaan untuk mengandalkan pihak tersebut. Keyakinan tersebut terbentuk ketika seseorang meyakini bahwa pihak yang dipercaya mampu bertindak secara baik dan memenuhi harapan yang diberikan.

Kepercayaan merupakan unsur penting dalam membangun hubungan antara organisasi dengan pelanggan dan masyarakat. Rousseau et al. (1998, dalam NCBMA, 2023) menjelaskan bahwa kepercayaan muncul ketika seseorang bersedia menempatkan dirinya pada kondisi yang rentan berdasarkan keyakinan bahwa pihak lain memiliki niat dan perilaku yang positif. Kualitas pelayanan, interaksi yang baik, serta kemampuan organisasi memenuhi harapan menjadi bagian yang dapat memperkuat keyakinan masyarakat terhadap organisasi.

Kepercayaan masyarakat menjadi aspek penting dalam hubungan rumah sakit dengan masyarakat yang dapat terbentuk melalui pengalaman dan interaksi selama memperoleh pelayanan. Adawiyah dan Yunus (2024) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap *public trust*, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan turut berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit. Pengelolaan hubungan dengan masyarakat perlu memperhatikan tidak hanya kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga bagaimana komunikasi dan interaksi dibangun sepanjang proses pelayanan.

Kepercayaan masyarakat terbentuk melalui berbagai pengalaman dan penilaian terhadap pihak yang menjadi tempat menaruh kepercayaan. Firmansyah et al. (2019:93) menjelaskan bahwa kepercayaan dapat dilihat melalui tiga aspek, yaitu *benevolence, competence,* dan *integrity*. Ketiga aspek tersebut menggambarkan karakteristik yang dapat membentuk keyakinan seseorang terhadap pihak lain.

(1) *Benevolence* (Kebaikan Hati)

Benevolence berkaitan dengan keyakinan bahwa pihak lain memiliki niat baik dan kepedulian terhadap kepentingan seseorang. Aspek ini dapat tercermin melalui perhatian, kepedulian, dan kesediaan untuk memberikan perlakuan yang baik dalam suatu hubungan. Aspek tersebut dalam konteks pelayanan kesehatan dapat terlihat dari perhatian rumah sakit terhadap kebutuhan dan kondisi pasien maupun masyarakat.

(2) *Competence* (Kompetensi)

Competence mengacu pada keyakinan terhadap kemampuan pihak lain dalam menjalankan tanggung jawabnya. Kepercayaan dapat terbentuk ketika seseorang menilai bahwa pihak yang dipercaya memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang memadai. Pada pelayanan rumah sakit, aspek ini dapat dikaitkan dengan kemampuan tenaga maupun institusi dalam memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pasien dan masyarakat.

(3) *Integrity* (Integritas)

Integrity berkaitan dengan keyakinan bahwa pihak lain memiliki prinsip, kejujuran, dan konsistensi dalam menjalankan tindakan. Aspek ini dapat

tercermin dari kesesuaian antara perkataan dan tindakan, keterbukaan dalam menyampaikan informasi, serta konsistensi organisasi dalam memenuhi apa yang telah disampaikan kepada masyarakat.

Kepercayaan masyarakat terbentuk dari penilaian terhadap pengalaman dan hubungan yang berlangsung antara masyarakat dengan suatu organisasi. Keberadaannya menjadi penting karena dapat memengaruhi keyakinan masyarakat untuk tetap mengandalkan organisasi serta melanjutkan hubungan yang telah terjalin.

2.3 Kajian Teoritis

2.3.1 Model IDIC dalam Strategi *Customer Relations*

Pengelolaan hubungan dengan pelanggan memerlukan serangkaian keputusan yang disusun secara terarah agar tujuan organisasi dapat tercapai. Proses tersebut tidak hanya berkaitan dengan penyusunan rencana, tetapi juga mencakup kemampuan organisasi memahami pelanggan, membangun interaksi, serta menyesuaikan pelayanan berdasarkan kebutuhan mereka. Model IDIC dikembangkan oleh Don Peppers dan Martha Rogers sebagai bagian dari pendekatan *one-to-one marketing* yang menekankan pentingnya memahami pelanggan secara individual. Model ini mulai dikembangkan pada pertengahan 1990-an melalui kegiatan konsultasi dan kemudian pertama kali dipublikasikan pada 1999 melalui buku *The One to One Fieldbook*. IDIC terdiri atas empat unsur, yaitu *identify, differentiate, interact,* dan *customize*, yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan secara lebih individual dan berkelanjutan.

Karya Peppers dan Rogers dalam *Managing Customer Relationships* (2016) secara eksplisit menjelaskan bahwa proses IDIC tidak hanya ditujukan untuk mengelola hubungan pelanggan, tetapi juga diarahkan untuk membangun kepercayaan (*trust*). Mereka menyebut IDIC sebagai proses empat langkah yang menjadi mekanisme dalam membangun hubungan, sementara kepercayaan menjadi tujuan penting dari proses tersebut.

Pemahaman terhadap karakteristik dan kebutuhan pelanggan menjadi salah satu dasar bagi praktisi humas dalam mengelola hubungan serta menentukan bentuk komunikasi yang sesuai. Menurut Rizky (2024:37), menjelaskan bahwa model IDIC merupakan pendekatan yang dapat digunakan untuk mengelola hubungan pelanggan secara terstruktur melalui pemanfaatan informasi pelanggan. Penerapannya memungkinkan organisasi memahami pelanggan secara lebih menyeluruh, membedakan kebutuhan dan karakteristiknya, membangun interaksi yang bermakna, serta menyesuaikan pelayanan secara lebih personal.

Pemanfaatan informasi pelanggan menjadi salah satu bagian yang dapat mendukung pelaksanaan hubungan tersebut secara lebih terarah. Menurut Swara (2025), penerapan IDIC dalam praktik dapat dilakukan dengan memanfaatkan data pelanggan sebagai dasar pengelolaan hubungan, mulai dari pencatatan informasi, pemantauan layanan, hingga penyampaian informasi secara cepat dan transparan. Penerapan tersebut membantu organisasi mempertahankan hubungan yang baik sekaligus memberikan pelayanan yang lebih responsif kepada pelanggan. Gambaran tersebut memperlihatkan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan dapat diterapkan melalui kegiatan yang bersifat praktis dan berorientasi pada kebutuhan

pelanggan. Bentuk penerapannya dapat disesuaikan dengan karakteristik organisasi serta media yang digunakan untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

1) *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan)

Pemahaman terhadap pelanggan menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan organisasi ketika membangun hubungan yang berkelanjutan. Menurut Peppers dan Rogers dalam Amalia dan Zurani (2021:311) menjelaskan bahwa identifikasi pelanggan tidak hanya dilakukan melalui pengenalan dan pencatatan data dasar, tetapi juga mencakup pengumpulan serta pengolahan berbagai informasi yang berkaitan dengan pelanggan. Informasi tersebut tidak terbatas pada nama, alamat, maupun produk yang pernah digunakan, tetapi dapat mencakup riwayat hubungan dan interaksi pelanggan dengan organisasi. Proses ini membutuhkan pengelolaan informasi yang sistematis agar berbagai data pelanggan dapat tersimpan dan terhubung dengan baik.

Bagi organisasi yang berorientasi pada pelayanan, pemahaman terhadap informasi tersebut dapat menjadi salah satu dasar untuk melihat kebutuhan dan pengalaman pihak yang berhubungan dengan organisasi. Kotler dan Keller (2013, dalam Nabila & Nurdin, 2024:137) menjelaskan bahwa informasi mengenai pelanggan dapat menjadi dasar bagi organisasi untuk menentukan tindakan yang tepat dalam membangun hubungan. Data yang diperoleh membantu organisasi memahami karakteristik dan nilai pelanggan, sehingga perhatian serta upaya yang diberikan dapat disesuaikan dengan tingkat nilai yang dimiliki masing-masing pelanggan. Informasi yang berkaitan dengan pelanggan dapat membantu organisasi

memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pihak yang berinteraksi dengannya.

Hubungan yang dibangun organisasi dengan pelanggan membutuhkan pemahaman yang memadai mengenai pihak yang menjadi bagian dari hubungan tersebut. Informasi yang diperoleh dari berbagai bentuk kontak dapat menjadi dasar untuk memahami pelanggan secara lebih menyeluruh. Menurut Peppers dan Rogers (2016), menjelaskan bahwa *identify* merupakan upaya organisasi untuk mengenali pelanggan secara individual dengan memanfaatkan informasi yang diperoleh dari berbagai kontak. Data tersebut perlu dikumpulkan dan dihubungkan sehingga organisasi dapat memahami pelanggan secara lebih menyeluruh.

Identifikasi pelanggan tidak hanya berfokus pada data identitas, tetapi juga pada berbagai informasi yang dapat menggambarkan hubungan dan karakteristik pelanggan. Peppers dan Rogers (2016) memandang *identify* sebagai proses untuk mengenali pelanggan secara individual serta membangun pemahaman yang utuh berdasarkan informasi dari berbagai kontak. Proses tersebut dapat dilihat melalui beberapa aktivitas yang saling berkaitan

(1) Mengenali Identitas Pelanggan

Organisasi perlu mengenali pelanggan secara individual pada setiap interaksi yang terjadi. Pelanggan tidak dipandang sebagai pihak yang anonim, tetapi dapat dikenali secara individual ketika kembali berhubungan dengan organisasi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

(2) Mengumpulkan Informasi Pelanggan

Identifikasi mencakup pengumpulan data yang relevan mengenai pelanggan. Informasi tersebut menjadi sumber bagi organisasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pelanggan. Peppers dan Rogers menempatkan *data collection* dan *data management* sebagai bagian yang berkaitan dengan proses *identify.*

(3) Menghubungkan Data Pelanggan

Berbagai informasi yang diperoleh dari setiap titik kontak perlu dihubungkan agar organisasi dapat melihat riwayat interaksi pelanggan secara lebih menyeluruh.

(4) Membentuk Gambaran Utuh Pelanggan

Informasi yang telah dikumpulkan dan dihubungkan digunakan untuk membangun pemahaman yang lebih lengkap mengenai setiap pelanggan. *Identify* tidak sekadar menjadi proses pendataan, tetapi menjadi dasar dalam mengelola hubungan secara lebih personal. *Identify* menempatkan informasi pelanggan sebagai dasar dalam memahami setiap individu secara lebih menyeluruh. Pemahaman tersebut menjadi bagian penting dalam menentukan bagaimana hubungan dengan pelanggan dapat dikelola secara lebih tepat dan personal.

2) *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan)

Differentiate berkaitan dengan upaya memahami perbedaan yang terdapat pada setiap pelanggan. Perbedaan tersebut dapat terlihat dari kebutuhan, karakteristik, maupun nilai yang dimiliki pelanggan dalam hubungan dengan

organisasi. Menurut Amalia dan Zurani (2021:314), menjelaskan bahwa *differentiate* dilakukan dengan memahami perbedaan karakteristik dan kebutuhan pelanggan berdasarkan informasi yang telah dimiliki organisasi. Pemahaman tersebut membantu organisasi menentukan bentuk perhatian dan pelayanan yang lebih sesuai, karena setiap pelanggan dapat memiliki kebutuhan dan nilai yang berbeda dalam hubungan dengan organisasi.

Karakteristik dan kebutuhan pelanggan tidak selalu berada pada kondisi yang sama. Perbedaan tersebut perlu dipahami organisasi agar pengelolaan hubungan dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing pelanggan. Peppers dan Rogers (2016) menjelaskan bahwa *Differentiate* merupakan upaya untuk memahami perbedaan pelanggan berdasarkan nilai dan kebutuhan yang dimilikinya. Perbedaan nilai membantu organisasi mengetahui kontribusi masing-masing pelanggan, sedangkan pemahaman terhadap kebutuhan membantu menentukan bentuk perlakuan yang sesuai.

(1) Membedakan Berdasarkan Kebutuhan Pelanggan (*Customer Needs*)

Pelanggan dapat dibedakan berdasarkan kebutuhan yang dimilikinya. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan individual yang dapat berbeda satu sama lain. Informasi mengenai kebutuhan tersebut dapat diperoleh melalui umpan balik dari pelanggan dan digunakan untuk mengelompokkan pelanggan yang memiliki kebutuhan serupa, sehingga organisasi dapat menentukan perlakuan yang lebih sesuai. Pemahaman terhadap variasi kebutuhan tersebut memungkinkan organisasi menentukan pendekatan yang lebih relevan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan.

(2) Membedakan Berdasarkan Nilai Pelanggan (*Customer Value*)

Differentiate juga dapat dilakukan dengan melihat adanya perbedaan nilai yang dimiliki setiap pelanggan bagi organisasi. Pelanggan dapat memberikan nilai aktual maupun memiliki potensi nilai yang berbeda. Pemahaman terhadap perbedaan tersebut membantu organisasi menentukan prioritas serta mengalokasikan sumber daya dan upaya pelayanan secara lebih tepat.

3) *Interact with Customers* (Interasi dengan Pelanggan)

Interact merupakan proses membangun komunikasi dan interaksi secara langsung dengan pelanggan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan serta pengalaman pelanggan. Menurut Peppers dan Rogers dalam Amalia dan Zurani (2021:312), menjelaskan bahwa *Interact* merupakan proses interaksi dengan pelanggan yang dilakukan untuk memahami harapan pelanggan dan menjaga hubungan yang telah terjalin. Interaksi dapat berlangsung melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media perantara.

Pengelolaan hubungan dengan pelanggan membutuhkan proses interaksi yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara berkelanjutan. Interaksi yang dilakukan membuat organisasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memperoleh masukan yang dapat digunakan untuk memahami pelanggan secara lebih baik. Menurut Peppers dan Rogers (2016), menjelaskan bahwa *Interact* merupakan proses keterlibatan langsung organisasi dengan pelanggan melalui berbagai bentuk interaksi untuk memperoleh informasi mengenai pelanggan.

Informasi yang diperoleh dari interaksi tersebut dapat digunakan untuk memahami kebutuhan pelanggan serta mendukung pemberian pelayanan yang lebih sesuai. Organisasi juga dapat membangun dan memperkuat hubungan dengan pelanggan karena adanya interaksi yang berkelanjutan.

Interaksi yang berkelanjutan secara langsung, memberikan ruang bagi organisasi untuk membangun kedekatan dengan pelanggan melalui komunikasi interpersonal. Menurut Aldiansyah dan Banowo (2026), menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan secara terbuka, empatik, konsisten, positif, dan setara berperan dalam menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Proses tersebut memungkinkan terjadinya respons secara langsung sehingga sikap, perhatian, dan cara organisasi memberikan pelayanan dapat dirasakan oleh pelanggan.

Tahap *Interact* menempatkan interaksi langsung antara organisasi dan pelanggan sebagai bagian penting dalam pengelolaan hubungan. Interaksi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi organisasi untuk memperoleh tanggapan serta memahami kebutuhan. Peppers dan Rogers (2016) menjelaskan bahwa tujuan utama interaksi adalah memperoleh informasi secara langsung dari pelanggan yang dapat digunakan untuk memberikan pelayanan yang lebih sesuai. Proses tersebut dapat dilihat melalui beberapa bentuk interaksi yang mendukung pemahaman organisasi terhadap pelanggan.

(1) Dialog dengan pelanggan (*customer dialogue*)

Interact menekankan adanya pertukaran informasi antara organisasi dan pelanggan. Dialog bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga

memberikan ruang bagi organisasi untuk mendengarkan dan memahami apa yang disampaikan pelanggan. Dialog dapat berupa penanganan pertanyaan pelanggan maupun pengumpulan informasi mengenai pelanggan.

(2) Pengumpulan informasi dari interaksi

Setiap interaksi menjadi kesempatan bagi organisasi untuk memperoleh informasi baru mengenai pelanggan. Informasi tersebut dapat digunakan untuk memperbarui pemahaman organisasi terhadap pelanggan dan mendukung hubungan yang semakin berkembang. *Interact* dalam model IDIC memang diarahkan untuk terus mengumpulkan informasi yang relevan dari pelanggan.

(3) Pemanfaatan riwayat interaksi

Informasi yang diperoleh dari interaksi sebelumnya perlu digunakan dalam interaksi berikutnya. Peppers & Rogers menekankan bahwa organisasi seharusnya dapat "mengingat" informasi pelanggan dari berbagai titik kontak sehingga pelanggan tidak perlu memberikan informasi yang sama berulang kali.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

(4) Integrasi berbagai titik kontak

Interaksi tidak hanya berlangsung melalui satu saluran. Informasi dari berbagai *touch points* perlu terintegrasi agar organisasi memperoleh pemahaman yang lebih lengkap mengenai pelanggan.

(5) Penanganan umpan balik dan keluhan pelanggan

Interaksi juga mencakup bagaimana organisasi merespons pertanyaan, masukan, maupun keluhan pelanggan. Peppers & Rogers secara khusus

memasukkan *complaining customers* sebagai bagian dari pembahasan interaksi, sehingga keluhan dapat menjadi sumber informasi untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan.

Keterlibatan pelanggan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam proses *Interact*, karena relasi tidak hanya dibangun melalui penyampaian pesan, tetapi juga melalui adanya respons dan timbal balik antarpihak. Kesinambungan proses tersebut memungkinkan organisasi membangun pemahaman yang berkembang seiring dengan setiap interaksi yang berlangsung

4) *Customize* (Penyesuaian)

Customize merupakan tahap penyesuaian tindakan atau pelayanan organisasi berdasarkan pemahaman terhadap kebutuhan dan karakteristik masing-masing pelanggan. Tahap ini memungkinkan organisasi memberikan perlakuan yang lebih personal dan sesuai dengan kondisi pelanggan. Menurut Peppers dan Rogers dalam Amalia dan Zurani (2021:312), *customize* merupakan upaya menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan dan pengalaman masing-masing pelanggan. Penyesuaian tersebut memungkinkan organisasi memberikan pelayanan yang lebih relevan karena setiap pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda.

Pemahaman yang diperoleh melalui proses identifikasi, diferensiasi, dan interaksi selanjutnya menjadi dasar bagi organisasi dalam menentukan bentuk perlakuan yang sesuai kepada setiap pelanggan. Menurut Peppers dan Rogers (2016), *customize* merupakan tahap ketika organisasi menyesuaikan aspek tertentu dari pelayanan atau perlakuannya berdasarkan pemahaman terhadap masing-masing pelanggan. Penyesuaian tersebut dilakukan dengan memanfaatkan

pengetahuan yang diperoleh dari proses sebelumnya sehingga pelayanan dapat diberikan secara lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan

Keragaman kondisi pasien menuntut adanya perhatian terhadap karakteristik yang menyertai setiap individu dalam proses pelayanan kesehatan. Pemahaman tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan bentuk pelayanan yang diberikan. Menurut Minvielle et al. (2021:6), menjelaskan bahwa penyesuaian pelayanan kesehatan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik pasien, seperti kebutuhan klinis, psikososial, dan kebutuhan terhadap layanan. Pemahaman terhadap karakteristik tersebut menjadi dasar dalam menentukan bentuk pelayanan yang lebih sesuai dengan kondisi masing-masing pasien.

Pemahaman terhadap pelanggan menjadi bermakna ketika diwujudkan dalam tindakan yang sesuai dengan kondisi setiap individu, sehingga pengetahuan tentang pelanggan menjadi dasar dalam menentukan bentuk pelayanan. Peppers dan Rogers (2016) menjelaskan bahwa *customize* merupakan tahap ketika organisasi menggunakan pengetahuan yang telah diperoleh mengenai pelanggan untuk memberikan tindakan yang lebih spesifik kepada masing-masing pelanggan. Tahap ini menjadi bagian dari proses IDIC yang memungkinkan organisasi menyesuaikan cara memberikan pelayanan atau memperlakukan pelanggan berdasarkan perbedaan nilai dan kebutuhan yang telah dipahami sebelumnya.

(1) Penyesuaian pelayanan berdasarkan kebutuhan pasien

Penyesuaian pelayanan mengacu pada kemampuan organisasi untuk menyesuaikan bentuk pelayanan dengan kebutuhan yang dimiliki pasien.

Kebutuhan pasien dapat berbeda sehingga pelayanan tidak selalu diberikan dengan pendekatan yang sama.

(2) Personalisasi pelayanan

Personalisasi lebih menekankan pada pemberian pelayanan yang dibuat lebih relevan bagi individu tertentu berdasarkan pengetahuan yang telah dimiliki organisasi mengenai pelanggan. Peppers dan Rogers menjelaskan bahwa organisasi dapat menggunakan apa yang telah dipelajarinya mengenai setiap pelanggan untuk *customize* dan *personalize* aspek tertentu dari pelayanan atau penawarannya.

(3) Penyesuaian perlakuan berdasarkan karakteristik pasien

Aspek ini berkaitan dengan bagaimana organisasi memberikan perlakuan yang berbeda berdasarkan karakteristik pasien yang telah dipahami. Jadi, bukan berarti setiap pasien harus mendapatkan pelayanan yang sepenuhnya berbeda, tetapi cara memperlakukan atau merespons pasien dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing. Peppers dan Rogers menjelaskan bahwa proses IDIC pada akhirnya memungkinkan organisasi memperlakukan pelanggan secara lebih spesifik berdasarkan perbedaan yang telah diketahui.

Tahap *customize* menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pelanggan tidak berhenti sebagai pengetahuan, tetapi diterjemahkan ke dalam bentuk pelayanan yang mampu merespons keragaman kondisi individu. Pendekatan tersebut menjadi relevan karena pasien memiliki kebutuhan, preferensi, dan karakteristik yang beragam. Penyesuaian pelayanan dengan kondisi tersebut memungkinkan organisasi menciptakan pengalaman yang lebih sesuai bagi setiap pelanggan.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Firdaus Hospital

3.1.1 Sejarah

Perjalanan Firdaus Hospital berawal dari kepedulian terhadap kebutuhan pelayanan kesehatan masyarakat di wilayah Sukapura, Jakarta Utara. Pada tahun 1995, DR. dr. Bahtiar Husain, Sp.P, MH.Kes membuka praktik dokter di wilayah tersebut dengan tujuan memberikan kemanfaatan bagi masyarakat. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat, pada 7 April 1998 dr. Bahtiar Husain bersama rekan-rekan dokter mendirikan Klinik Firdaus dengan layanan 24 jam. Pada tahap awal, Klinik Firdaus banyak menangani pasien dengan masalah paru dan pernapasan. Kondisi tersebut kemudian mendorong dr. Bahtiar Husain untuk melanjutkan pendidikan spesialisasi di bidang Paru dan Respirasi di Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia.

Setelah berkembangnya pelayanan dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, pada tahun 2004 Klinik Firdaus berkembang menjadi praktik dokter spesialis berkelompok dengan pelayanan penyakit paru sebagai salah satu layanan andalan. Perkembangan tersebut kemudian berlanjut pada tahun 2011, ketika Klinik Firdaus berubah menjadi Rumah Sakit Paru Firdaus. Perubahan ini menjadi bagian dari upaya memperluas kapasitas pelayanan kesehatan sekaligus merespons dukungan dan kebutuhan masyarakat di wilayah Jakarta Utara.

Seiring bertambahnya jumlah pasien dan semakin beragamnya penyakit yang ditangani, kebutuhan terhadap pelayanan kesehatan yang lebih luas semakin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

meningkat. Atas dasar usulan masyarakat, pada tahun 2016 Rumah Sakit Paru Firdaus berubah menjadi Rumah Sakit Umum Firdaus dan ditetapkan sebagai rumah sakit umum tipe C. Perubahan tersebut memperluas ruang lingkup pelayanan sehingga Firdaus dapat memberikan pelayanan kesehatan yang lebih beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

RS Umum Firdaus dalam perkembangannya terus melakukan pembenahan hingga kemudian memperkenalkan identitas sebagai Firdaus Hospital. Rumah sakit ini menempatkan kenyamanan, keramahan, dan kekeluargaan sebagai bagian dari pengalaman pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Kualitas pelayanan medis dan keselamatan pasien (*patient safety*) juga menjadi bagian penting dalam pengembangan pelayanan rumah sakit. Firdaus Hospital juga menggunakan slogan "Melayani Kebahagiaanmu" yang mencerminkan orientasi pelayanan terhadap kebutuhan dan pengalaman pasien.

Perkembangan Firdaus Hospital dengan demikian menunjukkan perjalanan yang mengikuti kebutuhan masyarakat, mulai dari praktik dokter pada tahun 1995, pendirian Klinik Firdaus pada tahun 1998, perkembangan menjadi praktik dokter spesialis pada tahun 2004, Rumah Sakit Paru Firdaus pada tahun 2011, hingga menjadi Rumah Sakit Umum Firdaus pada tahun 2016 dan kemudian berkembang sebagai Firdaus Hospital. Perjalanan tersebut menjadi dasar bagi rumah sakit untuk terus mengembangkan pelayanan yang tidak hanya berorientasi pada mutu medis, tetapi juga pada kenyamanan, keramahan, kekeluargaan, kepuasan, dan keselamatan pasien.

3.1.2 Visi dan Misi

Visi

Menjadi rumah sakit terdepan di Indonesia yang mendefinisikan standar baru layanan kesehatan di mana keunggulan klinis dan hospitality premium menyatu dalam satu pengalaman yang mencerminkan *lifestyle* terbaik. Di Firdaus, kesehatan dan kehidupan yang luar biasa bukan dua hal yang terpisah.

Misi

1) Standar klinis tertinggi dokter terbaik, teknologi terdepan, protokol yang tidak berkompromi.
2) Pengalaman pasien yang melampaui ekspektasi setiap momen dirancang dengan presisi dan kehangatan.
3) Destinasi kesehatan yang dicari karena namanya sudah cukup sebagai alasan.
4) Tim yang memahami merawat pasien adalah panggilan kebahagiaan pasien adalah ukuran keberhasilan.
5) Dari terdepan di Indonesia menuju diperhitungkan di Asia Tenggara.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

3.1.3 Logo Firdaus Hospital

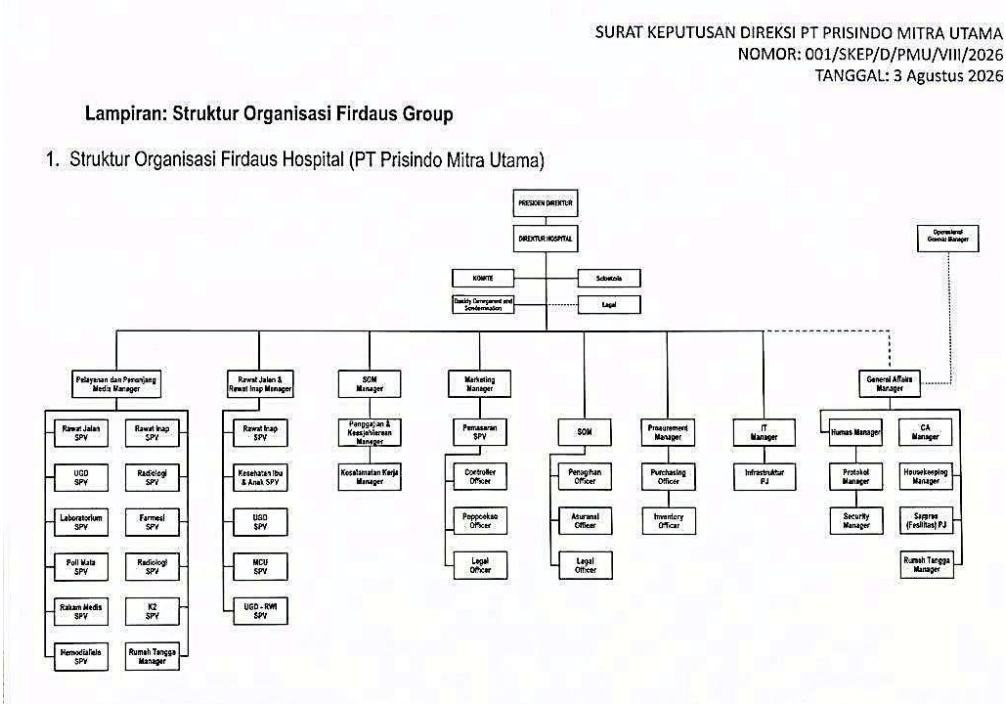


Gambar 3. 1 Logo Firdaus Hospital
(Sumber: Firdaus Hospital)

Logo menjadi salah satu unsur visual yang memperkuat identitas Firdaus Hospital. Penggunaan logo pada berbagai media perusahaan membantu masyarakat mengenali dan membedakan Firdaus Hospital dari organisasi lainnya. Konsistensi tersebut menjadikan logo sebagai penanda yang memperkuat pengenalan perusahaan di mata publik.

3.1.4 Struktur Organisasi Firdaus Hospital

Struktur organisasi diperlukan untuk memperjelas pembagian fungsi, tugas, wewenang, dan tanggung jawab pada setiap bagian dalam organisasi. Susunan tersebut juga menunjukkan hubungan kerja dan koordinasi antarbagian sehingga pelaksanaan kegiatan organisasi dapat berjalan secara terarah.



Gambar 3. 2 Bagan Struktur Organisasi Firdaus Hospital
(Sumber: Firdaus Hospital)

Struktur organisasi Firdaus Hospital terdiri atas beberapa tingkatan kepemimpinan dan bagian yang menjalankan fungsi masing-masing dalam kegiatan

rumah sakit. Setiap bagian memiliki tanggung jawab yang berbeda serta saling berkoordinasi untuk mendukung jalannya perusahaan.

1) Presiden Direktur

   Presiden Direktur menjadi pimpinan tertinggi PT Prisindo Mitra Utama yang bertanggung jawab atas arah strategis dan kebijakan perusahaan. Posisi ini membawahi Direktur Hospital dalam pelaksanaan kegiatan rumah sakit.

2) Direktur Hospital

   Direktur bertanggung jawab mengarahkan dan mengoordinasikan seluruh kegiatan operasional Firdaus Hospital. Posisi ini menghubungkan kebijakan perusahaan dengan pelaksanaan fungsi pelayanan dan manajerial rumah sakit.

3) Unsur Pendukung Direktur

   Direktur Hospital didukung oleh Komite, Sekretaris, *Quality Development and Standardization*, serta Legal. Unsur tersebut membantu aspek administrasi, mutu, standardisasi, pertimbangan organisasi, dan kepatuhan hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4) Pelayanan dan Penunjang Medis Manager

   Bidang ini mengoordinasikan pelayanan medis dan penunjang, seperti ICU, UGD, OK, Rekam Medis, Farmasi, Radiologi, Laboratorium, Gizi, dan unit terkait lainnya. Pembagian tersebut mendukung kelancaran proses pelayanan kesehatan.

5) Nurse & Midwifery Manager

Nurse & Midwifery Manager mengoordinasikan pelayanan keperawatan dan kebidanan, termasuk Poliklinik, Rawat Inap, dan NICU. Fungsi ini mendukung pelaksanaan pelayanan keperawatan sesuai standar rumah sakit.

6) Marketing Manager

Marketing Manager bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran, promosi, serta hubungan eksternal rumah sakit. Fungsi ini mencakup komunikasi pemasaran dan pengembangan kerja sama dengan pihak luar.

7) FAT Manager

FAT Manager mengelola fungsi keuangan, akuntansi, dan perpajakan rumah sakit. Bidang ini mendukung pencatatan, pengendalian, serta pengelolaan keuangan perusahaan.

8) Human Capital Manager

Human Capital Manager bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya manusia, mulai dari perencanaan tenaga kerja, administrasi, remunerasi, hingga kesejahteraan karyawan.

9) Procurement Manager

Procurement Manager mengelola proses pengadaan dan persediaan barang yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan operasional rumah sakit. Fungsi ini mencakup *purchasing* dan *inventory*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

10) IT Manager

IT Manager bertanggung jawab mengelola teknologi dan sistem informasi yang mendukung kegiatan operasional rumah sakit, termasuk infrastruktur teknologi dan pengelolaan sistem informasi.

11) General Affairs Manager

General Affairs Manager menangani berbagai fungsi pendukung operasional, seperti Humas, Protokol, Security, Housekeeping, Sarana dan Prasarana, serta Rumah Tangga. Bidang ini mendukung kelancaran kegiatan umum rumah sakit.

12) Hubungan Koordinasi

Struktur organisasi Firdaus Hospital menunjukkan adanya pembagian kewenangan dan tanggung jawab yang berjenjang. Setiap bidang memiliki fungsi masing-masing dan tetap berkoordinasi untuk mendukung kegiatan rumah sakit. Struktur manajemen Firdaus Hospital juga menunjukkan keterhubungan antara jajaran manajemen rumah sakit dan PT Prisindo Mitra Utama sebagai bagian dari Firdaus Group

3.2 Profil Informan

Penetapan informan perlu mempertimbangkan kesesuaian antara karakteristik sumber informasi dan tujuan penelitian. Informan yang memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan terhadap objek kajian dapat memberikan informasi yang relevan dan membantu peneliti memahami fenomena secara lebih mendalam berdasarkan perspektif pihak yang terlibat langsung. Pemilihan informan secara purposif juga digunakan untuk memperoleh sumber informasi yang sesuai dengan

kebutuhan penelitian. Menurut Saleh (2023:49), subjek penelitian ditentukan secara sengaja untuk menjadi informan yang memberikan informasi sesuai kebutuhan penelitian. Informan perlu memiliki keterkaitan dengan objek yang dikaji agar informasi yang diberikan relevan dengan fokus penelitian. Pada penelitian ini, pengalaman dan keterlibatan informan dalam strategi *customer relations* Firdaus Hospital menjadi pertimbangan untuk memperoleh data yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap tiga orang informan yang telah ditetapkan berdasarkan kriteria penelitian. Kegiatan penelitian dilaksanakan di firdaus hospital Jl. Siak Blok J5/14, Kel. Sukapura, Kec. Cilincing, Jakarta Utara. Keempat informan tersebut dipilih karena memiliki pengetahuan dan keterlibatan yang berkaitan dengan strategi *customer relations* di Firdaus Hospital, sehingga diharapkan mampu memberikan informasi yang relevan dan kredibel sesuai dengan fokus penelitian. Berikut data informan yang terlibat dalam proses wawancara terkait strategi *customer relations* di Firdaus Hospital:

Tabel 3. 1 Profil Informan
(Sumber: Olahan Data Peneliti)

No	Keterangan	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1.	Informan 1	Keenan Azhar Pasha	*Head of Sales and Marketing*	3 Bulan
2.	Informan 2	Julnitta Friscilla	Tim Marketing	6 Bulan
3.	Informan 3	Richa Danuputri	*Graphic Designer*	2 Tahun
4.	Informan 4	Erisa Fitri	*Front Office*	8 Tahun

3.3 Hasil Temuan Penelitian

Peneliti memperoleh data melalui empat teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi. Penggunaan ketiga teknik tersebut disesuaikan dengan kebutuhan penelitian untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai strategi *customer relations* di Firdaus Hospital. Melalui wawancara mendalam, peneliti menggali pengalaman, pemahaman, serta informasi dari informan mengenai pelaksanaan *customer relations*. Peneliti melakukan observasi partisipasi pasif untuk mengamati kondisi dan aktivitas penelitian tanpa terlibat secara langsung. Observasi digital dilakukan melalui pengamatan terhadap informasi dan aktivitas pada media digital yang relevan. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan arsip, foto, dan dokumen yang berkaitan dengan fokus penelitian sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi. Keempat teknik tersebut digunakan secara saling melengkapi agar peneliti dapat memperoleh data yang lebih utuh dan mendukung kredibilitas hasil penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Peneliti menggali informasi melalui wawancara mendalam bersama beberapa informan yang memiliki pengalaman dan keterlibatan dalam pelaksanaan *customer relations* di Firdaus Hospital. Informan tersebut dipilih berdasarkan pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatannya dalam menjalankan dan mendukung hubungan antara rumah sakit dengan pasien maupun masyarakat. Keterangan yang diperoleh dari para informan digunakan untuk menggali secara lebih mendalam mengenai strategi *customer relations* yang diterapkan Firdaus Hospital dalam membangun serta mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis.

Berdasarkan hasil wawancara, informasi penelitian diarahkan pada berbagai bentuk strategi dan aktivitas customer relations yang dilakukan oleh Firdaus Hospital. Penggalian data mencakup proses membangun hubungan dengan masyarakat, cara rumah sakit memahami kebutuhan dan karakteristik pasien atau masyarakat, bentuk interaksi dan komunikasi yang dilakukan, serta upaya memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Peneliti juga mengkaji bagaimana rumah sakit mempertahankan hubungan yang telah terjalin melalui respons terhadap masukan maupun keluhan serta upaya menciptakan pengalaman pelayanan yang nyaman, ramah, dan kekeluargaan.

Hasil penelitian selanjutnya dianalisis berdasarkan model IDIC dari Peppers dan Rogers yang menjadi landasan dalam melihat strategi *customer relations* Firdaus Hospital. Model tersebut mencakup empat tahapan, yaitu:

1) *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan), yaitu upaya Firdaus Hospital mengenali dan memperoleh informasi mengenai pasien maupun masyarakat yang menjadi bagian dari hubungan dengan rumah sakit.
2) *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan), yaitu proses memahami perbedaan kebutuhan, karakteristik, dan tingkat kepentingan setiap pasien atau kelompok masyarakat yang berhubungan dengan rumah sakit.
3) *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan), yaitu bentuk komunikasi dan interaksi yang dilakukan Firdaus Hospital untuk membangun hubungan serta memperoleh umpan balik dari pasien dan masyarakat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4) *Customize* (Penyesuaian), yaitu upaya menyesuaikan pelayanan, komunikasi, dan bentuk hubungan berdasarkan kebutuhan serta karakteristik pasien atau masyarakat.

Keempat aspek tersebut menjadi dasar peneliti dalam menguraikan temuan mengenai *strategi customer* relations Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan humanis.

3.3.1 *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan)

Tahap *identify customers* menjadi langkah awal bagi Firdaus Hospital untuk mengenali masyarakat dan pasien yang berhubungan dengan layanan rumah sakit. Pengenalan tersebut tidak hanya berkaitan dengan identitas dasar pasien, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap informasi, kebutuhan, serta pengalaman yang muncul selama proses pelayanan. Pengetahuan mengenai pasien membantu rumah sakit memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pihak yang dilayani. Pemahaman tersebut kemudian dapat menjadi dasar bagi Firdaus Hospital dalam membangun hubungan yang lebih dekat dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Upaya mengenali pasien secara lebih baik juga mendukung terciptanya hubungan yang berkelanjutan karena rumah sakit dapat memberikan perhatian berdasarkan informasi dan pengalaman yang diperoleh dari interaksi sebelumnya.

Pengenalan terhadap pasien dan masyarakat dilakukan melalui berbagai bentuk interaksi yang terjadi selama proses pelayanan. Firdaus Hospital dapat memperoleh pemahaman mengenai pihak yang dilayani melalui informasi identitas, riwayat interaksi, kebutuhan pelayanan, maupun tanggapan yang

disampaikan selama berhubungan dengan rumah sakit. Berbagai informasi tersebut membantu rumah sakit mengenali pasien secara lebih spesifik serta memahami karakteristik dan kebutuhannya.

Upaya mengenali pasien tidak berhenti pada pengumpulan informasi identitas, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan rumah sakit mengingat dan memahami informasi yang diperoleh dari interaksi sebelumnya. Peppers dan Rogers menjelaskan bahwa tahap *identify* mengarahkan organisasi untuk mengenali pelanggan pada setiap titik kontak dan menghubungkan informasi yang tersedia sehingga terbentuk gambaran yang lebih lengkap mengenai pelanggan Strategi *identify* yang diterapkan Firdaus Hospital mencakup identifikasi kebutuhan masyarakat, pengelolaan informasi pasien, dan pemanfaatan riwayat interaksi.

1) Identifikasi Kebutuhan Masyarakat

Strategi *customer relations* pada tahap *identify* Firdaus Hospital terlihat dari upaya rumah sakit mengenali kebutuhan masyarakat melalui interaksi yang dilakukan selama proses pelayanan. Rumah sakit berupaya memahami kebutuhan pasien maupun masyarakat yang datang dengan memperhatikan informasi dan respons yang muncul selama berinteraksi. Pengenalan terhadap kebutuhan tersebut menjadi bagian penting bagi Firdaus Hospital untuk memberikan pelayanan yang sesuai serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

Identifikasi kebutuhan masyarakat pada Firdaus Hospital dilakukan melalui pengamatan terhadap respons masyarakat terhadap layanan dan informasi kesehatan yang ditawarkan. Respons tersebut dapat terlihat melalui penerimaan masyarakat terhadap berbagai promosi layanan kesehatan, baik secara online

maupun melalui kegiatan yang dilakukan secara langsung. Rumah sakit juga berupaya memperoleh gambaran mengenai kebutuhan kesehatan masyarakat melalui kegiatan *screening* yang dilaksanakan bersama lingkungan setempat. Upaya tersebut menunjukkan bahwa proses mengenali kebutuhan masyarakat tidak hanya dilakukan melalui media komunikasi, tetapi juga melalui keterlibatan langsung untuk melihat kondisi dan respons masyarakat. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menjelaskan bahwa:

> Secara manajerial, kami melihat respons masyarakat dari berbagai bentuk promosi. Firdaus Hospital ini cukup unik karena berada di tengah kawasan permukiman, jadi kami bisa lebih dekat dengan warga. Kami menyebutnya *touch the ground*, yaitu turun langsung dan berinteraksi dengan masyarakat. Biasanya kami mengadakan sosialisasi, lalu tim marketing dan sales ngobrol langsung untuk mengetahui kebutuhan atau keluhan mereka. Karena banyak warga sekitar yang sudah cukup berumur, kebutuhannya sering berkaitan dengan paru, jantung, dan tulang. Kami juga melihat respons promo online dan tren pasien setiap bulan untuk menyesuaikan promosi, termasuk kegiatan *screening* seperti pemeriksaan mata atau katarak. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital menerapkan tahap *identify* melalui pengamatan terhadap respons masyarakat, tren kunjungan pasien, serta interaksi langsung bersama lingkungan sekitar. Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa proses *identify* di Firdaus Hospital dilakukan melalui kombinasi interaksi langsung dan pemantauan respons masyarakat. Kedekatan dengan lingkungan sekitar dimanfaatkan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keluhan warga, kemudian diperkuat melalui data respons promosi serta tren pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa identifikasi kebutuhan tidak hanya berorientasi pada kegiatan promosi, tetapi menjadi dasar bagi rumah

sakit untuk menyesuaikan program dan layanan berdasarkan kondisi m asyarakat yang ditemukan di lapangan.

Identifikasi kebutuhan masyarakat juga dilakukan melalui kegiatan langsung bersama lingkungan sekitar dan fasilitas kesehatan setempat. Firdaus Hospital menyesuaikan bentuk kegiatan berdasarkan kebutuhan yang ditemukan di lapangan, termasuk menentukan layanan atau dokter spesialis yang sesuai. Kegiatan tersebut sekaligus menjadi sarana bagi rumah sakit untuk memperkenalkan layanan dan membangun relasi dengan masyarakat sekitar. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Biasanya kami berkoordinasi dengan warga sekitar, seperti RT/RW, klinik, dan Puskesmas untuk melakukan fiksasi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut menjadi pertimbangan dalam menentukan kegiatan, seperti *screening* atau sosialisasi kesehatan. Jika suatu wilayah membutuhkan layanan tertentu, kami dapat menyesuaikannya, termasuk mendatangkan dokter spesialis ke lokasi. Kegiatan ini dilakukan secara online maupun offline sekaligus untuk memperkenalkan Firdaus Hospital dan membangun relasi dengan masyarakat. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, penerapan tahap *identify* di Firdaus Hospital berlangsung melalui proses pengenalan kebutuhan yang bersifat kontekstual. Firdaus Hospital tidak hanya mengidentifikasi kebutuhan berdasarkan karakteristik layanan yang dimiliki, tetapi juga mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan masyarakat yang ditemukan melalui interaksi langsung di lapangan. Penyesuaian kegiatan maupun layanan spesialis berdasarkan kebutuhan tersebut menunjukkan adanya upaya untuk menempatkan informasi dari masyarakat sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan bentuk pelayanan.

Proses *identify* di Firdaus Hospital dilakukan dengan memetakan kebutuhan pasien dan potensi layanan yang dimiliki. Informasi tersebut menjadi pertimbangan dalam menentukan layanan yang relevan untuk dikomunikasikan kepada masyarakat, baik berdasarkan kebutuhan pasien maupun keunggulan fasilitas rumah sakit. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Untuk mengidentifikasi kebutuhan pasien, kami melihat kondisi dan peluang yang ada melalui analisis SWOT. Kami melihat keunggulan layanan yang dimiliki serta peluang rujukan dari klinik dan Puskesmas. Dari situ kami dapat mengetahui kebutuhan pasien, misalnya dokter spesialis anak, layanan imunisasi, dan tumbuh kembang atau sebaliknya, ketika ada fasilitas unggulan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, kami menonjolkannya, seperti CT Scan dan layanan *Shock Wave Therapy* (SWT) pada unit rehabilitasi medik. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, tahap *identify* dilakukan dengan memadukan pemahaman terhadap kebutuhan pasien dan pemetaan kemampuan layanan rumah sakit. Kebutuhan yang ditemukan menjadi pertimbangan dalam menentukan layanan yang dikomunikasikan, sementara fasilitas unggulan dimanfaatkan untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Proses ini memperlihatkan bahwa identifikasi kebutuhan tidak hanya menghasilkan informasi, tetapi menjadi dasar bagi Firdaus Hospital dalam menentukan layanan yang relevan bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital, kebutuhan masyarakat dikenali melalui informasi yang diperoleh dari interaksi dengan warga, RW, Posyandu Lansia, Puskesmas, dan klinik. Informasi tersebut berkaitan dengan kebutuhan layanan kesehatan yang berkembang di masyarakat, seperti dokter

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

spesialis anak, imunisasi, tumbuh kembang, serta layanan kesehatan lainnya. Pihak rumah sakit juga memperhatikan respons masyarakat terhadap kegiatan dan promosi yang dilakukan sebagai informasi tambahan mengenai kebutuhan layanan yang sedang muncul.

Informasi mengenai kebutuhan masyarakat tersebut kemudian berkaitan dengan layanan yang dimiliki dan dapat dikomunikasikan oleh Firdaus Hospital. Hasil wawancara menunjukkan bahwa rumah sakit turut memperhatikan fasilitas yang tersedia, seperti CT Scan dan *Shock Wave Therapy* (SWT) pada rehabilitasi medik, ketika layanan tersebut memiliki keterkaitan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, Firdaus Hospital memiliki berbagai layanan spesialis dan penunjang, termasuk Poliklinik Anak, Rehabilitasi Medik, serta Radiologi dan CT Scan.



Gambar 3.3 Identifikasi Kondisi dan Kebutuhan Kesehatan Lansia melalui Skrining Mata
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar tersebut memperlihatkan upaya Firdaus Hospital dalam mengenali kebutuhan kesehatan masyarakat, khususnya kelompok lanjut usia. Temuan dari kegiatan tersebut dapat memberikan gambaran mengenai kebutuhan kesehatan yang terdapat pada kelompok lansia, termasuk kebutuhan pemeriksaan lebih lanjut bagi peserta yang menunjukkan indikasi gangguan penglihatan. Kegiatan tersebut

menjadi bentuk interaksi langsung dengan masyarakat untuk mengenali kondisi dan kebutuhan kesehatan mereka, sekaligus memberikan layanan serta rekomendasi rujukan sesuai hasil pemeriksaan.

2) Pengelolaan Informasi Pasien

Strategi *customer relations* pada tahap *identify* juga terlihat dari upaya Firdaus Hospital mengelola informasi pasien sebagai bagian dari proses mengenali pihak yang dilayani. Informasi yang diperoleh melalui proses pelayanan menjadi sumber bagi rumah sakit untuk memahami kebutuhan, riwayat, serta respons pasien. Pengelolaan informasi tersebut membantu rumah sakit memberikan layanan yang lebih sesuai sekaligus mendukung terbentuknya hubungan yang berkelanjutan dengan pasien.

Pengelolaan informasi pasien dilakukan melalui berbagai titik interaksi, mulai dari pendaftaran, pelayanan kesehatan, hingga komunikasi melalui *customer care* dan penyampaian kritik maupun pengaduan. Informasi tersebut dapat menjadi bahan bagi rumah sakit untuk memahami kondisi dan kebutuhan pasien secara lebih menyeluruh. Upaya tersebut menunjukkan bahwa proses *identify* tidak hanya berkaitan dengan mengenali pasien, tetapi juga mengelola informasi yang diperoleh dari setiap interaksi sebagai dasar untuk memahami pasien secara lebih personal. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Untuk pengelolaan informasi pasien, kami melihat karakteristik pasien dari data yang dimiliki, seperti usia dan jenis jaminan yang digunakan. Pasien di Firdaus Hospital terdiri dari pengguna JKN, pasien umum, dan asuransi. Data tersebut menjadi bagian dari proses pendaftaran dan pelayanan pasien. Untuk pasien JKN, misalnya, terdapat alur pendaftaran dan pendataan tersendiri yang dibantu oleh petugas *patient experience*, sehingga informasi pasien

> dapat tercatat dan dikelola sesuai kebutuhan pelayanan. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital mengelola informasi pasien sejak proses pendaftaran dan pelayanan. Data seperti usia dan jenis jaminan membantu rumah sakit mengenali karakteristik pasien serta menjadi bagian dari pendataan untuk memahami kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan adanya alur pendaftaran berdasarkan JKN maupun umum/asuransi di Firdaus Hospital.

Pengelolaan informasi pasien juga dilakukan dengan menindaklanjuti informasi mengenai kondisi atau diagnosis yang ditemukan selama pelayanan. Informasi tersebut menjadi dasar untuk menentukan kebutuhan penanganan lebih lanjut dan keterlibatan dokter yang sesuai. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau dari informasi pasien diketahui ada diagnosis lain, informasi tersebut bisa ditindaklanjuti melalui rawat bersama atau raber. Jadi, pasien dapat ditangani oleh DPJP awal bersama dokter spesialis yang sesuai dengan kondisi atau diagnosis lainnya. Informasi tersebut menjadi dasar untuk menentukan dokter yang perlu terlibat dalam penanganan pasien. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, informasi mengenai kondisi pasien digunakan untuk menentukan tindak lanjut pelayanan. Ketika ditemukan diagnosis lain, informasi tersebut menjadi dasar untuk melibatkan dokter spesialis melalui rawat bersama. Hal ini memperlihatkan bahwa pengelolaan informasi pasien pada tahap *identify* tidak berhenti pada pencatatan kondisi pasien, tetapi digunakan untuk memahami kebutuhan penanganan dan menentukan pihak

yang sesuai dalam pelayanan. Pelaksanaan rawat bersama juga memungkinkan keterlibatan lebih dari satu DPJP sesuai kondisi pasien.

Informasi riwayat pelayanan juga dimanfaatkan untuk mengenali kebutuhan pasien terhadap layanan kesehatan yang lebih lanjut. Data pemeriksaan dan riwayat konsultasi membantu rumah sakit melihat kebutuhan pasien terhadap dokter spesialis lain, sehingga informasi tersebut dapat menjadi dasar untuk menentukan tindak lanjut pelayanan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Dari rekam medis, kami bisa melihat riwayat konsultasi pasien dan mengetahui jika pasien membutuhkan lebih dari satu dokter spesialis. Misalnya, setelah konsultasi ke dokter saraf, pasien ternyata juga membutuhkan dokter jantung. Jadi, dari data dan riwayat pelayanan yang tercatat, kami bisa mengetahui kebutuhan pasien terhadap layanan spesialis lainnya. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, riwayat pemeriksaan dan konsultasi pasien menjadi sumber informasi untuk mengenali kebutuhan layanan kesehatan lebih lanjut. Informasi yang tercatat dalam rekam medis dapat membantu rumah sakit melihat kondisi pasien secara lebih menyeluruh dan menentukan kebutuhan dokter spesialis yang sesuai. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pengelolaan informasi pada tahap *identify* tidak berhenti pada pencatatan data, tetapi digunakan sebagai dasar untuk memahami kebutuhan pasien dan menentukan tindak lanjut pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi secara keseluruhan di lapangan pengelolaan informasi pasien pada tahap *identify* di Firdaus Hospital dilakukan melalui informasi yang diperoleh sejak proses pendaftaran hingga pelayanan kesehatan.

Data pasien seperti usia, jenis jaminan, diagnosis, serta riwayat pemeriksaan menjadi bagian dari informasi yang digunakan untuk mengenali karakteristik dan kondisi pasien. Pengelolaan tersebut juga terlihat dari adanya alur pelayanan bagi pasien JKN, umum, maupun asuransi, serta pendampingan pada proses pendaftaran tertentu. Informasi yang terkumpul membantu rumah sakit memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pasien yang dilayani.

Pengelolaan informasi juga dilakukan melalui pemanfaatan riwayat pelayanan untuk mengenali kebutuhan pasien terhadap layanan lebih lanjut. Riwayat pemeriksaan dan diagnosis dapat menunjukkan kebutuhan pasien terhadap lebih dari satu dokter spesialis, yang kemudian ditindaklanjuti melalui *rawat bersama* (*raber*) atau rujukan sesuai kondisi pasien. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi pasien tidak hanya dicatat, tetapi juga dimanfaatkan. Hal ini sejalan dengan fungsi rekam medis yang memuat informasi pemeriksaan, diagnosis, pengobatan, tindakan, serta rencana tindak lanjut pelayanan kesehatan.



Gambar 3.4 Proses Pendaftaran Pasien di Firdaus Hospital
(Sumber : Observasi Langsung)

Gambar di atas menunjukkan proses pengelolaan informasi pasien di Firdaus Hospital melalui tahapan pendaftaran. Proses tersebut menjadi titik awal bagi

rumah sakit untuk memperoleh dan mencatat informasi pasien sebelum mendapatkan pelayanan kesehatan. Temuan ini memperlihatkan penerapan tahap *identify customers* melalui pengelolaan informasi pasien sejak proses pendaftaran hingga pencatatan riwayat pelayanan sebagai dasar untuk mengenali pasien dan mendukung proses pelayanan berikutnya.

3) Pemanfaatan Riwayat Interaksi

Strategi *customer relations* pada tahap *identify* Firdaus Hospital juga terlihat melalui pemanfaatan riwayat interaksi pasien selama menerima pelayanan. Informasi dari kunjungan dan pemeriksaan sebelumnya dapat menjadi sumber bagi rumah sakit untuk memahami kondisi serta kebutuhan pasien secara lebih menyeluruh. Riwayat tersebut membantu menghubungkan informasi yang diperoleh dari interaksi sebelumnya dengan pelayanan yang diberikan pada kunjungan berikutnya.

Pemanfaatan riwayat interaksi dilakukan melalui informasi mengenai kunjungan, pemeriksaan, diagnosis, dan konsultasi pasien yang tercatat selama proses pelayanan. Informasi tersebut dapat membantu rumah sakit mengetahui kebutuhan pasien terhadap layanan atau dokter spesialis lain, termasuk ketika pasien membutuhkan penanganan lebih lanjut melalui *rawat bersama*. Penggunaan riwayat pelayanan menunjukkan bahwa tahap *identify* tidak berhenti pada pengenalan pasien, tetapi juga memanfaatkan informasi dari interaksi sebelumnya sebagai dasar untuk memahami kebutuhan pasien pada pelayanan berikutnya. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menjelaskan bahwa:

> Hal ini tidak hanya berlaku untuk pasien umum atau asuransi, tetapi juga pasien atau mitra yang sudah kami kenal. Tim kami membangun relasi dengan komunitas dan perusahaan, sehingga ketika mereka datang kembali, kami dapat memberikan pendampingan sesuai hubungan yang sudah terjalin. Kalau pasien menjalani perawatan beberapa hari, saya atau tim juga akan datang langsung untuk menanyakan kabar, memastikan pelayanan berjalan lancar, dan mengetahui apakah ada keluhan. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, riwayat hubungan dengan pasien maupun mitra dimanfaatkan sebagai dasar untuk memberikan pendampingan pada interaksi berikutnya. Pengenalan terhadap pihak yang sudah pernah berinteraksi membuat pelayanan dapat dilakukan secara lebih personal dan berkelanjutan. Pola ini sejalan dengan tahap *identify* yang menekankan pengenalan pelanggan pada setiap titik kontak serta pengaitan informasi dari interaksi sebelumnya.

Interaksi dengan pasien tidak hanya dilakukan ketika proses pelayanan berlangsung, tetapi juga dilanjutkan melalui kegiatan yang memungkinkan rumah sakit memperoleh informasi mengenai pengalaman dan tanggapan pasien setelah menerima pelayanan. Informasi yang diperoleh dari interaksi tersebut dapat menjadi bagian dari pemahaman rumah sakit terhadap pasien dan hubungan yang telah terjalin sebelumnya. Pemanfaatan berbagai titik interaksi ini juga membantu rumah sakit menjaga kesinambungan hubungan dengan pasien. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau untuk survei kepuasan pasien, kami tidak hanya memberikan barcode lalu meminta pasien mengisi sendiri. Biasanya ada tim yang ikut duduk dan ngobrol langsung, menanyakan bagaimana pengalaman mereka selama di rumah sakit dan apakah ada hal yang perlu diperbaiki. Jadi, dari interaksi itu kami tidak hanya mendapatkan hasil survei, tetapi juga bisa lebih mengenal

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

> pasien dan membangun hubungan. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, informasi dari interaksi dengan pasien tidak hanya dikumpulkan, tetapi juga dihubungkan untuk membangun pemahaman yang lebih utuh mengenai pasien. Pola ini sejalan dengan tahap *identify* yang menekankan pengaitan informasi dari berbagai titik kontak pelanggan.

Interaksi yang terjalin dengan pasien juga dapat memberikan pengalaman yang kemudian dibagikan kepada orang lain melalui komunikasi langsung maupun media sosial. Pengalaman tersebut menjadi bagian dari jejak hubungan pasien dengan rumah sakit yang secara tidak langsung membantu memperkenalkan layanan Firdaus Hospital kepada masyarakat yang lebih luas. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Kalau orang datang ke sini, salah satunya karena *the power of mouth*, dari cerita atau rekomendasi pasien kepada orang lain. Selain itu, ada juga *the power of social media*. Misalnya, pasien membagikan pengalamannya di Instagram dan merekomendasikan Firdaus Hospital karena merasa pelayanannya bagus dan dokternya komunikatif. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, pengalaman pasien dari interaksi sebelumnya dapat menjadi sumber rekomendasi kepada masyarakat lain melalui komunikasi langsung maupun media sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa pengalaman pasien turut memperluas hubungan rumah sakit dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital, informasi dari interaksi sebelumnya turut digunakan untuk mengenali pasien pada pelayanan berikutnya. Riwayat kunjungan, konsultasi, pemeriksaan, dan komunikasi menjadi informasi yang membantu mengetahui pengalaman serta kebutuhan pasien. Informasi tersebut dapat digunakan kembali saat pasien menerima pelayanan berikutnya agar kebutuhan yang berkaitan dengan riwayat pelayanan sebelumnya tetap diperhatikan.

Penggunaan riwayat interaksi juga berkaitan dengan penentuan kebutuhan pelayanan pasien pada kunjungan berikutnya. Informasi mengenai hasil konsultasi, pemeriksaan, dan kondisi pasien dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan pelayanan lanjutan, termasuk kebutuhan terhadap dokter spesialis tertentu, rawat bersama, maupun rujukan. Informasi yang diperoleh dari pelayanan sebelumnya tetap digunakan dalam proses pelayanan berikutnya sebagai bagian dari upaya Firdaus Hospital mengenali pasien dan kebutuhan pelayanannya secara berkelanjutan.

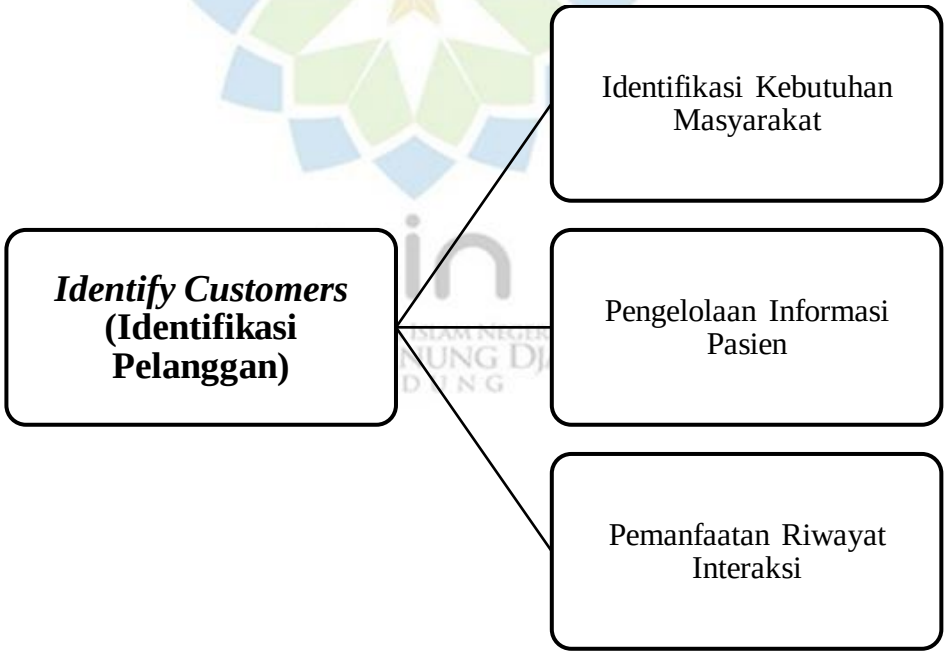
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI



Gambar 3. 3 Pelayanan Kesehatan Bersama Warga Masjid Baiturrahman
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar di atas memperlihatkan keterlibatan Firdaus Hospital dalam pelayanan kesehatan bersama warga Masjid Baiturrahman Komplek Bea Cukai. Firdaus Hospital berinteraksi secara langsung dengan masyarakat dan memperoleh pengalaman pelayanan bersama warga yang telah berhubungan dengan Firdaus Hospital. Informasi yang diperoleh dari interaksi tersebut menjadi bagian dari pengalaman pelayanan yang dapat dikenali kembali pada interaksi berikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, peneliti menemukan tiga bagian dalam proses *identify customers* Firdaus Hospital, yaitu identifikasi kebutuhan masyarakat, pengelolaan informasi pasien, dan pemanfaatan riwayat interaksi.



Gambar 3. 4 Bagan *Identify Customers*
(Sumber: Data Olahan Peneliti)

Bagan di atas menggambarkan tiga bagian dalam strategi *identify customers* yang dilakukan oleh Firdaus Hospital, yaitu identifikasi kebutuhan masyarakat, pengelolaan informasi pasien, dan pemanfaatan riwayat interaksi. Ketiganya

diperoleh melalui berbagai informasi yang berkaitan dengan masyarakat dan pasien, baik melalui interaksi langsung, proses pelayanan, maupun kegiatan yang terdokumentasi. Ketiga bagian tersebut menjadi gambaran mengenai proses Firdaus Hospital dalam mengenali masyarakat dan pasien yang berinteraksi dengan rumah sakit.

Pada identifikasi kebutuhan masyarakat, informasi diperoleh melalui interaksi dengan warga, RW, Posyandu Lansia, Puskesmas, dan klinik. Informasi yang ditemukan berkaitan dengan kebutuhan layanan seperti dokter spesialis anak, imunisasi, tumbuh kembang, serta layanan kesehatan lainnya. Firdaus Hospital juga memiliki berbagai layanan yang dapat berkaitan dengan kebutuhan tersebut, termasuk Klinik Anak, Rehabilitasi Medik, serta Radiologi dan CT Scan.

Pengelolaan informasi pasien berkaitan dengan informasi yang diperoleh selama proses pelayanan, seperti konsultasi, pemeriksaan, kondisi pasien, serta kebutuhan terhadap layanan tertentu. Informasi tersebut digunakan dalam proses pelayanan yang dijalani pasien, termasuk ketika pasien membutuhkan dokter spesialis, pemeriksaan lanjutan, maupun layanan lainnya. Firdaus Hospital menyediakan berbagai poliklinik spesialis dan layanan penunjang yang berkaitan dengan kebutuhan pasien.

Pemanfaatan riwayat interaksi berkaitan dengan informasi yang diperoleh dari kunjungan, konsultasi, pemeriksaan, dan komunikasi sebelumnya. Informasi tersebut kembali ditemukan dalam pelayanan berikutnya, terutama ketika pasien membutuhkan pelayanan lanjutan, dokter spesialis tertentu, rawat bersama, atau

rujukan. Riwayat interaksi menjadi bagian dari informasi yang digunakan dalam mengenali pasien pada proses pelayanan selanjutnya.

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh, *identify customers* pada Firdaus Hospital mencakup tiga bagian utama, yaitu identifikasi kebutuhan masyarakat, pengelolaan informasi pasien, dan pemanfaatan riwayat interaksi. Identifikasi kebutuhan masyarakat terlihat dari informasi yang diperoleh melalui hubungan dengan berbagai pihak di sekitar rumah sakit. Pengelolaan informasi pasien terlihat dari penggunaan informasi yang berkaitan dengan proses pelayanan, sedangkan pemanfaatan riwayat interaksi terlihat dari penggunaan kembali informasi kunjungan, konsultasi, pemeriksaan, dan komunikasi sebelumnya dalam pelayanan pasien berikutnya.

3.3.2 *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan)

Tahap *differentiate customers* menjadi langkah lanjutan bagi Firdaus Hospital setelah memperoleh informasi mengenai pasien melalui proses *identify customers*. Informasi yang telah diperoleh kemudian dapat digunakan untuk melihat perbedaan karakteristik dan kebutuhan setiap pasien. Perbedaan tersebut menjadi pertimbangan bagi rumah sakit dalam menentukan bentuk pelayanan, komunikasi, maupun pendampingan yang sesuai. Berdasarkan hal tersebut pelayanan tidak diberikan secara seragam, tetapi mempertimbangkan kondisi dan karakteristik pasien yang dihadapi.

Perbedaan karakteristik pasien di Firdaus Hospital dapat terlihat dari status penjaminan, usia, serta hubungan pasien dengan rumah sakit. Setiap kelompok memiliki kebutuhan dan kondisi pelayanan yang berbeda, sehingga rumah sakit

menerapkan alur maupun bentuk perhatian yang disesuaikan. Pembedaan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif, tetapi juga terlihat pada cara rumah sakit memberikan informasi dan pendampingan kepada pasien.

Peppers dan Rogers menjelaskan bahwa tahap *differentiate customers* dilakukan dengan memahami perbedaan pelanggan berdasarkan nilai dan kebutuhan, sehingga organisasi dapat menentukan cara memperlakukan pelanggan secara berbeda sesuai karakteristiknya. Berdasarkan temuan penelitian, strategi *differentiate customers* yang diterapkan Firdaus Hospital mencakup Diferensiasi Berdasarkan Status Penjaminan Pasien, Diferensiasi Berdasarkan Karakteristik Usia Pasien, dan Diferensiasi Berdasarkan Hubungan dan Kebutuhan Pendampingan Pasien.

1) Diferensiasi Berdasarkan Status Penjaminan Pasien

Diferensiasi pasien di Firdaus Hospital salah satunya terlihat berdasarkan status penjaminan yang digunakan pasien. Perbedaan antara pasien umum, asuransi, dan BPJS Kesehatan menjadi pertimbangan dalam menentukan alur pendaftaran serta fasilitas yang digunakan selama proses awal pelayanan. Pembagian tersebut dilakukan agar kebutuhan administratif masing-masing kelompok pasien dapat ditangani melalui mekanisme yang sesuai

Penerapan diferensiasi berdasarkan status penjaminan terlihat dari penyediaan jalur pendaftaran yang berbeda bagi setiap kelompok pasien. Pasien umum dan asuransi memiliki loket serta area lobi pendaftaran tersendiri, sedangkan pasien BPJS Kesehatan menggunakan alur pendaftaran melalui Mobile JKN maupun fasilitas khusus BPJS yang tersedia di rumah sakit. Perbedaan tersebut

menunjukkan adanya pengelompokan pasien berdasarkan karakteristik penjaminan untuk mendukung proses pelayanan yang lebih terarah. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Rumah sakit menyediakan dua area pendaftaran yang terpisah. Pasien umum dan asuransi memiliki loket serta area lobi pendaftaran tersendiri yang berfungsi sebagai jalur cepat (*fast track*). Sementara itu, pasien BPJS Kesehatan dapat melakukan pendaftaran melalui aplikasi Mobile JKN atau menggunakan alat pendaftaran khusus BPJS yang tersedia di area khusus. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital menerapkan diferensiasi pasien berdasarkan status penjaminan melalui perbedaan alur pendaftaran. Pembedaan tersebut tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga menjadi bentuk penyesuaian pelayanan terhadap karakteristik dan kebutuhan masing-masing kelompok pasien. Hal ini sejalan dengan model *differentiate customers* Peppers dan Rogers yang menekankan pemahaman terhadap perbedaan pelanggan sebagai dasar dalam menentukan perlakuan yang sesuai.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Perbedaan status penjaminan juga menjadi pertimbangan Firdaus Hospital dalam memberikan bentuk pendampingan kepada pasien. Pasien umum dan asuransi dikategorikan sebagai pasien VIP karena frekuensi kedatangannya relatif lebih sedikit, tetapi memiliki nilai transaksi yang lebih besar. Pasien pada kategori tersebut mendapatkan pendampingan khusus dari tim *Patient Care*. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau pasien umum dan asuransi, kami kategorikan sebagai pasien VIP karena biasanya frekuensi kedatangannya tidak terlalu sering, tetapi nilai transaksinya cukup besar. Jadi, untuk pasien seperti ini ada pendampingan

> khusus dari tim *Patient Care*, supaya kebutuhan mereka selama mendapatkan pelayanan di rumah sakit bisa lebih diperhatikan. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital membedakan pasien berdasarkan status penjaminan sekaligus nilai yang diberikan kepada rumah sakit. Pemberian pendampingan khusus melalui tim *patient care* menunjukkan adanya perlakuan yang disesuaikan dengan karakteristik kelompok pasien tersebut. Hal ini sejalan dengan model *differentiate customers* Peppers dan Rogers yang menempatkan perbedaan nilai pelanggan sebagai dasar dalam menentukan prioritas pelayanan dan pengelolaan hubungan pelanggan.

Perbedaan status penjaminan pasien juga terlihat pada penanganan pasien yang mengalami kecelakaan. Firdaus Hospital menyesuaikan alur penjaminan berdasarkan jenis kecelakaan dan pihak yang memberikan jaminan. Pembedaan tersebut menjadi bagian dari upaya rumah sakit dalam mengelompokkan pasien berdasarkan kondisi dan kebutuhan administrasi pelayanan. Penjelasan hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer,* yang menyatakan bahwa:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
BANDUNG

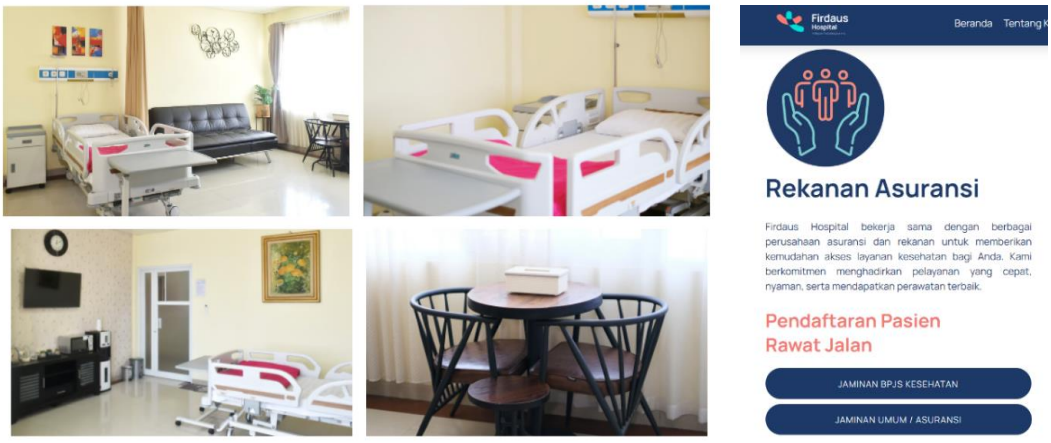
> Kalau untuk pasien yang mengalami kecelakaan, alur penjaminannya kami sesuaikan dengan jenis kecelakaan dan kepesertaannya. Jadi, tidak selalu menggunakan BPJS Kesehatan seperti pasien pada umumnya. Untuk kecelakaan lalu lintas bisa diarahkan ke Jasa Raharja, sedangkan kalau berkaitan dengan kecelakaan kerja dapat menggunakan BPJS Ketenagakerjaan. Jadi, penjaminannya disesuaikan dengan kondisi dan jenis kecelakaan pasien. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital melakukan diferensiasi berdasarkan status dan kondisi penjaminan pasien.

Perbedaan alur tersebut membuat proses pelayanan dapat disesuaikan dengan pihak penjamin serta kebutuhan administratif pasien. Pembedaan ini sejalan dengan model *differentiate customers* yang menempatkan perbedaan kebutuhan dan karakteristik pelanggan sebagai dasar dalam menentukan perlakuan yang sesuai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital, status penjaminan menjadi salah satu aspek yang digunakan dalam membedakan pasien. Perbedaan tersebut terlihat pada kategori pasien umum, asuransi, BPJS Kesehatan, maupun pasien dengan bentuk penjaminan tertentu yang memiliki alur pelayanan masing-masing. Perbedaan status penjaminan tersebut berkaitan dengan proses pendaftaran, mekanisme administrasi, serta informasi yang perlu diperhatikan selama pasien memperoleh pelayanan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa perbedaan status penjaminan memengaruhi kebutuhan pendampingan pasien, terutama terkait ketentuan dan proses administrasi. Informasi dan pendampingan diberikan sesuai kondisi penjaminan masing-masing pasien. Firdaus Hospital bekerja sama dengan berbagai asuransi serta menyediakan pendaftaran BPJS Kesehatan dan umum/asuransi.



Gambar 3. 5 Informasi Rekanan Asuransi
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar di atas memperlihatkan informasi mengenai rekanan asuransi dan fasilitas rawat inap VIP yang tersedia di Firdaus Hospital. Informasi tersebut menggambarkan adanya perbedaan kategori penjaminan pasien, khususnya melalui layanan yang dapat diakses oleh pasien dengan jaminan umum maupun asuransi. Selain itu, tersedianya pilihan kelas rawat inap, termasuk ruang VIP, memperlihatkan adanya variasi layanan yang dapat dipilih sesuai dengan ketentuan penjaminan dan kebutuhan pasien.

2) Diferensiasi Berdasarkan Karakteristik Usia Pasien

Diferensiasi pasien di Firdaus Hospital juga terlihat berdasarkan karakteristik usia pasien. Perbedaan usia menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan cara penyampaian informasi dan bentuk komunikasi selama proses pelayanan. Pembedaan tersebut dilakukan agar informasi yang diberikan dapat disampaikan sesuai dengan kemampuan pasien dalam menerima dan memahami informasi medis.

Karakteristik usia pasien menjadi dasar bagi tim medis untuk menyesuaikan cara berkomunikasi, terutama antara pasien usia muda dan pasien lanjut usia. Penyesuaian tersebut terlihat dari perbedaan kecepatan, cara penyampaian, serta perhatian yang diberikan kepada masing-masing kelompok usia. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau dari cara penyampaian informasi, kami menyesuaikannya dengan usia dan daya tangkap pasien. Untuk pasien yang lebih muda atau milenial, biasanya informasi disampaikan lebih cepat dan ringkas. Sementara untuk pasien lansia, kami menyampaikannya lebih pelan dan halus, karena biasanya membutuhkan perhatian lebih atau *extra care* supaya informasi yang diberikan bisa benar-benar dipahami. (Wawancara dengan Keenan Azhar

> Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital membedakan pelayanan berdasarkan karakteristik usia pasien, khususnya pada cara penyampaian informasi medis. Penyesuaian komunikasi tersebut memperlihatkan bahwa kebutuhan pasien tidak diperlakukan secara seragam, tetapi disesuaikan dengan kemampuan menerima informasi. Hal ini sejalan dengan model *differentiate customers* dan Rogers yang menekankan pentingnya memahami perbedaan kebutuhan pelanggan sebagai dasar untuk memberikan perlakuan yang sesuai.

Karakteristik usia menjadi salah satu dasar Firdaus Hospital dalam membedakan kelompok pasien. Pasien lansia memiliki karakteristik kebutuhan layanan yang berbeda, terutama pada layanan paru, jantung, dan tulang. Hal tersebut menunjukkan adanya diferensiasi berdasarkan kebutuhan kelompok pasien, sebagaimana model *differentiate customers* Peppers dan Rogers. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

> Karena rumah sakit berada di lingkungan yang sebagian besar masyarakatnya berusia lanjut, pasien lansia menjadi salah satu kelompok pasien yang cukup banyak kami temui. Kelompok pasien ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan pasien usia muda, terutama dari jenis layanan kesehatan yang banyak digunakan, seperti layanan paru, jantung, dan tulang. Jadi, pasien lansia dapat dibedakan sebagai kelompok pasien dengan karakteristik dan kebutuhan layanan kesehatan yang lebih spesifik. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, usia menjadi dasar untuk membedakan karakteristik kelompok pasien di Firdaus Hospital. Pasien lansia memiliki karakteristik kebutuhan layanan yang lebih spesifik dibandingkan

kelompok usia lainnya, terutama pada layanan paru, jantung, dan tulang. Pembedaan berdasarkan kebutuhan tersebut sejalan dengan model *differentiate customers* Peppers & Rogers yang menekankan pengelompokan pelanggan berdasarkan perbedaan kebutuhan agar dapat diperlakukan secara berbeda.

Perbedaan karakteristik usia juga terlihat dari adanya layanan kesehatan yang ditujukan secara khusus bagi kelompok lansia. Kelompok tersebut memiliki karakteristik kesehatan yang berbeda sehingga dapat ditempatkan sebagai kategori pasien dengan kebutuhan layanan tertentu. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Untuk kelompok lansia, kami juga memiliki kegiatan kesehatan yang memang ditujukan khusus untuk mereka, salah satunya pemeriksaan mata dan skrining katarak yang dilakukan bersama Posyandu Lansia di tingkat RW. Kegiatan seperti ini menjadi bagian dari layanan yang ditujukan kepada kelompok usia lanjut karena masalah kesehatan mata dan katarak lebih banyak berkaitan dengan karakteristik usia tersebut. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, pasien lansia diposisikan sebagai kelompok pasien dengan karakteristik kebutuhan kesehatan yang lebih spesifik. Adanya layanan yang ditujukan kepada kelompok usia lanjut memperlihatkan bahwa karakteristik usia menjadi salah satu dasar dalam membedakan kebutuhan pasien. Hal tersebut sejalan dengan model *differentiate customers* Peppers dan Rogers yang menekankan pengelompokan pelanggan berdasarkan perbedaan kebutuhan sebagai dasar untuk memperlakukan pelanggan secara berbeda.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital dan hasil observasi di lapangan, karakteristik usia menjadi salah satu aspek yang terlihat dalam pengelompokan kebutuhan pasien. Informan menjelaskan bahwa kelompok lansia memiliki kebutuhan kesehatan yang cukup spesifik, terutama berkaitan dengan layanan paru, jantung, dan tulang. Hal tersebut juga terlihat dari kegiatan pelayanan kesehatan yang dilakukan bersama kelompok lansia, seperti pemeriksaan kesehatan dan skrining mata yang melibatkan warga lanjut usia. Firdaus Hospital juga menyediakan layanan yang berkaitan dengan kebutuhan tersebut, antara lain Poliklinik Paru dan Pernapasan, Jantung, serta Orthopedi dan Traumatologi.

Perbedaan karakteristik usia juga terlihat dari jenis kebutuhan layanan yang dimiliki oleh kelompok pasien. Kelompok anak, misalnya, memiliki kebutuhan pelayanan yang berkaitan dengan kesehatan anak, imunisasi, dan tumbuh kembang, sedangkan kelompok lansia lebih banyak berkaitan dengan kebutuhan pemeriksaan dan penanganan kondisi kesehatan tertentu. Informasi tersebut diperoleh melalui keterangan pihak rumah sakit dan pengamatan terhadap kegiatan pelayanan yang dilakukan kepada kelompok masyarakat dengan karakteristik usia yang berbeda.



Gambar 3. 6 Pemeriksaan Mata bagi Lansia
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar di atas memperlihatkan bentuk pelayanan yang berkaitan dengan karakteristik kebutuhan kesehatan pasien lanjut usia. Pemeriksaan mata dan deteksi katarak yang diberikan kepada kelompok lansia menunjukkan adanya layanan yang diarahkan pada kebutuhan kesehatan yang lebih spesifik sesuai karakteristik usia pasien. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa perbedaan usia menjadi salah satu pertimbangan dalam mengenali jenis kebutuhan kesehatan yang dimiliki oleh kelompok pasien tertentu.

3) Diferensiasi Berdasarkan Hubungan Pasien

Hubungan pasien dengan Firdaus Hospital menjadi salah satu dasar dalam membedakan kebutuhan selama proses pelayanan. Pasien yang baru pertama kali datang memiliki kebutuhan yang berbeda karena belum mengenal alur maupun lingkungan rumah sakit. Kondisi tersebut membuat pasien baru membutuhkan bantuan yang lebih intensif dibandingkan pasien yang telah terbiasa dengan pelayanan rumah sakit.

Bentuk pendampingan tersebut diberikan sejak pasien memasuki area rumah sakit, terutama melalui peran *Patient Experience* yang membantu pasien memahami proses pelayanan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Biasanya pasien yang baru pertama kali datang masih suka bingung atau merasa cemas karena belum tahu suasana dan alur pelayanan di rumah sakit. Jadi, ada petugas *patient experience* yang berjaga di area pintu masuk untuk menyambut pasien, mengarahkan ke bagian yang dituju, menjelaskan fasilitas, sampai membantu proses pendaftaran. Pendampingan ini diberikan supaya pasien yang baru datang bisa merasa lebih tenang dan tidak bingung selama mengikuti proses pelayanan. (Wawancara dengan Keenan Azhar

> Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital membedakan kebutuhan pendampingan berdasarkan pengalaman pasien dalam berinteraksi dengan rumah sakit. Pasien yang baru pertama kali datang memperoleh pendampingan lebih intensif melalui *Patient Experience* karena membutuhkan arahan terkait alur dan lingkungan pelayanan. Pembedaan ini sejalan dengan model *differentiate customers* yang menempatkan perbedaan kebutuhan pelanggan sebagai dasar dalam menentukan perlakuan yang berbeda.

Kebutuhan pendampingan pasien di Firdaus Hospital juga dibedakan berdasarkan kategori pasien yang dilayani. Pasien yang termasuk kategori VIP memperoleh bentuk pendampingan yang lebih personal dibandingkan pasien pada kategori lainnya. Pembedaan tersebut terlihat melalui keterlibatan tim *Patient Care* yang memberikan pendampingan selama pasien menjalani proses pelayanan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

> Untuk pasien yang masuk kategori VIP, khususnya pasien umum dan asuransi, kami memberikan pendampingan yang lebih personal melalui tim *Patient Care*. Jadi, selama pasien menjalani pemeriksaan, tim akan membantu dan mendampingi sesuai kebutuhan mereka, mulai dari proses pelayanan sampai pasien selesai mendapatkan layanan. Pendampingannya memang lebih intensif karena pasien dalam kategori ini memiliki kebutuhan pelayanan yang berbeda. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, ada perbedaan bentuk pendampingan berdasarkan kategori pasien. Pendampingan personal melalui *Patient Care* menjadi bentuk perlakuan yang lebih intensif bagi kelompok pasien tertentu. Hal ini sejalan dengan model *differentiate customers* Peppers dan

Rogers yang menempatkan perbedaan nilai dan kebutuhan pelanggan sebagai dasar untuk menentukan perlakuan yang berbeda.

Bentuk pendampingan di Firdaus Hospital juga dibedakan berdasarkan hubungan yang telah terjalin dengan rumah sakit. Pasien atau kelompok yang berasal dari komunitas maupun perusahaan mitra memiliki hubungan khusus melalui kerja sama yang telah dibangun, sehingga pendampingan dapat diberikan secara lebih personal. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Pendampingan juga bisa diberikan kepada pasien yang berasal dari komunitas atau perusahaan yang sudah memiliki hubungan kerja sama dengan rumah sakit. Jadi, kalau ada anggota komunitas atau karyawan dari perusahaan mitra, misalnya pengemudi Gojek, yang datang untuk berobat, biasanya tim marketing ikut mendampingi secara langsung. Pendampingan tersebut diberikan karena sudah ada hubungan kerja sama antara pihak tersebut dengan Firdaus Hospital. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, hubungan kemitraan menjadi salah satu dasar dalam membedakan bentuk pendampingan kepada pasien. Perlakuan yang diberikan tidak hanya didasarkan pada kategori pasien, tetapi juga pada hubungan yang telah terbentuk antara rumah sakit dengan kelompok atau perusahaan mitra. Hal tersebut memperlihatkan penerapan *differentiate customers* melalui pengenalan karakteristik hubungan pelanggan sebagai dasar pemberian pelayanan yang berbeda.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital dan observasi langsung di lapangan, hubungan pasien dengan rumah sakit menjadi salah satu hal yang terlihat dalam pemberian pendampingan. Informasi dari informan

menunjukkan adanya perbedaan karakteristik hubungan antara pasien yang baru pertama kali memperoleh pelayanan, pasien VIP, serta pasien yang berasal dari komunitas atau perusahaan yang memiliki hubungan kerja sama dengan Firdaus Hospital. Perbedaan tersebut berkaitan dengan bentuk interaksi dan pendampingan yang diberikan selama pasien memperoleh pelayanan.

Hasil wawancara dan observasi juga menunjukkan bahwa pendampingan kepada pasien disesuaikan dengan kebutuhan yang dihadapi. Pasien baru dapat memperoleh bantuan dalam memahami alur pelayanan, sementara pasien dengan kebutuhan tertentu mendapatkan pendampingan sesuai kondisi dan riwayat hubungannya dengan rumah sakit. Penyesuaian juga diterapkan dalam hubungan dengan perusahaan dan komunitas mitra melalui kegiatan pelayanan kesehatan bersama. Firdaus Hospital tercatat menjalin kerja sama dengan berbagai pihak dalam penyelenggaraan layanan kesehatan.

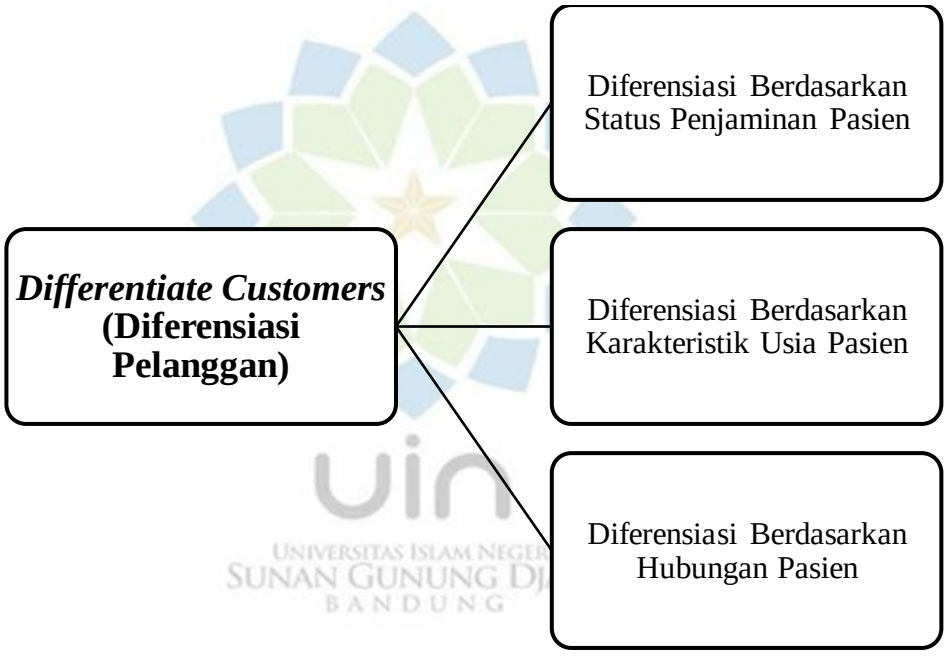


Gambar 3. 7 Firdaus Hospital sebagai Official Medical Support
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar tersebut memperlihatkan keterlibatan Firdaus Hospital sebagai mitra medis dalam kegiatan Klub Kelapa Gading. Keterlibatan tersebut mencakup dukungan tim medis, kesiapan ambulans, serta pemeriksaan kesehatan bagi peserta.

Bentuk pelayanan ini menunjukkan adanya penyesuaian layanan berdasarkan hubungan kemitraan yang terjalin antara Firdaus Hospital dengan pihak penyelenggara kegiatan.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, *differentiate customers* pada Firdaus Hospital mencakup tiga bagian, yaitu diferensiasi berdasarkan status penjaminan, usia, dan hubungan pasien dengan rumah sakit.



Gambar 3. 8 Bagan *Differentate Customers*
(Sumber: Data Olahan Peneliti)

Bagan di atas menggambarkan tiga bagian strategi dalam *differentiate customers* yang dilakukan oleh Firdaus Hospital, yaitu diferensiasi berdasarkan status penjaminan pasien, karakteristik usia pasien, dan hubungan pasien. Ketiga bagian tersebut diperoleh melalui hasil wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, obsevasi digital, serta dokumentasi terkait kegiatan dan layanan Firdaus

Hospital. Perbedaan tersebut terlihat dari kategori penjaminan, kebutuhan layanan berdasarkan kelompok usia, serta bentuk pelayanan yang berkaitan dengan hubungan pasien maupun pihak yang bekerja sama dengan rumah sakit.

Pada diferensiasi berdasarkan status penjaminan pasien, perbedaan terlihat melalui kategori pasien dengan jaminan BPJS Kesehatan, umum, maupun asuransi. Masing-masing kategori memiliki ketentuan pendaftaran dan proses administrasi yang berbeda. Firdaus Hospital juga menyediakan kerja sama dengan berbagai rekanan asuransi serta pilihan fasilitas rawat inap dengan beberapa kelas perawatan.

Diferensiasi berdasarkan karakteristik usia pasien terlihat dari perbedaan kebutuhan layanan pada kelompok usia tertentu. Kelompok anak memiliki kebutuhan yang berkaitan dengan layanan kesehatan anak, imunisasi, dan tumbuh kembang, sedangkan kelompok lansia berkaitan dengan kebutuhan pemeriksaan dan pemantauan kondisi kesehatan tertentu. Firdaus Hospital menyediakan layanan yang mencakup Poli Anak, Jantung, Paru dan Pernapasan, Mata, serta Orthopedi dan Traumatologi, yang berkaitan dengan beragam kebutuhan kelompok pasien.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pada diferensiasi berdasarkan hubungan pasien, perbedaan terlihat melalui hubungan yang terjalin antara Firdaus Hospital dengan pasien maupun kelompok yang memiliki keterikatan dengan rumah sakit. Bentuknya dapat ditemukan melalui pelayanan kepada pasien baru, pasien dengan kebutuhan tertentu, serta kegiatan kesehatan bersama komunitas, perusahaan, dan pihak mitra. Salah satu bentuknya terlihat pada keterlibatan Firdaus Hospital sebagai *official medical support* dalam kegiatan Klub Kelapa Gading, yang mencakup dukungan tim medis, ambulans, dan pemeriksaan kesehatan bagi peserta.

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh, *differentiate customers* pada Firdaus Hospital mencakup tiga bagian utama, yaitu diferensiasi berdasarkan status penjaminan pasien, karakteristik usia pasien, dan hubungan pasien. Diferensiasi status penjaminan terlihat dari perbedaan kategori BPJS Kesehatan, umum, dan asuransi. Diferensiasi berdasarkan usia terlihat dari kebutuhan layanan yang berbeda pada kelompok pasien, sedangkan diferensiasi berdasarkan hubungan pasien terlihat dari bentuk pelayanan yang diberikan kepada pasien maupun kelompok yang memiliki hubungan tertentu dengan Firdaus Hospital.

3.3.3 *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan)

Tahap *interact with customers* menjadi proses yang menghubungkan pemahaman mengenai pasien dengan hubungan yang dibangun melalui berbagai bentuk komunikasi. Informasi yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya tidak berhenti sebagai data, tetapi digunakan dalam proses interaksi antara Firdaus Hospital dengan pasien maupun pihak yang memiliki hubungan dengan rumah sakit. Interaksi tersebut memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, penyampaian pengalaman, serta pemberian tanggapan secara langsung maupun melalui berbagai saluran komunikasi.

Interaksi Firdaus Hospital dengan pasien berlangsung melalui beberapa bentuk kontak, baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi. Proses tersebut terlihat melalui kunjungan kepada pasien rawat inap, wawancara mengenai pengalaman pelayanan, komunikasi digital, interaksi dengan komunitas dan korporasi, serta hubungan yang berkembang melalui berbagai titik kontak. Setiap

bentuk interaksi memberikan ruang bagi rumah sakit untuk menerima informasi dari pihak yang dilayani sekaligus menjaga keberlanjutan hubungan.

Informasi yang diperoleh dari setiap interaksi dapat digunakan untuk memperdalam hubungan dan membangun pemahaman yang lebih baik terhadap pelanggan. Berdasarkan temuan penelitian, strategi *interact with customers* yang diterapkan Firdaus Hospital mencakup interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap, interaksi melalui survei pengalaman pasien, interaksi melalui saluran komunikasi digital, serta interaksi dengan komunitas dan korporasi.

1) Interaksi Tatap Muka dengan Pasien Rawat Inap

Interaksi tatap muka menjadi salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan Firdaus Hospital selama pasien menjalani masa perawatan. Pertemuan secara langsung memberikan ruang bagi rumah sakit untuk berkomunikasi dengan pasien secara lebih personal, sekaligus memperoleh gambaran mengenai pengalaman pasien selama menerima pelayanan. Interaksi tersebut menjadi bagian dari upaya menjaga hubungan dengan pasien selama proses perawatan berlangsung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Keterlibatan pihak rumah sakit terlihat melalui kunjungan langsung kepada pasien yang menjalani rawat inap selama beberapa hari. Kunjungan ini tidak hanya berkaitan dengan pemantauan kondisi pelayanan, tetapi juga menjadi kesempatan untuk memberikan dukungan serta membuka ruang bagi pasien dalam menyampaikan pengalaman maupun keluhan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau pasien menjalani perawatan sampai beberapa hari, biasanya mereka juga membutuhkan dukungan secara langsung. Karena itu, saya atau tim akan

> datang ke kamar untuk menanyakan kabar dan memastikan proses pelayanannya berjalan dengan baik. Kami juga menanyakan apakah ada kendala atau keluhan selama menjalani perawatan. Jadi, interaksinya dilakukan secara langsung dengan menemui pasien selama mereka masih dirawat di rumah sakit. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa interaksi tatap muka menjadi ruang bagi pasien untuk menyampaikan kondisi maupun keluhan selama perawatan. Kunjungan langsung juga memungkinkan rumah sakit memperoleh informasi mengenai pengalaman pasien secara langsung, sesuai dengan tahap *interact with customers* yang menekankan pertukaran informasi melalui interaksi dengan pelanggan.

Interaksi dengan pasien juga berlangsung melalui Google Review sebagai ruang untuk menyampaikan pengalaman setelah menerima pelayanan. Ulasan tersebut dapat dimanfaatkan Firdaus Hospital sebagai bahan evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

> Untuk Google Review, kami menyediakan akses di setiap unit, termasuk *di nurse station*, supaya pasien bisa memberikan penilaian terhadap pelayanan yang mereka terima. Khusus pasien rawat inap, biasanya sebelum pulang kami meminta mereka memberikan Google Review secara jujur mengenai pengalaman selama mendapatkan pelayanan. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Google Review digunakan sebagai ruang bagi pasien untuk menyampaikan pengalaman sekaligus menjadi sumber evaluasi pelayanan bagi rumah sakit. Pemanfaatan umpan balik ini memperlihatkan adanya proses interaksi yang memungkinkan Firdaus Hospital memperoleh informasi langsung dari pasien.

Interaksi selama masa perawatan juga melibatkan komunikasi antara tenaga medis untuk memastikan pelayanan pasien berjalan secara berkesinambungan. Bentuk komunikasi tersebut dapat dilakukan ketika terdapat kondisi pasien yang membutuhkan keterlibatan dokter lain. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Kalau saat pemeriksaan dokter menemukan kondisi lain yang perlu ditangani, biasanya dokter akan berkomunikasi langsung dengan dokter spesialis yang berkaitan. Misalnya, pasien memiliki keluhan atau kondisi lain di luar pemeriksaan awal, maka dapat dilakukan *rawat bersama* agar penanganannya bisa melibatkan dokter yang sesuai. Jadi, komunikasi antar dokter tetap dilakukan untuk memastikan kebutuhan pasien dapat ditindaklanjuti selama menjalani perawatan. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, interaksi selama perawatan tidak hanya berlangsung antara rumah sakit dan pasien, tetapi juga didukung oleh komunikasi antarpihak yang terlibat dalam pelayanan. Koordinasi tersebut membantu memastikan informasi mengenai kondisi pasien dapat ditindaklanjuti secara berkesinambungan selama masa perawatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital dan hasil observasi langsung di lapangan, interaksi tatap muka dilakukan selama pasien menjalani perawatan di ruang rawat inap. Interaksi tersebut dilakukan melalui kunjungan dan komunikasi langsung dengan pasien untuk mengetahui kondisi serta pengalaman pasien selama memperoleh pelayanan. Pada kesempatan tersebut, pasien juga dapat menyampaikan informasi, pertanyaan, maupun keluhan yang dirasakan selama masa perawatan.

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa komunikasi dengan pasien rawat inap berlangsung melalui pertemuan langsung selama proses perawatan. Pertemuan tersebut menjadi kesempatan bagi pihak rumah sakit untuk menerima informasi dari pasien secara langsung sekaligus memberikan respons terhadap hal-hal yang disampaikan. Interaksi tatap muka menjadi bagian dari proses pelayanan yang berlangsung selama pasien berada di ruang rawat inap.



Gambar 3. 9 Interaksi Pelayanan Terhadap Pasien Rawat Inap
(Sumber: Google Review Firdaus Hospital)

Gambar di atas memperlihatkan interaksi antara tenaga medis dan pasien dalam proses pelayanan rawat inap di Firdaus Hospital. Kontak secara langsung tersebut menjadi bagian dari hubungan pelayanan yang memungkinkan komunikasi berlangsung selama pasien menjalani perawatan. Hal tersebut mencerminkan penerapan *interact with customers* melalui komunikasi langsung dengan pasien.

2) Interaksi melalui Survei Pengalaman Pasien

Interaksi dengan pasien melalui survei pengalaman menjadi salah satu cara Firdaus Hospital memperoleh tanggapan secara langsung mengenai pelayanan yang telah diterima. Survei tidak hanya digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien, tetapi juga menjadi ruang bagi pasien untuk menyampaikan pengalaman

dan hal-hal yang masih dirasakan kurang selama memperoleh pelayanan. Pendekatan ini menempatkan survei sebagai bagian dari proses komunikasi antara rumah sakit dan pasien, sejalan dengan model *interact with customers* yang menekankan pertukaran informasi melalui interaksi dengan pelanggan.

Pelaksanaan survei dilakukan melalui keterlibatan petugas yang berkomunikasi langsung dengan pasien, sehingga tanggapan yang diperoleh tidak semata-mata berasal dari pengisian instrumen secara mandiri. Petugas dapat menggali pengalaman pasien melalui percakapan dan memberikan ruang untuk menyampaikan hal yang dirasakan selama berada di rumah sakit. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Di setiap *nurse station* kami menyediakan survei kepuasan pasien. Jadi, pasien tidak hanya kami arahkan untuk *scan barcode* dan mengisi sendiri. Ada tim yang mendampingi dan mengajak pasien ngobrol langsung, misalnya menanyakan bagaimana pengalaman selama di rumah sakit dan apakah ada pelayanan yang dirasa kurang berkenan. Jadi, tim kami membantu mengisi surveinya berdasarkan apa yang disampaikan oleh pasien. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, survei tidak hanya digunakan untuk memperoleh nilai kepuasan pasien, tetapi juga menjadi ruang dialog untuk menggali pengalaman secara langsung. Keterlibatan petugas dalam proses tersebut memperlihatkan adanya interaksi dua arah yang memungkinkan Firdaus Hospital memperoleh informasi sekaligus mengevaluasi pelayanan berdasarkan pengalaman pasien.

Pengalaman pasien juga ditindaklanjuti ketika terdapat keluhan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan. Tanggapan tersebut menjadi perhatian rumah

sakit untuk mengetahui permasalahan yang dialami pasien dan menentukan tindak lanjut yang diperlukan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

> Kalau ada pasien yang merasa kurang puas atau menyampaikan keluhan, biasanya akan kami tindak lanjuti. Kami koordinasikan dengan bagian terkait untuk mengetahui kendalanya dan mencari solusi dari permasalahan tersebut. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, interaksi tidak berhenti pada pengumpulan tanggapan pasien, tetapi dilanjutkan melalui respons terhadap permasalahan yang disampaikan. Proses ini mencerminkan adanya pertukaran informasi antara pasien dan rumah sakit yang menjadi bagian dari tahap *interact with customers.*

Interaksi dengan pasien juga dapat berlangsung melalui berbagai saluran yang memberikan ruang bagi mereka untuk menyampaikan penilaian terhadap pelayanan. Penyediaan ruang tersebut memungkinkan pasien memberikan tanggapan berdasarkan pengalaman yang dirasakan, sekaligus menjadi sumber informasi bagi rumah sakit untuk melihat pelayanan dari sudut pandang pasien. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

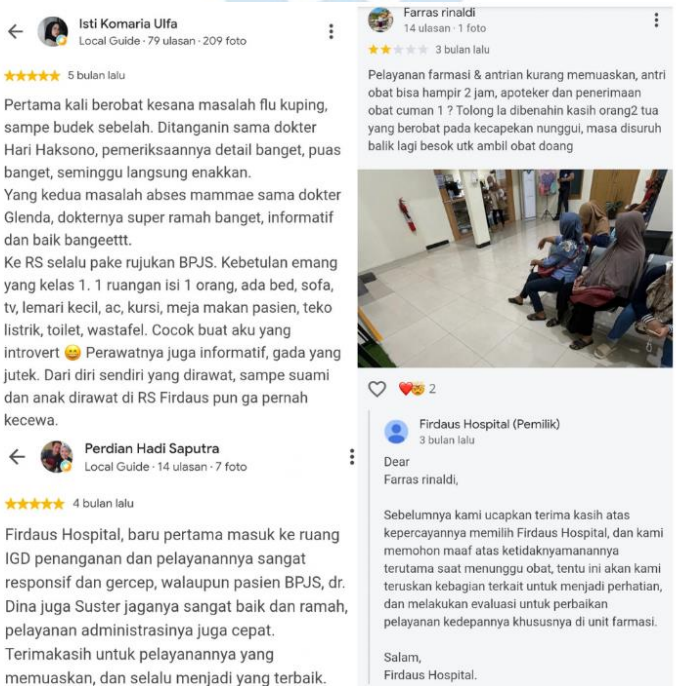
> Google Review kami sediakan di beberapa unit, seperti IGD, poli, dan *nurse station*. Jadi, pasien bisa langsung memberikan penilaian terhadap pelayanan yang mereka terima. Untuk pasien rawat inap, biasanya sebelum pulang kami juga meminta mereka memberikan review secara jujur sesuai dengan pengalaman mereka selama dirawat. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa Google Review menjadi salah satu media yang digunakan untuk menerima tanggapan pasien mengenai pelayanan.

Informasi tersebut dapat menjadi bagian dari proses evaluasi sekaligus memperluas ruang interaksi antara Firdaus Hospital dan pasien.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung, survei pengalaman pasien digunakan untuk memperoleh tanggapan mengenai pelayanan yang diterima. Pasien dapat menyampaikan pengalaman dan keluhan selama pelayanan, dengan bantuan petugas dalam menyampaikan atau mengisi tanggapan.

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa tanggapan pasien menjadi bagian dari informasi yang diperoleh rumah sakit setelah proses pelayanan berlangsung. Informasi tersebut berkaitan dengan pengalaman pasien selama menerima pelayanan. Firdaus Hospital juga menyediakan kanal kritik dan saran sebagai salah satu sarana bagi pasien untuk menyampaikan pertanyaan, masukan, maupun pengaduan.



Gambar 3. 10 Ulasan Pengalaman Pasien sebagai Bentuk Interaksi Pelayanan
(Sumber: Google Review Firdaus Hospital)

Gambar tersebut memperlihatkan tanggapan pasien terhadap pengalaman pelayanan yang diberikan Firdaus Hospital, baik berupa pengalaman positif maupun keluhan. Tanggapan tersebut menjadi salah satu bentuk komunikasi yang memungkinkan pasien menyampaikan pengalaman dan pandangannya setelah memperoleh pelayanan. Informasi yang disampaikan melalui ulasan dapat digunakan oleh rumah sakit untuk mengetahui pengalaman pasien serta menjadi bahan dalam mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan.

3) Interaksi melalui Saluran Komunikasi Digital

Interaksi dengan pasien melalui saluran komunikasi digital menjadi salah satu cara Firdaus Hospital membuka akses komunikasi di luar pelayanan tatap muka. Berbagai media digital digunakan sebagai ruang bagi pasien untuk memperoleh informasi, menyampaikan pertanyaan, maupun berkomunikasi dengan pihak rumah sakit. Pemanfaatan saluran tersebut memungkinkan hubungan dengan pasien tetap berlangsung melalui berbagai titik kontak, sejalan dengan model *interact with customers* yang menekankan pertukaran informasi secara berkelanjutan antara organisasi dan pelanggan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Saluran komunikasi digital menjadi salah satu akses yang digunakan Firdaus Hospital untuk berinteraksi dengan pasien di luar pelayanan langsung. Komunikasi dapat berlangsung melalui berbagai media, seperti WhatsApp, Instagram, maupun saluran digital lainnya yang memungkinkan pasien menghubungi rumah sakit untuk memperoleh informasi atau menyampaikan kebutuhannya. Pemanfaatan berbagai titik kontak tersebut memperluas ruang interaksi antara rumah sakit dan pasien, sesuai dengan model *interact with customers* yang menekankan pertukaran

informasi secara langsung melalui berbagai titik interaksi. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Biasanya komunikasi dengan pasien memang banyak dimulai dari online. Pasien bisa menghubungi kami melalui saluran yang tersedia, dan komunikasi itu tetap kami respons meskipun di luar jam kerja. Bahkan kalau ada yang menghubungi sampai dini hari, tetap kami usahakan untuk merespons karena kami tidak ingin pesan dari pasien terabaikan. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, komunikasi digital tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi bagian dari cara Firdaus Hospital merespons kebutuhan pasien. Respons yang tetap diberikan di luar jam kerja menunjukkan bahwa keberadaan saluran digital turut memperluas kesempatan pasien untuk berkomunikasi dengan rumah sakit. Kondisi ini sejalan dengan tahap *interact with customers* yang menempatkan interaksi sebagai sarana memperoleh informasi langsung dari pasien sekaligus memperkuat hubungan yang dibangun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Interaksi dengan pasien juga berlangsung melalui saluran komunikasi yang memungkinkan pasien memperoleh informasi secara langsung. Saluran tersebut memberikan kemudahan bagi pasien untuk menghubungi rumah sakit sebelum menerima pelayanan, terutama ketika membutuhkan informasi mengenai jadwal maupun layanan yang tersedia. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

> Selain melalui media online, pasien juga sering menghubungi kami lewat telepon pendaftaran. Biasanya mereka menanyakan jadwal dokter atau memastikan apakah dokter yang ingin dituju tersedia pada hari itu. Jadi, pasien bisa langsung mendapatkan informasi dari tim pendaftaran.

> (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, telepon menjadi saluran komunikasi yang memudahkan pasien memperoleh informasi secara langsung sebelum menerima pelayanan. Interaksi ini membantu pasien mendapatkan kepastian mengenai layanan yang dibutuhkan.

Interaksi melalui media sosial juga membuka ruang bagi pasien untuk membagikan pengalaman setelah menerima pelayanan. Pengalaman yang disampaikan pasien dapat menjadi bentuk komunikasi yang memperluas hubungan rumah sakit dengan masyarakat, karena pengalaman tersebut dapat diketahui oleh pihak lain melalui media sosial. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Selain komunikasi langsung, media sosial juga punya peran. Misalnya, ketika pasien membagikan pengalaman mereka di Instagram dan merekomendasikan Firdaus Hospital karena merasa pelayanannya baik atau dokternya komunikatif. Cerita dari pasien seperti itu bisa menjadi bentuk ajakan secara tidak langsung kepada orang lain. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi dari rumah sakit, tetapi juga ruang bagi pasien untuk menyampaikan pengalaman. Interaksi menjadi lebih luas ketika pengalaman tersebut dibagikan kepada masyarakat lain, sehingga komunikasi tidak hanya berlangsung antara rumah sakit dan pasien, tetapi turut melibatkan lingkungan sosial pasien.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital dan hasil observasi langsung di lapangan, interaksi dengan pasien juga berlangsung melalui

saluran komunikasi digital, seperti WhatsApp, media sosial, telepon, dan *customer care.* Saluran tersebut digunakan untuk membantu pasien memperoleh informasi, melakukan pendaftaran, maupun menyampaikan kebutuhan terkait pelayanan. Firdaus Hospital menyediakan pendaftaran rawat jalan melalui WhatsApp serta nomor telepon dan *customer care* yang dapat dihubungi oleh pasien.

Hasil wawancara dan observasi digital menunjukkan bahwa komunikasi melalui saluran digital berlangsung melalui pertanyaan, permintaan informasi, serta tanggapan yang disampaikan pasien kepada pihak rumah sakit. Pasien dapat menyampaikan kebutuhan atau kendala yang dialami melalui saluran yang tersedia, kemudian memperoleh respons dari pihak rumah sakit. Selain WhatsApp dan telepon, Firdaus Hospital juga menyediakan kanal kritik dan saran yang mencakup pertanyaan, masukan, serta layanan pengaduan atau komplain.



Gambar 3. 11 Akses Informasi dan Komunikasi Digital
(Sumber: Instagram Firdaus Hospital @firdaus.hospital)

Gambar di atas memperlihatkan penggunaan berbagai saluran komunikasi digital Firdaus Hospital yang dapat diakses pasien, mulai dari pendaftaran melalui WhatsApp, informasi jadwal dokter, hingga layanan *Customer Care* dan media

sosial. Berbagai saluran tersebut menjadi ruang bagi pasien untuk memperoleh informasi dan menyampaikan kebutuhan pelayanan tanpa harus datang langsung ke rumah sakit. Ketersediaan beberapa pilihan saluran komunikasi memperlihatkan bahwa interaksi antara Firdaus Hospital dan pasien juga berlangsung melalui media digital sesuai kebutuhan pelayanan yang disampaikan.

4) Interaksi dengan Komunitas dan Korporasi

Interaksi dengan komunitas dan korporasi menjadi salah satu bentuk hubungan yang dilakukan Firdaus Hospital di luar lingkungan rumah sakit. Interaksi tersebut berlangsung melalui kerja sama, kunjungan, maupun keterlibatan dalam kegiatan kesehatan bersama kelompok masyarakat dan mitra perusahaan. Firdaus Hospital melalui hubungan tersebut dapat berkomunikasi secara langsung sekaligus memperluas keterlibatan dengan lingkungan di sekitarnya. Firdaus Hospital sendiri tercatat melakukan berbagai kolaborasi dengan komunitas dan pihak korporasi, termasuk kegiatan pemeriksaan kesehatan serta dukungan medis pada kegiatan mitra.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Interaksi dengan komunitas dan korporasi dilakukan melalui keterlibatan langsung Firdaus Hospital di lingkungan mitra. Bentuk interaksi tersebut dilakukan melalui kunjungan ke perusahaan maupun komunitas serta kehadiran rumah sakit dalam kegiatan yang melibatkan pihak eksternal. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau untuk perusahaan atau komunitas dalam skala yang lebih besar, biasanya kami melakukan visitasi dengan datang langsung ke lokasi mereka. Kami juga bisa membuka booth dan menyediakan pemeriksaan kesehatan gratis, seperti cek gula darah dan tensi. (Wawancara dengan Keenan Azhar

> Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, interaksi dengan komunitas dan korporasi dilakukan secara langsung melalui kunjungan dan keterlibatan dalam kegiatan mereka. Cara ini memperluas hubungan Firdaus Hospital di luar lingkungan rumah sakit sekaligus membuka ruang komunikasi dengan kelompok yang menjadi mitra.

Interaksi dengan pihak korporasi juga dilakukan melalui keterlibatan langsung di lingkungan perusahaan. Salah satu bentuknya terlihat melalui pelaksanaan *Medical Check Up* perusahaan, yang menjadi ruang bagi Firdaus Hospital untuk memberikan layanan sekaligus membangun komunikasi secara langsung dengan pihak mitra. Kegiatan semacam ini menunjukkan bahwa hubungan dengan korporasi tidak hanya berlangsung melalui komunikasi, tetapi juga melalui keterlibatan dalam kebutuhan kesehatan yang dimiliki mitra. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

> Untuk perusahaan, kami juga melakukan kegiatan secara langsung di lokasi mereka. Salah satunya melalui Medical Check Up Perusahaan PT Nikomas Gemilang, sehingga interaksi dengan pihak perusahaan tidak hanya dilakukan di rumah sakit, tetapi juga melalui pelayanan kesehatan yang kami berikan di lingkungan perusahaan. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, hubungan dengan korporasi dibangun melalui keterlibatan langsung dalam kebutuhan pelayanan kesehatan mitra. Interaksi tersebut membuat komunikasi antara rumah sakit dan pihak perusahaan berlangsung melalui pengalaman pelayanan secara langsung.

Interaksi dengan fasilitas kesehatan lain juga menjadi bagian dari hubungan Firdaus Hospital dengan pihak eksternal. Hubungan tersebut dapat membuka komunikasi terkait kebutuhan layanan sekaligus mendukung terjalinnya rujukan pasien. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Pasien dari luar juga bisa datang melalui rujukan dari klinik atau puskesmas. Jadi, kami melihat dulu kebutuhan dari mitra tersebut, termasuk layanan apa yang sedang dibutuhkan oleh pasien yang dirujuk. Dari situ baru kami menyesuaikan dan menyiapkan layanan yang memang diperlukan, supaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pasien dan mitra yang bekerja sama dengan kami. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, hubungan dengan klinik dan puskesmas tidak hanya menjadi jalur rujukan, tetapi juga menjadi bagian dari interaksi yang terus dibangun melalui pemahaman terhadap kebutuhan mitra.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital dan hasil observasi langsung di lapangan, interaksi dengan pihak eksternal dilakukan melalui kegiatan bersama komunitas, perusahaan, maupun institusi yang memiliki hubungan kerja sama dengan rumah sakit. Interaksi tersebut berlangsung melalui kegiatan pelayanan kesehatan, edukasi, maupun keterlibatan Firdaus Hospital dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak mitra. Bentuk kegiatan yang ditemukan antara lain pemeriksaan kesehatan, *health talk*, serta dukungan medis dalam kegiatan komunitas. Dokumentasi resmi Firdaus Hospital juga mencatat keterlibatan rumah sakit dalam kegiatan bersama Klub Kelapa Gading dan institusi lainnya.

Hasil wawancara dan observasi partisipasi pasif juga memperlihatkan bahwa interaksi dengan komunitas dan korporasi berlangsung melalui keterlibatan langsung pihak rumah sakit dalam kegiatan yang diselenggarakan bersama. Firdaus Hospital tidak hanya hadir sebagai penyedia layanan kesehatan, tetapi juga terlibat melalui tim medis, edukasi kesehatan, pemeriksaan, maupun bentuk dukungan lainnya sesuai kegiatan yang dilakukan. Kegiatan bersama tersebut menjadi ruang bagi rumah sakit untuk berkomunikasi secara langsung dengan pihak eksternal dan peserta yang terlibat. Dokumentasi Firdaus Hospital menunjukkan bentuk keterlibatan tersebut, seperti penyediaan *medical support*, pemeriksaan kesehatan, dan edukasi kesehatan pada kegiatan bersama mitra.

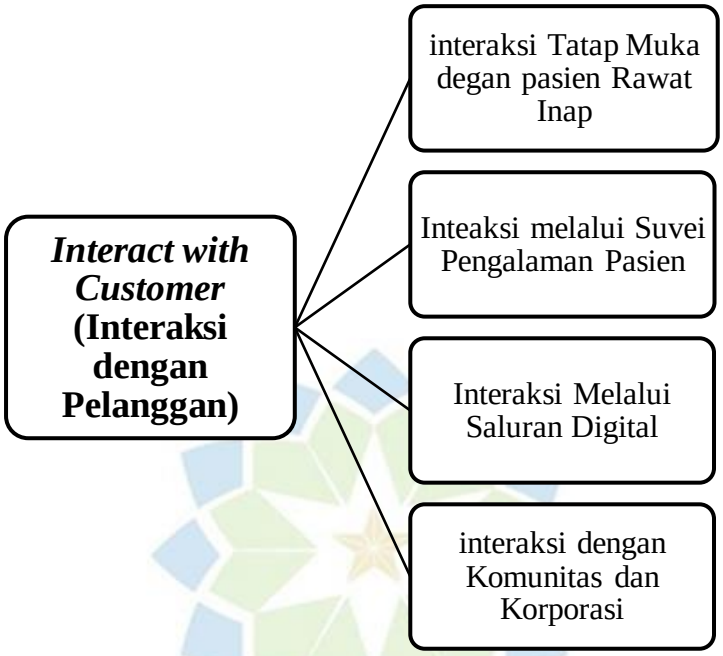


Gambar 3. 12 Kemitraan Medis Firdaus Hospital
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar tersebut memperlihatkan keterlibatan Firdaus Hospital sebagai mitra medis dalam kegiatan bersama pihak eksternal. Keterlibatan ini mencakup dukungan kesehatan dan pelayanan langsung di lokasi kegiatan, sehingga menjadi salah satu bentuk interaksi Firdaus Hospital dengan pihak mitra dan peserta.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, *interact with customers* pada Firdaus Hospital

mencakup empat bentuk, yaitu interaksi tatap muka, survei pengalaman pasien, komunikasi digital, serta interaksi dengan komunitas dan korporasi.



Gambar 3. 13 Bagan *Interact with Customers*
(Sumber: Data Olahan Peneliti)

Bagan di atas menggambarkan empat bagian dalam *Interact with Customers* yang ditemukan pada Firdaus Hospital, yaitu interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap, interaksi melalui survei pengalaman pasien, interaksi melalui saluran komunikasi digital, serta interaksi dengan komunitas dan korporasi. Keempat bagian tersebut diperoleh melalui hasil wawancara mendalam, observasi langsung, obsevasi digital, serta dokumentasi terkait saluran komunikasi Firdaus Hospital. Bentuk interaksi ditemukan dalam proses pelayanan pasien, penyampaian pengalaman, komunikasi digital, hingga keterlibatan rumah sakit bersama pihak eksternal.

Interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap berlangsung melalui pertemuan langsung selama pasien menjalani perawatan. Interaksi tersebut digunakan untuk berkomunikasi mengenai kondisi dan pengalaman pasien selama memperoleh pelayanan serta memberikan kesempatan bagi pasien menyampaikan pertanyaan maupun keluhan. Firdaus Hospital juga menyediakan beberapa pilihan kelas rawat inap, mulai dari VIP hingga kelas 3, dengan fasilitas yang berbeda pada setiap kelas.

Interaksi melalui survei pengalaman pasien berkaitan dengan tanggapan yang diberikan setelah pasien memperoleh pelayanan. Tanggapan tersebut dapat berupa pengalaman, masukan, maupun keluhan yang berkaitan dengan pelayanan yang diterima. Firdaus Hospital juga menyediakan kanal *Customer Care* serta sarana kritik dan saran yang dapat digunakan untuk menyampaikan pertanyaan maupun masukan.

Interaksi melalui saluran komunikasi digital berlangsung melalui beberapa media, seperti WhatsApp, telepon, *Customer Care*, dan media sosial. Saluran tersebut digunakan untuk kebutuhan pendaftaran, memperoleh informasi, maupun menyampaikan kebutuhan pelayanan. Firdaus Hospital menyediakan pendaftaran rawat jalan melalui WhatsApp serta mencantumkan nomor telepon dan *Customer Care* sebagai saluran yang dapat dihubungi pasien.

Interaksi dengan komunitas dan korporasi terlihat melalui keterlibatan Firdaus Hospital dalam berbagai kegiatan bersama pihak eksternal. Bentuknya mencakup pemeriksaan kesehatan, edukasi, *medical support*, maupun kegiatan kesehatan yang dilakukan bersama komunitas, perusahaan, dan institusi mitra.

Dokumentasi resmi Firdaus Hospital mencatat kegiatan seperti *Medical Check Up* perusahaan, pemeriksaan kesehatan bersama warga, serta keterlibatan sebagai *official medical support* dalam kegiatan Klub Kelapa Gading.

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh, *Interact with Customers* pada Firdaus Hospital mencakup empat bentuk interaksi, yaitu tatap muka dengan pasien rawat inap, survei pengalaman pasien, saluran komunikasi digital, serta interaksi dengan komunitas dan korporasi. Interaksi tatap muka berlangsung selama proses perawatan, sedangkan survei pengalaman menjadi ruang bagi pasien untuk menyampaikan tanggapan. Saluran digital digunakan untuk komunikasi dan kebutuhan pelayanan, sementara interaksi dengan komunitas dan korporasi berlangsung melalui kegiatan kesehatan dan kerja sama dengan pihak eksternal.

3.3.4 *Customize* (Penyesuaian)

Tahap *customize* menekankan upaya Firdaus Hospital dalam menyesuaikan pelayanan berdasarkan kebutuhan pasien yang telah dipahami. Penyesuaian tersebut dapat terlihat pada bentuk layanan, cara penyampaian informasi, maupun perlakuan yang diberikan selama proses pelayanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan pasien tidak hanya menjadi informasi bagi rumah sakit, tetapi turut dipertimbangkan dalam menentukan bentuk pelayanan yang diberikan. Model *customize* Peppers dan Rogers juga menempatkan penyesuaian layanan, komunikasi, maupun perilaku organisasi berdasarkan kebutuhan pelanggan sebagai bagian dari penerapan hubungan yang bersifat lebih personal.

Kustomisasi pelayanan di Firdaus Hospital terlihat melalui beberapa bentuk penyesuaian yang berkaitan dengan kebutuhan pasien. Penyesuaian dapat

dilakukan pada bentuk layanan yang ditawarkan maupun cara pelayanan diberikan kepada pasien. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya mengandalkan satu bentuk yang sama bagi seluruh pasien, tetapi dapat disesuaikan berdasarkan kondisi serta kebutuhan yang dihadapi.

Peppers dan Rogers menjelaskan bahwa tahap *customize* dilakukan dengan menggunakan pemahaman yang telah diperoleh mengenai pelanggan untuk menyesuaikan aspek tertentu dari layanan atau perilaku organisasi. Berdasarkan temuan penelitian, strategi *customize* yang diterapkan Firdaus Hospital mencakup kustomisasi komunikasi dan kustomisasi sikap pelayanan.

1) Kustomisasi Komunikasi melalui Penyesuaian Penyampaian Informasi

Kustomisasi komunikasi di Firdaus Hospital terlihat pada upaya mengubah cara penyampaian informasi agar pelayanan dapat diterima secara lebih tepat oleh pasien. Penyesuaian tidak ditempatkan pada pengelompokan pasien, tetapi pada cara rumah sakit menyampaikan pesan dalam proses pelayanan. Bentuk penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi diperlakukan sebagai bagian dari pelayanan yang dapat diatur mengikuti situasi yang dihadapi pasien, sehingga informasi tidak hanya disampaikan, tetapi juga diupayakan agar dapat diterima secara jelas.

Cara penyampaian informasi menjadi salah satu aspek yang disesuaikan Firdaus Hospital dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Penyesuaian ini terlihat dari upaya petugas mengatur cara menyampaikan pesan agar informasi yang diberikan dapat diterima secara jelas. Fokusnya bukan pada perbedaan pasien, melainkan pada bagaimana komunikasi pelayanan dapat disampaikan secara lebih

efektif. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai *Head of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau menyampaikan informasi ke pasien, kami menyesuaikan cara penyampaiannya. Jadi tidak selalu menggunakan cara yang sama, tetapi melihat bagaimana informasi itu bisa lebih mudah diterima. Tim akan menyesuaikan pilihan kata dan cara menjelaskannya supaya pesan yang disampaikan lebih jelas dan tidak membuat pasien bingung. (Wawancara dengan Keenan Azhar Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, komunikasi di Firdaus Hospital tidak sepenuhnya menggunakan pola yang seragam. Petugas dapat mengubah cara menjelaskan informasi sesuai situasi komunikasi yang berlangsung, sehingga pesan yang diberikan tetap dapat dipahami oleh pasien. Hal ini mencerminkan penerapan *customize* melalui penyesuaian aspek komunikasi dalam pelayanan.

Penyampaian informasi kepada pasien menjadi bagian dari pelayanan yang turut diperhatikan oleh Firdaus Hospital. Informasi mengenai prosedur maupun pelayanan tidak hanya disampaikan, tetapi dikemas melalui cara komunikasi yang dapat membantu pasien memahami pesan yang diberikan. Penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi menjadi bagian yang dapat dikembangkan mengikuti kebutuhan dalam proses pelayanan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

> Untuk edukasi kepada pasien, kami menyesuaikan cara menjelaskannya supaya informasi yang diberikan bisa lebih mudah diterima. Jadi, tidak hanya menyampaikan prosedur atau aturan pelayanan, tetapi kami jelaskan secara bertahap dan menggunakan bahasa yang lebih sederhana. Kalau ada bagian yang belum jelas, kami akan menjelaskan kembali sampai informasinya benar-benar tersampaikan. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim

> Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, Firdaus Hospital melakukan penyesuaian pada proses penyampaian edukasi, mulai dari penggunaan bahasa hingga tahapan penjelasan. Kustomisasi ini membuat komunikasi pelayanan lebih mudah diterima tanpa mengubah substansi informasi yang diberikan. Hal tersebut mencerminkan penerapan *customize* melalui penyesuaian komunikasi sebagai bagian dari pengalaman pelayanan pasien.

Penyampaian informasi medis di Firdaus Hospital disesuaikan dengan proses pelayanan yang sedang dijalani pasien. Informasi yang diberikan tidak berhenti pada penyampaian hasil pemeriksaan, tetapi diarahkan pada hal-hal yang berkaitan dengan kondisi serta pelayanan pasien. Penyesuaian tersebut membuat komunikasi menjadi bagian yang melekat pada proses pelayanan, karena informasi yang diterima pasien berkaitan langsung dengan kebutuhan pelayanan yang sedang berlangsung. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Jadi ketika pasien sudah masuk ke dokter, dokter spesialisnya akan langsung menjelaskan mengenai hasil pemeriksaan dan kondisi yang dialami pasien. Informasi terkait diagnosis, tindakan, sampai pelayanan yang akan dijalani disampaikan langsung oleh dokter yang menangani, jadi pasien mendapatkan penjelasan yang sesuai dengan kondisi medisnya. Dengan begitu, informasi yang diterima pasien tidak hanya sekadar informasi umum, tetapi memang dijelaskan berdasarkan pemeriksaan dan pelayanan yang sedang dijalani. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, informasi yang disampaikan kepada pasien dikaitkan langsung dengan pelayanan yang diterimanya. Cara ini membuat komunikasi tidak bersifat umum, tetapi mengikuti

konteks pemeriksaan dan tindakan yang sedang dijalani pasien. Penyesuaian tersebut memperlihatkan penerapan *customize* pada aspek komunikasi pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, penyampaian informasi kepada pasien disesuaikan dengan pelayanan yang sedang dijalani. Informasi mengenai hasil pemeriksaan, kondisi, maupun tindakan medis diberikan sesuai kebutuhan dan jenis pelayanan yang diterima masing-masing pasien.

Hasil wawancara dan observasi juga memperlihatkan bahwa isi komunikasi yang diberikan kepada pasien dapat berbeda sesuai dengan kebutuhan pelayanan yang diterima. Pasien memperoleh penjelasan yang berkaitan dengan pemeriksaan atau kondisi yang sedang ditangani, sehingga informasi yang disampaikan tidak diberikan secara seragam kepada seluruh pasien. Hal ini juga terlihat dari beragamnya jenis layanan dan pemeriksaan yang tersedia di Firdaus Hospital, mulai dari poliklinik spesialis hingga layanan penunjang seperti laboratorium dan radiologi.



Gambar 3. 14 Edukasi Kesehatan tentang Pikun Sesuai Kebutuhan Lansia
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar tersebut memperlihatkan penyampaian informasi kesehatan oleh pihak Firdaus Hospital kepada masyarakat melalui kegiatan Posyandu Lansia.

Informasi yang diberikan disampaikan sesuai dengan kebutuhan kesehatan kelompok yang dilayani, seperti edukasi mengenai kondisi kesehatan yang berkaitan dengan usia lanjut. Penyampaian informasi tersebut menjadi bentuk komunikasi yang menyesuaikan isi pesan dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat yang menerima pelayanan.

2) Kustomisasi Sikap Pelayanan melalui Pendekatan Interpersonal

Kustomisasi pelayanan di Firdaus Hospital terlihat dari upaya menyesuaikan bentuk pelayanan dengan kebutuhan yang muncul selama pasien menerima layanan. Penyesuaian tersebut tidak hanya berkaitan dengan jenis layanan yang tersedia, tetapi juga pada bentuk pelayanan yang diberikan agar lebih sesuai dengan kondisi yang dihadapi pasien. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan tidak berhenti pada pemenuhan prosedur yang telah ditetapkan, tetapi dapat disesuaikan ketika kebutuhan pasien memerlukan bentuk pelayanan tertentu.

Kustomisasi sikap pelayanan di Firdaus Hospital juga terlihat melalui penyesuaian manner petugas ketika berinteraksi secara langsung dengan pasien. Penyesuaian tersebut tidak hanya berkaitan dengan tutur kata, tetapi juga tercermin melalui posisi tubuh dan cara petugas menempatkan diri selama proses komunikasi berlangsung. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Keenan sebagai H*ead of Sales and Marketing* Firdaus Hospital, yang menyatakan bahwa:

> Kalau kita ngomong sama pasien, kita juga harus memperhatikan posisi dan manner kita. Misalnya, kalau pasiennya berdiri, kita juga ikut berdiri, jangan malah duduk. Begitu juga kalau pasiennya duduk, kita menyesuaikan dengan ikut duduk supaya posisi kita sejajar. Hal-hal seperti ini mungkin belum menjadi kebiasaan bagi sebagian orang Indonesia, jadi kami di sini masih pelan-pelan melakukan penyesuaian agar sikap pelayanan kami bisa mengikuti standar manner internasional. (Wawancara dengan Keenan Azhar

> Pasha sebagai *Head of Sales and Marketing*, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, kustomisasi sikap pelayanan dilakukan melalui penyesuaian perilaku nonverbal petugas berdasarkan kondisi pasien saat interaksi berlangsung. Posisi tubuh yang disesuaikan dengan pasien menunjukkan adanya perhatian terhadap situasi interaksi, sehingga petugas tidak hanya berfokus pada pesan yang disampaikan secara verbal, tetapi juga mempertimbangkan cara pesan tersebut disampaikan.

Sikap pelayanan juga dibentuk melalui pelatihan yang diberikan kepada petugas agar memiliki standar penampilan dan perilaku yang sesuai ketika berhadapan dengan pasien. Aspek seperti grooming dan service excellence menjadi bagian dari pembiasaan tersebut, termasuk cara menyambut dan merespons pasien. Praktik *service excellence* di rumah sakit juga mencakup *grooming*, sikap ramah, dan bahasa tubuh dalam interaksi pelayanan. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

> Jadi, Firdaus Hospital itu ada pelatihan yang diwajibkan untuk staf, seperti grooming dan service excellence. Grooming itu bagaimana kita menyesuaikan penampilan dan kerapian saat bekerja maupun ketika menyambut pasien. Sementara service excellence lebih kepada bagaimana kita menyesuaikan sikap saat berhadapan dengan pasien, mulai dari cara menyapa, berbicara, sampai merespons pertanyaan dan kebutuhan mereka. Pelatihan ini juga diberikan kepada perawat dan dokter. (Wawancara dengan Julnitta Friscilla sebagai Tim Marketing Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, penyesuaian sikap pelayanan tidak hanya diterapkan dalam interaksi, tetapi juga dibentuk melalui pelatihan agar setiap petugas memiliki standar sikap dan penampilan yang

konsisten saat melayani pasien. Pelatihan tersebut menjadi upaya Firdaus Hospital untuk membentuk kebiasaan pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif pada setiap interaksi dengan pasien.

Sikap petugas saat berinteraksi dengan pasien menjadi salah satu unsur yang membentuk pengalaman pelayanan di Firdaus Hospital. Keramahan, kesopanan, dan respons petugas dalam membantu pasien dibiasakan melalui penerapan budaya 5S, yaitu senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer*, yang menyatakan bahwa:

> Firdaus punya slogan 'Melayani Kebahagiaanmu'. Jadi dari awal pasien datang, kami berusaha menunjukkan sikap yang ramah, mulai dari security yang menyambut sampai staf yang membantu ketika pasien membutuhkan sesuatu. Kalau pasien terlihat bingung, kami berusaha lebih responsif untuk membantu dan memberikan perhatian. Dalam pelayanannya juga kami menerapkan 5S, jadi bagaimana cara kita menyapa, tersenyum, bersikap sopan dan santun kepada pasien itu menjadi bagian dari sikap pelayanan yang kami biasakan. (Wawancara dengan Richa Danuputri sebagai *Graphic Designer* Firdaus Hospital, hari Kamis, 13 Agustus 2026, Firdaus Hospital Jakarta Utara).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
BANDUNG

Pernyataan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, kustomisasi sikap pelayanan diwujudkan melalui cara petugas menempatkan diri saat menghadapi pasien, terutama melalui keramahan, kesopanan, dan respons terhadap kebutuhan pasien. Penerapan 5S tidak hanya menjadi pedoman perilaku, tetapi juga menunjukkan upaya rumah sakit dalam menghadirkan pelayanan yang lebih humanis dan berorientasi pada kenyamanan pasien.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Firdaus Hospital dan hasil observasi langsung di lapangan, sikap pelayanan kepada pasien dilakukan dengan memperhatikan situasi dan karakteristik interaksi yang berlangsung. Penyesuaian

tersebut terlihat dari cara petugas berinteraksi, seperti menyesuaikan posisi tubuh ketika berbicara dengan pasien, memberikan sapaan, serta membantu pasien yang membutuhkan arahan selama proses pelayanan. Sikap tersebut menjadi bagian dari cara petugas memberikan pelayanan sesuai dengan kondisi interaksi yang dihadapi.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa penyesuaian sikap pelayanan didukung melalui pelatihan bagi petugas, termasuk pelatihan *grooming* dan *service excellence*. Materi tersebut mencakup cara menyapa pasien, cara berbicara, cara merespons pertanyaan, serta penampilan dan kerapian saat memberikan pelayanan. Pelatihan tersebut diterapkan kepada petugas yang berhadapan langsung dengan pasien, termasuk perawat dan dokter.

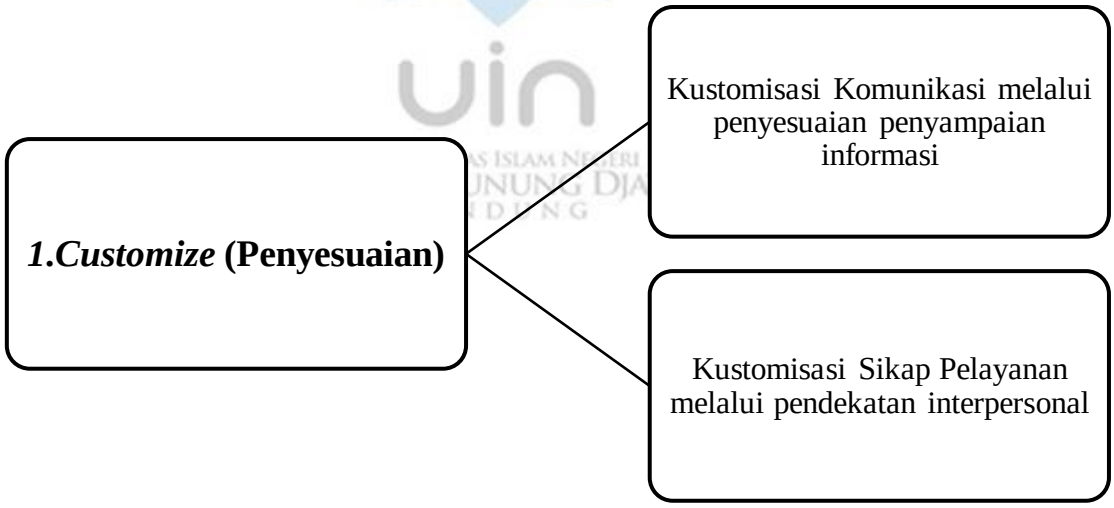
Hasil observasi memperlihatkan bahwa sikap pelayanan juga berkaitan dengan upaya memberikan pendampingan ketika pasien mengalami kebingungan atau membutuhkan bantuan. Petugas memberikan arahan mengenai layanan yang dituju serta membantu pasien memahami proses yang sedang dijalani. Hal tersebut ditemukan dalam proses pelayanan sebagai bentuk penyesuaian sikap petugas terhadap kebutuhan pasien selama berinteraksi.



Gambar 3. 15 Kustomisasi Pelayanan melalui Kegiatan Pekan Imunisasi Dunia di LRT Pegangsaan Dua
(Sumber: Website Firdaus Hospital https://rsfirdaus.com/)

Gambar tersebut memperlihatkan interaksi tenaga medis dengan pasien bayi dalam proses pemeriksaan kesehatan. Sikap pelayanan ditunjukkan melalui cara tenaga medis berinteraksi secara langsung dengan pasien anak selama pemeriksaan, dengan menyesuaikan pendekatan pelayanan terhadap kondisi pasien yang sedang ditangani. Penyesuaian tersebut menjadi bagian dari cara Firdaus Hospital memberikan pelayanan yang memperhatikan kebutuhan pasien selama proses pemeriksaan.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, *customize* pada Firdaus Hospital mencakup dua bentuk, yaitu kustomisasi komunikasi dan kustomisasi sikap pelayanan. Kedua bentuk tersebut menunjukkan penyesuaian cara menyampaikan informasi dan sikap pelayanan berdasarkan situasi serta kebutuhan pasien



Gambar 3. 16 Bagan *Customize*
(Sumber: Data Olahan Peneliti)

Bagan di atas menggambarkan dua strategi dalam *customize* yang dilakukan oleh Firdaus Hospital, yaitu kustomisasi komunikasi dan kustomisasi sikap pelayanan. Kedua bagian tersebut diperoleh melalui hasil wawancara, observasi

partisipasi pasif, obsevasi digital, serta dokumentasi terkait pelayanan dan kegiatan Firdaus Hospital. Penyesuaian terlihat melalui cara rumah sakit menyampaikan informasi kepada pasien serta cara petugas memberikan pelayanan dengan memperhatikan situasi dan kebutuhan pasien selama proses interaksi.

Penyesuaian komunikasi dilakukan melalui penyampaian informasi yang berkaitan dengan kondisi dan pelayanan pasien. Informasi mengenai pemeriksaan, kondisi kesehatan, dan tindakan disampaikan sesuai konteks pelayanan, termasuk melalui edukasi kesehatan yang disesuaikan dengan kebutuhan kelompok masyarakat.

Kustomisasi sikap pelayanan terlihat melalui cara petugas menyesuaikan sikap ketika berinteraksi dengan pasien. Hasil wawancara menunjukkan adanya perhatian terhadap cara menyapa, berbicara, merespons pertanyaan, serta penampilan dan kerapian petugas melalui pelatihan *grooming* dan *service excellence*. Observasi juga memperlihatkan adanya bantuan dan arahan kepada pasien ketika mengalami kebingungan dalam proses pelayanan. Sikap pelayanan tersebut menjadi bagian dari interaksi petugas selama proses pelayanan. Firdaus Hospital juga mengedepankan kenyamanan, keramahan, dan kekeluargaan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh, *customize* pada Firdaus Hospital mencakup dua bagian utama, yaitu kustomisasi komunikasi dan kustomisasi sikap pelayanan. Kustomisasi komunikasi terlihat dari penyesuaian informasi berdasarkan konteks pelayanan dan kebutuhan penerima informasi, sedangkan kustomisasi sikap pelayanan terlihat dari cara petugas menyesuaikan

sikap, cara berkomunikasi, serta bentuk pendampingan selama berinteraksi dengan pasien. Kedua bentuk tersebut ditemukan dalam proses pelayanan maupun kegiatan komunikasi Firdaus Hospital dengan masyarakat dan pasien.

3.4 Hasil Pembahasan Penelitian

Firdaus Hospital menjalankan strategi *customer relations* melalui serangkaian upaya pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan pengalaman pasien. Strategi tersebut terlihat dari cara rumah sakit mengenali kebutuhan pasien, membedakan karakteristik dan kebutuhan pelayanan, membangun interaksi secara berkelanjutan, serta menyesuaikan komunikasi dan pelayanan berdasarkan kondisi pasien. Praktik tersebut menunjukkan bahwa hubungan dengan pasien tidak hanya dibangun melalui pelayanan medis, tetapi juga melalui pengalaman interaksi yang diberikan oleh rumah sakit.

Strategi yang dilakukan Firdaus Hospital dengan pasien menjadi bagian dari strategi komunikasi dalam menjaga keberlangsungan relasi antara rumah sakit dan publiknya. *Customer relations* tidak hanya berorientasi pada proses pelayanan, tetapi juga pada bagaimana organisasi mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui pemenuhan kebutuhan dan harapan mereka. Menurut Novianti dan Ekoputro (2024:178) menjelaskan bahwa, menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan perlu dilakukan melalui perhatian terhadap kebutuhan pelanggan serta pemahaman terhadap manfaat jangka panjang dari hubungan yang terjalin. Perhatian terhadap kebutuhan pasien tidak cukup diwujudkan melalui keramahan petugas, tetapi juga melalui respons dan tindakan nyata dalam memenuhi harapan pasien. Konsistensi tersebut menjadi penting karena kepercayaan tidak hanya

dibentuk dari pengalaman pelayanan sesaat, melainkan dari hubungan yang terus dijaga antara rumah sakit dengan pasien.

Model IDIC dalam konteks Firdaus Hospital terlihat dalam praktik pelayanan yang menempatkan pasien sebagai pihak yang perlu dipahami secara menyeluruh. Informasi mengenai kebutuhan, keluhan, pengalaman, hingga karakteristik pasien menjadi dasar bagi rumah sakit dalam menentukan bentuk interaksi dan pelayanan yang diberikan. Temuan ini memperlihatkan bahwa hubungan antara rumah sakit dan pasien dibangun melalui proses yang berlangsung secara bertahap dan berkesinambungan, bukan hanya pada saat pasien menerima pelayanan medis.

Pelaksanaan strategi *customer relations* di Firdaus Hospital dapat dikelompokkan ke dalam beberapa strategi yang mengacu pada model IDIC. Setiap strategi menunjukkan bentuk upaya yang dilakukan rumah sakit dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan pasien. Adapun aspek strategi *customer relations* yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi:

1) *Identify Customers* (Identifikasi Pelanggan)
2) *Differentiate Customers* (Diferensiasi Pelanggan)
3) *Interact with Customers* (Interaksi dengan Pelanggan)
4) *Customize* (Penyesuaian)

Keempat strategi tersebut menjadi kerangka dalam menguraikan strategi *customer relations* Firdaus Hospital berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi. Pembahasan pada setiap aspek selanjutnya digunakan untuk melihat

bagaimana Firdaus Hospital membangun dan mempertahankan hubungan dengan pasien melalui pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan mereka.

3.4.1 *Identify Customers*

Identify customers menjadi tahap awal dalam strategi *customer relations* karena berkaitan dengan proses mengenali pelanggan beserta informasi yang dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan mereka. Menurut Nabila dan Nurdin (2024:135), identifikasi pelanggan diperlukan untuk mengenal pelanggan ketika mereka kembali menggunakan layanan maupun ketika melakukan komunikasi melalui berbagai saluran. Proses pengenalan tersebut menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam memperoleh informasi mengenai pelanggan yang dapat digunakan untuk membangun hubungan secara lebih terarah.

Proses *identify customers* tidak hanya berkaitan dengan mengenali identitas pasien, tetapi juga mencakup informasi mengenai kebutuhan kesehatan, kondisi pasien, serta pengalaman interaksi yang telah berlangsung. Berdasarkan temuan penelitian melalui wawancara dengan pihak Firdaus Hospital, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, proses tersebut terlihat melalui tiga bagian, yaitu identifikasi kebutuhan masyarakat, pengelolaan informasi pasien, dan pemanfaatan riwayat interaksi. Ketiga bagian tersebut menjadi dasar untuk memahami informasi yang berkaitan dengan masyarakat dan pasien sebelum diarahkan pada tahap diferensiasi, interaksi, serta penyesuaian pelayanan.

1) Identifikasi Kebutuhan Masyarakat

Berdasarkan hasil temuan, identifikasi kebutuhan masyarakat yang dilakukan Firdaus Hospital memperlihatkan adanya proses pengenalan kebutuhan yang

berlangsung secara aktif melalui interaksi dan pengamatan terhadap lingkungan sekitar. Firdaus Hospital tidak hanya menunggu kebutuhan disampaikan oleh pasien ketika berada di dalam pelayanan, tetapi memperoleh informasi melalui komunikasi dengan warga, RT/RW, Posyandu Lansia, klinik, dan Puskesmas. Dewi et al. (2024) menjelaskan bahwa pelaksanaan komunikasi dan promosi kesehatan di rumah sakit perlu melibatkan pasien, keluarga, masyarakat, serta membangun kerja sama dengan komunitas lokal dan berbagai pemangku kepentingan. Cara tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat diposisikan sebagai sumber informasi yang membantu rumah sakit memahami kondisi kesehatan dan kebutuhan layanan yang berkembang di lingkungan sekitar.

Praktik tersebut dalam model IDIC mencerminkan tahap *Identify*, yaitu upaya membangun pemahaman awal mengenai pihak yang dilayani beserta kebutuhan yang dimilikinya. Identifikasi yang dilakukan Firdaus Hospital menunjukkan bahwa pemahaman terhadap masyarakat tidak dapat dibentuk hanya melalui data kunjungan pasien, tetapi juga perlu mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan yang berkembang di lingkungan tempat mereka tinggal. Dengan demikian, pendekatan langsung kepada masyarakat menjadi langkah strategis untuk memperoleh gambaran kebutuhan yang lebih luas sebagai dasar dalam membangun hubungan antara rumah sakit dengan masyarakat.

Proses *touch the ground* menjadi bagian penting dalam identifikasi kebutuhan masyarakat melalui interaksi langsung dengan lingkungan sekitar. Sosialisasi bersama masyarakat membantu Firdaus Hospital mengenali kebutuhan layanan paru, jantung, dan tulang, khususnya pada kelompok usia lanjut. Kedekatan dengan

kawasan permukiman tersebut menjadi sumber informasi bagi rumah sakit untuk memahami kebutuhan kesehatan masyarakat secara lebih nyata dan menentukan layanan yang relevan.

Identifikasi juga diperkuat melalui pengamatan terhadap respons masyarakat terhadap promosi dan perkembangan tren pasien setiap bulan. Informasi yang digunakan Firdaus Hospital tidak hanya berasal dari komunikasi verbal, tetapi juga dari respons yang muncul setelah suatu layanan atau informasi kesehatan dikomunikasikan. Respons terhadap promosi online dan perubahan jumlah pasien memberikan gambaran mengenai layanan yang mendapatkan perhatian masyarakat. Pola tersebut memperlihatkan adanya proses membaca kebutuhan melalui dua arah informasi, yaitu informasi yang diperoleh secara langsung dari masyarakat dan informasi yang terlihat melalui respons terhadap komunikasi rumah sakit.

Kegiatan *screening* menjadi salah satu bentuk yang memperlihatkan bagaimana proses identifikasi kebutuhan diterjemahkan ke dalam aktivitas di lapangan. Ketika rumah sakit melakukan pemeriksaan seperti skrining mata dan katarak bersama lingkungan masyarakat, kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pemberian layanan kesehatan, tetapi juga membuka kesempatan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi kesehatan kelompok yang dilayani. Kegiatan lapangan memiliki dua fungsi yang saling berkaitan, yaitu memberikan pelayanan sekaligus memperoleh informasi mengenai kebutuhan kesehatan masyarakat.

Informasi yang diperoleh dari lingkungan tidak berhenti pada tahap pengenalan, tetapi menjadi dasar dalam menentukan bentuk kegiatan. Koordinasi

dengan RT/RW, klinik, dan Puskesmas dilakukan untuk memastikan kebutuhan masyarakat sebelum kegiatan ditetapkan, termasuk menyesuaikan kegiatan dengan menghadirkan dokter spesialis ketika diperlukan. Proses tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Novianti dan Ekoputro (2024:178) yang menekankan pentingnya perhatian terhadap kebutuhan pelanggan dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Informasi dari berbagai pihak Firdaus Hospital kemudian digunakan untuk menentukan kegiatan dan layanan yang relevan, sehingga identifikasi tidak hanya berfokus pada mengenali masyarakat, tetapi juga memahami kebutuhan kelompok yang menjadi sasaran pelayanan.

Proses identifikasi juga memperlihatkan bahwa Firdaus Hospital tidak hanya melihat kebutuhan masyarakat, tetapi turut memetakan peluang dan kemampuan layanan yang dimiliki. Kebutuhan seperti dokter spesialis anak, imunisasi, dan tumbuh kembang dapat menjadi dasar dalam mengomunikasikan layanan yang relevan, sementara fasilitas seperti CT Scan dan *Shock Wave Therapy* (SWT) dapat ditonjolkan ketika memiliki keterkaitan dengan kebutuhan yang ditemukan. Artinya, proses identifikasi berjalan melalui pertemuan antara informasi mengenai kebutuhan masyarakat dan kapasitas internal rumah sakit.

Pola tersebut menunjukkan bahwa identifikasi kebutuhan tidak berarti rumah sakit harus menyediakan seluruh layanan berdasarkan setiap kebutuhan yang ditemukan. Informasi dari masyarakat terlebih dahulu dipertemukan dengan kemampuan, fasilitas, serta layanan yang tersedia di Firdaus Hospital. Proses ini membuat keputusan komunikasi layanan tidak semata-mata didasarkan pada apa yang dimiliki rumah sakit, tetapi mempertimbangkan relevansinya dengan

kebutuhan yang ditemukan. Firdaus Hospital dengan kata lain menggunakan informasi masyarakat sebagai salah satu dasar untuk menentukan layanan mana yang perlu dikomunikasikan dan kepada kelompok mana layanan tersebut relevan.

Identifikasi kebutuhan masyarakat pada Firdaus Hospital dapat dipahami sebagai proses mengenali kondisi dan kebutuhan kesehatan masyarakat melalui interaksi dengan lingkungan serta pengamatan terhadap berbagai respons yang muncul. Proses *touch the ground*, koordinasi dengan lingkungan dan fasilitas kesehatan, pemantauan respons promosi, serta kegiatan *screening* menjadi sumber informasi bagi rumah sakit. Informasi tersebut kemudian menjadi dasar untuk melihat kebutuhan layanan yang berkembang dan menentukan bentuk kegiatan yang akan dilakukan sesuai dengan kondisi masyarakat.

2) Pengelolaan Interaksi Pasien

Pengelolaan informasi pasien pada Firdaus Hospital memperlihatkan bahwa proses *identify customers* tidak hanya berkaitan dengan mengenali identitas pasien, tetapi juga mengelola berbagai informasi yang diperoleh selama proses pelayanan. Informasi seperti usia, jenis penjaminan, diagnosis, hasil pemeriksaan, dan riwayat konsultasi menjadi bagian dari informasi yang membantu rumah sakit mengenali kondisi serta kebutuhan pasien. Pengelolaan tersebut berlangsung sejak proses pendaftaran hingga pelayanan kesehatan diberikan.

Berdasarkan perspektif model IDIC, pengelolaan informasi tersebut menunjukkan bahwa proses *Identify* tidak berhenti pada pencatatan identitas, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan rumah sakit membangun gambaran yang lebih utuh mengenai setiap pasien. Weatherford et al. (2026) menekankan pentingnya

pengelolaan identitas dan rekam medis yang akurat agar informasi pasien dapat diakses secara tepat selama proses pelayanan. Hal ini memperlihatkan bahwa informasi administratif dan riwayat kesehatan memiliki keterkaitan dalam membantu rumah sakit memahami kondisi pasien. Dengan demikian, nilai penting pengelolaan informasi bukan hanya terletak pada kelengkapan data, tetapi juga pada pemanfaatannya untuk mengenali kebutuhan pasien dan mendukung kesinambungan pelayanan.

Informasi pasien yang diperoleh sejak pendaftaran menjadi bagian awal dalam mengenali karakteristik pasien. Data usia juga memberikan gambaran mengenai karakteristik pasien yang dilayani. Informasi administratif dengan demikian tidak hanya berfungsi untuk kebutuhan pencatatan, tetapi turut menjadi bagian dari informasi yang membantu rumah sakit mengenali pasien.

Pengelolaan informasi kemudian berlanjut pada informasi yang diperoleh selama proses pemeriksaan dan pelayanan kesehatan. Diagnosis, hasil pemeriksaan, serta kondisi pasien dapat memberikan gambaran mengenai kebutuhan penanganan yang diperlukan. Ketika terdapat kondisi lain yang membutuhkan perhatian, informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk melibatkan dokter spesialis melalui Rawat Bersama atau menentukan tindak lanjut pelayanan. Penggunaan informasi tersebut menunjukkan bahwa data pasien memiliki fungsi dalam menghubungkan kondisi pasien dengan kebutuhan pelayanan berikutnya.

Hal serupa terlihat pada pemanfaatan riwayat konsultasi dan pemeriksaan yang tercatat dalam rekam medis. Informasi dari pelayanan sebelumnya dapat digunakan untuk melihat kebutuhan pasien terhadap layanan spesialis lain,

sehingga kondisi pasien dapat dipahami secara lebih menyeluruh. Informasi yang tercatat tidak berhenti sebagai dokumentasi pelayanan, tetapi menjadi bagian dari proses mengenali kebutuhan pasien selama menjalani pelayanan kesehatan.

Pengelolaan tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Nashrulloh dan Anggraini (2024:70) yang menjelaskan bahwa rekam medis elektronik mencakup proses pengumpulan, penyimpanan, pengelolaan, dan pengaksesan data yang tersimpan dalam rekam medis pasien. Prinsip tersebut dalam konteks Firdaus Hospital, terlihat melalui penggunaan informasi pasien sejak pendaftaran hingga pemeriksaan dan tindak lanjut pelayanan. Data yang terkumpul menjadi bagian dari informasi yang digunakan untuk mengenali kondisi serta kebutuhan pasien dalam proses pelayanan.

Pengelolaan informasi pasien pada Firdaus Hospital dengan demikian memperlihatkan bahwa proses *identify customers* berlangsung melalui pengumpulan dan pemanfaatan informasi yang diperoleh dari berbagai tahapan pelayanan. Data administratif membantu mengenali karakteristik pasien, sedangkan informasi medis dan riwayat pelayanan memberikan gambaran mengenai kondisi serta kebutuhan kesehatan pasien.

3) Pemanfaatan Riwayat Interaksi

Pemanfaatan riwayat interaksi pada Firdaus Hospital memperlihatkan bahwa proses *identify customers* tidak hanya berkaitan dengan mengenali pasien melalui informasi yang diperoleh saat pelayanan berlangsung, tetapi juga menggunakan informasi dari interaksi yang telah terjadi sebelumnya. Riwayat kunjungan, pemeriksaan, konsultasi, dan komunikasi menjadi bagian dari informasi yang

membantu rumah sakit memahami kondisi serta kebutuhan pasien secara berkelanjutan. Pemanfaatan tersebut memungkinkan informasi dari pelayanan sebelumnya tetap berkaitan dengan proses pelayanan berikutnya.

Informasi yang diperoleh dari kunjungan dan pelayanan sebelumnya menjadi bagian dalam mengenali pasien ketika kembali memperoleh pelayanan. Riwayat tersebut dapat memberikan gambaran mengenai pengalaman, kondisi, serta kebutuhan pasien berdasarkan interaksi yang telah berlangsung. Informasi dari interaksi sebelumnya tidak hanya berfungsi sebagai catatan, tetapi turut membantu rumah sakit mengenali pasien pada kesempatan pelayanan berikutnya.

Pemanfaatan riwayat interaksi juga terlihat pada informasi mengenai pemeriksaan, konsultasi, dan diagnosis yang telah dilakukan. Informasi tersebut dapat digunakan untuk mengetahui kebutuhan pasien terhadap layanan atau dokter spesialis lain, termasuk ketika pasien memerlukan Rawat Bersama maupun rujukan. Penggunaan riwayat pelayanan menunjukkan bahwa informasi dari interaksi sebelumnya dapat dihubungkan dengan kebutuhan pelayanan yang muncul pada tahap berikutnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Riwayat interaksi juga mencakup pengalaman pasien selama menjalani proses pelayanan di Firdaus Hospital. Komunikasi langsung maupun survei pengalaman pasien memberikan informasi mengenai tanggapan dan pengalaman yang telah dialami. Informasi tersebut dapat menjadi bagian dari riwayat hubungan pasien dengan rumah sakit, sehingga pengalaman pada interaksi sebelumnya dapat kembali menjadi informasi dalam memahami hubungan yang berlangsung pada interaksi berikutnya. Strategi tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal

Syahputro et al. (2023:1084) yang menjelaskan bahwa penerapan *customer relations* dilakukan dengan memahami preferensi, kebutuhan, dan riwayat interaksi pelanggan untuk memberikan solusi yang lebih efektif. Prinsip tersebut terlihat melalui penggunaan informasi dari kunjungan, pemeriksaan, konsultasi, dan komunikasi sebelumnya untuk memahami kebutuhan pasien dalam pelayanan selanjutnya yang dilakukan Firdaus Hospital.

Riwayat interaksi pada Firdaus Hospital dengan demikian menjadi bagian dari proses pengenalan pasien yang berlangsung secara berkelanjutan. Informasi mengenai kunjungan, pemeriksaan, konsultasi, komunikasi, dan pengalaman pelayanan dapat dihubungkan dengan kebutuhan pasien pada interaksi berikutnya. Penggunaan kembali informasi tersebut memperlihatkan bahwa *identify customers* tidak hanya berlangsung ketika pasien pertama kali berinteraksi, tetapi terus berkembang melalui informasi yang diperoleh dari hubungan yang telah berlangsung.

3.4.2 *Differentiate Customers*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Differentiate customers menjadi salah satu tahap dalam strategi *customer relations* yang berkaitan dengan membedakan pelanggan berdasarkan karakteristik dan kebutuhan yang dimiliki. Diferensiasi dilakukan karena setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan karakteristik yang berbeda, sehingga informasi mengenai pelanggan dapat digunakan untuk menentukan pelayanan yang lebih sesuai. Nabila dan Nurdin (2024:137) menjelaskan bahwa *differentiate customers* menjadi bagian dari penerapan CRM berdasarkan model IDIC Peppers dan Rogers, dengan

pembedaan pelanggan dilakukan melalui informasi atau data yang dimiliki mengenai pelanggan.

Diferensiasi pelanggan di Firdaus Hospital dilakukan berdasarkan karakteristik yang berkaitan dengan kebutuhan pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, penerapan *differentiate customers* mencakup diferensiasi berdasarkan status penjaminan pasien, karakteristik usia pasien, dan hubungan pasien dengan rumah sakit. Ketiga bentuk tersebut menunjukkan adanya perbedaan karakteristik dan kebutuhan pasien yang menjadi bagian dalam pengelolaan hubungan antara Firdaus Hospital dan pasien.

1) Diferensiasi Berdasarkan Status Penjaminan Pasien

Diferensiasi pasien di Firdaus Hospital berdasarkan status penjaminan memperlihatkan adanya pengelompokan pasien sesuai dengan jenis jaminan yang digunakan. Perbedaan antara pasien umum, asuransi, dan BPJS Kesehatan berkaitan dengan alur pendaftaran serta proses administrasi yang dijalani selama memperoleh pelayanan. Kirana et al. (2026) menemukan adanya perbedaan persepsi kualitas pelayanan berdasarkan sumber pembiayaan kesehatan antara pasien umum, BPJS, dan asuransi komersial. Pengelompokan tersebut menunjukkan bahwa status penjaminan menjadi salah satu karakteristik yang digunakan rumah sakit dalam membedakan pasien.

Perbedaan tersebut terlihat dari adanya jalur pendaftaran yang berbeda antara pasien umum dan asuransi dengan pasien BPJS Kesehatan. Pasien umum dan asuransi memiliki loket serta area lobi pendaftaran tersendiri, sedangkan pasien

BPJS Kesehatan dapat melakukan pendaftaran melalui Mobile JKN maupun fasilitas khusus BPJS yang tersedia di rumah sakit. Pembedaan ini menunjukkan bahwa karakteristik penjaminan berkaitan langsung dengan mekanisme awal yang dilalui pasien sebelum memperoleh pelayanan kesehatan.

Diferensiasi berdasarkan status penjaminan juga berkaitan dengan bentuk pendampingan yang diberikan selama proses pelayanan. Pasien umum dan asuransi mendapatkan pendampingan melalui *Patient Care*, sedangkan pasien BPJS memiliki alur pelayanan yang mengikuti ketentuan penjaminan BPJS Kesehatan. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa status penjaminan tidak hanya digunakan untuk kepentingan administratif, tetapi juga menjadi informasi dalam menentukan bentuk pendampingan yang diterima pasien.

Pembedaan berdasarkan penjaminan juga terlihat pada pasien dengan kondisi kecelakaan. Jenis kecelakaan dan pihak yang memberikan jaminan menjadi pertimbangan dalam menentukan alur penjaminan, seperti penggunaan Jasa Raharja untuk kecelakaan lalu lintas maupun BPJS Ketenagakerjaan untuk kecelakaan kerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diferensiasi tidak hanya berdasarkan kategori umum pasien, tetapi juga mempertimbangkan karakteristik penjaminan yang berkaitan dengan kondisi pelayanan pasien. Menurut Nursa, et al. (2019:653), segmentasi pelanggan rumah sakit dapat dilakukan berdasarkan berbagai karakteristik pasien, termasuk karakteristik perilaku dan penggunaan asuransi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelompokan pasien berdasarkan karakteristik tertentu dapat membantu rumah sakit mengenali kelompok pelanggan yang dilayani. Status penjaminan pada Firdaus Hospital menjadi salah satu dasar

pengelompokan yang terlihat melalui perbedaan alur pendaftaran, mekanisme administrasi, serta bentuk pendampingan pasien.

Diferensiasi berdasarkan status penjaminan pada Firdaus Hospital dengan demikian memperlihatkan adanya perbedaan karakteristik pasien yang berkaitan dengan proses pelayanan. Pasien umum, asuransi, BPJS Kesehatan, maupun pasien dengan bentuk penjaminan tertentu memiliki mekanisme pelayanan yang berbeda sesuai dengan ketentuan penjaminannya. Pembedaan tersebut menjadi bagian dari *differentiate customers* karena rumah sakit mengelompokkan pasien berdasarkan karakteristik penjaminan untuk mengelola proses pelayanan secara lebih terarah.

2) Diferensiasi Berdasarkan Karakteristik Usia Pasien

Diferensiasi pasien di Firdaus Hospital berdasarkan karakteristik usia memperlihatkan adanya perbedaan kebutuhan pelayanan pada kelompok usia yang berbeda. Perbedaan tersebut terlihat dari karakteristik kebutuhan kesehatan, cara menerima informasi, serta jenis layanan yang lebih banyak dibutuhkan oleh kelompok pasien tertentu. Usia menjadi salah satu karakteristik yang digunakan untuk melihat perbedaan pasien sehingga kebutuhan setiap kelompok dapat dipahami berdasarkan kondisi yang dihadapi.

Perbedaan karakteristik usia terlihat pada cara penyampaian informasi selama proses pelayanan. Pasien usia muda cenderung menerima informasi secara lebih ringkas, sedangkan pasien lanjut usia membutuhkan penyampaian yang lebih perlahan dan perhatian yang lebih besar agar informasi dapat dipahami. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa usia tidak hanya berkaitan dengan kategori

demografis pasien, tetapi juga berkaitan dengan karakteristik komunikasi yang berlangsung selama pelayanan.

Diferensiasi berdasarkan usia juga terlihat dari kebutuhan layanan kesehatan yang lebih banyak digunakan oleh kelompok pasien lanjut usia. Kelompok lansia di sekitar Firdaus Hospital memiliki kebutuhan yang berkaitan dengan layanan paru, jantung, dan tulang. Kondisi tersebut menunjukkan adanya karakteristik kebutuhan kesehatan yang berbeda antara kelompok usia lanjut dengan kelompok usia lainnya, sehingga usia dapat menjadi salah satu dasar dalam mengelompokkan kebutuhan pasien.

Perbedaan tersebut juga terlihat melalui kegiatan pelayanan yang ditujukan kepada kelompok usia tertentu. Kegiatan pemeriksaan mata dan skrining katarak bersama Posyandu Lansia menunjukkan adanya layanan yang berkaitan dengan kebutuhan kesehatan kelompok lanjut usia. Sementara itu, kelompok anak memiliki kebutuhan yang berkaitan dengan layanan kesehatan anak, imunisasi, serta tumbuh kembang. Perbedaan kebutuhan tersebut memperlihatkan bahwa karakteristik usia berkaitan dengan jenis layanan kesehatan yang dibutuhkan oleh pasien.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Strategi tersebut sejalan dengan hasil dalam jurnal Amriani, et al. (2020:180) yang menjelaskan bahwa segmentasi pasar pelayanan kesehatan dapat dilakukan berdasarkan karakteristik pengguna jasa, termasuk karakteristik demografis seperti umur. Penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan karakteristik antarsegmen pasien yang dapat menjadi dasar bagi rumah sakit dalam memfokuskan pelayanan kesehatan pada kelompok tertentu. Karakteristik usia

menjadi salah satu dasar bagi Firdaus Hospital untuk melihat perbedaan kebutuhan pasien, baik dari sisi komunikasi maupun jenis layanan kesehatan yang digunakan.

Diferensiasi berdasarkan karakteristik usia pada Firdaus Hospital dengan demikian memperlihatkan bahwa pasien tidak dipandang sebagai kelompok yang memiliki kebutuhan seragam. Perbedaan antara kelompok anak, usia dewasa, dan lansia terlihat dari kebutuhan layanan serta karakteristik pelayanan yang diterima. Pembedaan tersebut menjadi bagian dari *differentiate customers* karena usia digunakan sebagai salah satu karakteristik untuk mengenali perbedaan kebutuhan pasien dalam proses pelayanan kesehatan.

3) Diferensiasi Berdasarkan Hubungan Pasien

Diferensiasi pasien di Firdaus Hospital berdasarkan hubungan pelanggan memperlihatkan adanya perbedaan karakteristik pasien berdasarkan pengalaman dan hubungan yang telah terjalin dengan rumah sakit. Perbedaan tersebut terlihat antara pasien yang baru pertama kali memperoleh pelayanan, pasien yang telah beberapa kali berinteraksi, serta pasien yang berasal dari komunitas atau perusahaan yang memiliki hubungan kerja sama dengan rumah sakit. Hubungan yang telah terbentuk menjadi salah satu dasar dalam melihat kebutuhan pendampingan pasien selama memperoleh pelayanan.

Pasien yang baru pertama kali datang memiliki kebutuhan yang berbeda karena belum memahami lingkungan dan alur pelayanan rumah sakit. Kondisi tersebut membuat pasien baru membutuhkan bantuan untuk mengenali bagian pelayanan yang dituju, memahami proses pendaftaran, serta memperoleh informasi mengenai fasilitas yang tersedia. Pendampingan pada tahap awal menjadi bentuk

perhatian terhadap karakteristik pasien yang belum memiliki pengalaman interaksi sebelumnya dengan Firdaus Hospital.

Perbedaan juga terlihat pada pasien yang telah memiliki hubungan sebelumnya dengan rumah sakit. Pengalaman interaksi yang telah berlangsung memberikan informasi mengenai hubungan pasien dengan rumah sakit, sehingga pelayanan dapat diberikan berdasarkan pengetahuan yang telah terbentuk dari interaksi sebelumnya. Hubungan tersebut dapat mencakup pasien yang telah beberapa kali memperoleh pelayanan maupun pihak yang memiliki keterikatan melalui kegiatan kesehatan bersama.

Karakteristik hubungan pelanggan juga terlihat pada pasien yang berasal dari komunitas atau perusahaan mitra. Hubungan kerja sama yang telah terbentuk membuat kelompok tersebut memiliki pola interaksi yang berbeda dibandingkan pasien yang datang secara individual. Pendampingan dapat diberikan secara langsung ketika anggota komunitas atau perusahaan mitra memperoleh pelayanan, sehingga hubungan yang telah terjalin antara rumah sakit dengan pihak tersebut turut menjadi bagian dalam pengelolaan pasien.

Pembedaan berdasarkan hubungan tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Shodikin, et al. (2024) yang melakukan segmentasi pasien berdasarkan *Customer Lifetime Value* dengan mempertimbangkan frekuensi kunjungan, waktu kunjungan, nilai transaksi, dan jarak antartransaksi. Penelitian tersebut menghasilkan beberapa kelompok pasien berdasarkan karakteristik hubungan. Pengelompokan tersebut menunjukkan bahwa riwayat hubungan pasien dapat

digunakan untuk memahami perbedaan karakteristik pelanggan dalam pengelolaan hubungan rumah sakit.

Hubungan pasien pada Firdaus Hospital dapat dilihat melalui pengalaman pelayanan, frekuensi interaksi, serta keterikatan pasien atau kelompok tertentu dengan rumah sakit. Pasien baru membutuhkan pengenalan terhadap alur pelayanan, sedangkan pasien yang telah memiliki hubungan sebelumnya memiliki pengalaman yang dapat menjadi bagian dari informasi dalam interaksi berikutnya. Pada kelompok komunitas dan perusahaan mitra, hubungan kerja sama menjadi karakteristik tambahan yang membedakan pola interaksi dengan rumah sakit.

Diferensiasi berdasarkan hubungan pelanggan pada Firdaus Hospital dengan demikian memperlihatkan bahwa pasien memiliki karakteristik hubungan yang berbeda sesuai dengan pengalaman dan interaksi yang telah berlangsung. Perbedaan antara pasien baru, pasien yang telah memiliki pengalaman pelayanan, serta pasien dari komunitas atau perusahaan mitra menjadi bagian dari *differentiate customers*. Pembedaan tersebut membantu rumah sakit mengenali karakteristik hubungan pasien sebagai dasar dalam mengelola bentuk pendampingan dan interaksi selama proses pelayanan.

3.4.3 *Interact with Customer*

Interact with customers menjadi salah satu tahap dalam strategi *customer relations* yang berkaitan dengan proses membangun hubungan melalui interaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Interaksi diperlukan karena menjadi ruang bagi organisasi untuk menyampaikan informasi, menerima respons, serta mengetahui pengalaman pelanggan selama memperoleh pelayanan. Menurut Tabassum dan

Chitradevi (2024:1076), *customer interaction and communication* menjadi salah satu aspek yang berkaitan dengan kegiatan *customer relations*, bersama dengan kualitas dan keandalan pelayanan.

Interaksi dengan pasien pada Firdaus Hospital berlangsung melalui berbagai bentuk komunikasi selama proses pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, tahap *interact with customers* terlihat melalui beberapa bentuk interaksi yang dilakukan rumah sakit dengan pasien. Interaksi tersebut mencakup interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap, interaksi melalui survei pengalaman pasien, interaksi melalui saluran komunikasi digital, serta interaksi dengan komunitas dan korporasi. Keempat bagian tersebut menunjukkan bahwa interaksi dengan pasien menjadi sarana untuk membangun hubungan dan memahami pengalaman pasien selama pelayanan.

1) Interaksi Tatap Muka Dengan Pasien Rawat Inap

Interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap di Firdaus Hospital memperlihatkan adanya komunikasi langsung selama pasien menjalani proses perawatan. Interaksi tersebut dilakukan melalui kunjungan ke ruang rawat inap untuk mengetahui kondisi pasien, pengalaman selama mendapatkan pelayanan, serta kendala yang dirasakan selama masa perawatan. Pertemuan langsung menjadi bagian dari proses *interact with customers* karena memungkinkan rumah sakit memperoleh informasi secara langsung sekaligus memberikan respons kepada pasien.

Interaksi tatap muka berlangsung selama pasien masih menjalani perawatan di rumah sakit. Kunjungan ke ruang rawat inap menjadi ruang komunikasi untuk

menanyakan kondisi pasien serta memastikan pelayanan berjalan dengan baik. Interaksi tersebut juga memberikan kesempatan kepada pasien untuk menyampaikan keluhan maupun kebutuhan yang dirasakan selama menjalani perawatan.

Interaksi secara langsung juga memungkinkan informasi mengenai pengalaman pasien diperoleh melalui komunikasi dua arah. Pasien tidak hanya menjadi penerima pelayanan, tetapi dapat menyampaikan tanggapan mengenai pelayanan yang sedang diterima. Informasi yang muncul selama percakapan tersebut dapat menjadi bagian dari komunikasi antara rumah sakit dan pasien selama proses perawatan berlangsung.

Proses interaksi juga terlihat melalui komunikasi antara pasien dengan pihak yang terlibat dalam pelayanan ketika terdapat kondisi yang membutuhkan tindak lanjut. Informasi mengenai kondisi pasien dapat disampaikan dan dikomunikasikan kepada pihak terkait agar kebutuhan pelayanan dapat ditangani. Interaksi tatap muka dengan demikian tidak hanya berkaitan dengan percakapan mengenai pengalaman pasien, tetapi juga menjadi bagian dari penyampaian informasi yang mendukung keberlangsungan pelayanan.

Strategi tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Novitarum, et al. (2024), yang menjelaskan bahwa komunikasi terapeutik pada pelayanan pasien rawat inap merupakan proses pertukaran informasi antara perawat dan pasien yang ditujukan untuk membantu menyelesaikan masalah pasien serta mendukung pencapaian pelayanan yang efektif. Penelitian tersebut juga menunjukkan penerapan komunikasi melalui tahap pra-interaksi, orientasi, kerja, dan terminasi

dalam pelayanan keperawatan. Prinsip tersebut pada Firdaus Hospital terlihat melalui komunikasi langsung selama pasien menjalani perawatan, terutama ketika kondisi, pengalaman, maupun kebutuhan pasien dibicarakan secara langsung.

Interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap pada Firdaus Hospital dengan demikian menjadi salah satu bentuk *interact with customers* yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara langsung. Kunjungan selama masa perawatan memberikan ruang bagi pasien untuk menyampaikan kondisi dan pengalaman, sementara rumah sakit dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memahami pelayanan yang sedang berlangsung. Interaksi tersebut membuat hubungan dengan pasien tidak hanya berlangsung pada saat pemberian tindakan medis, tetapi juga melalui komunikasi selama pasien menjalani perawatan.

2) Interaksi Melalui Survei Pengalaman Pasien

Interaksi melalui survei pengalaman pasien di Firdaus Hospital memperlihatkan adanya ruang bagi pasien untuk menyampaikan pengalaman setelah memperoleh pelayanan. Survei digunakan untuk mengetahui tanggapan pasien terhadap pelayanan yang telah diterima. Sejalan dengan itu, Elyana dan Utarini (2024) menjelaskan bahwa pengukuran pengalaman pasien dapat menjadi dasar dalam merumuskan perbaikan pelayanan rumah sakit. Proses tersebut menjadi bagian dari *interact with customers* karena memungkinkan rumah sakit menerima informasi langsung dari pasien mengenai pengalaman selama berada di rumah sakit.

Interaksi melalui survei dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada pasien untuk menyampaikan penilaian terhadap pelayanan. Proses pengisian tidak

hanya dilakukan secara mandiri melalui *barcode*, tetapi juga dapat disertai komunikasi langsung agar pasien lebih leluasa menyampaikan pengalaman yang dirasakan. Cara tersebut membuat survei tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penilaian, tetapi juga menjadi ruang komunikasi antara pasien dan rumah sakit.

Informasi yang diperoleh melalui survei berkaitan dengan pengalaman pasien selama menerima pelayanan. Pasien dapat menyampaikan bagian pelayanan yang dianggap sudah baik maupun hal yang masih dirasakan kurang. Informasi tersebut memberikan gambaran mengenai pelayanan dari sudut pandang pasien sehingga rumah sakit dapat mengetahui pengalaman yang dirasakan secara langsung oleh pihak yang menerima pelayanan.

Interaksi melalui survei juga berkaitan dengan penyampaian keluhan dan masukan. Ketika pasien menyampaikan ketidakpuasan terhadap pelayanan, informasi tersebut dapat diteruskan kepada bagian yang berkaitan untuk memperoleh tindak lanjut. Interaksi dengan demikian tidak berhenti pada pengumpulan tanggapan, tetapi berlanjut pada proses penerimaan dan penanganan informasi yang disampaikan pasien.

Strategi tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Manik dan Saputri (2024:295) yang menjelaskan bahwa survei kepuasan pasien menjadi instrumen penting untuk menilai kualitas pelayanan rumah sakit. Penggunaan survei juga memungkinkan data dikumpulkan, diolah, dan dianalisis sebagai umpan balik bagi pengelola dalam melakukan evaluasi pelayanan. Prinsip tersebut terlihat pada Firdaus Hospital melalui penggunaan survei pengalaman sebagai sarana memperoleh tanggapan pasien setelah menerima pelayanan.

Interaksi melalui survei pengalaman pasien pada Firdaus Hospital dengan demikian menjadi salah satu bentuk *interact with customers* yang mempertemukan pengalaman pasien dengan proses evaluasi pelayanan rumah sakit. Tanggapan yang disampaikan pasien memberikan informasi mengenai pengalaman selama memperoleh pelayanan sekaligus membuka ruang bagi rumah sakit untuk menerima masukan. Interaksi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi dengan pasien tetap berlangsung setelah pelayanan diberikan melalui saluran yang memungkinkan pengalaman pasien didengar dan ditindaklanjuti.

3) Interaksi Melalui Saluran Komunikasi Digital

Interaksi melalui saluran komunikasi digital di Firdaus Hospital memperlihatkan adanya komunikasi dengan pasien yang berlangsung di luar pelayanan tatap muka. WhatsApp, telepon, media sosial, dan *Customer Care* menjadi saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi serta menerima kebutuhan pasien. Penggunaan berbagai saluran tersebut menjadi bagian dari *interact with customers* karena memungkinkan komunikasi berlangsung melalui berbagai titik kontak.

Interaksi digital berlangsung ketika pasien menghubungi rumah sakit untuk memperoleh informasi mengenai pelayanan. Pertanyaan mengenai jadwal dokter, ketersediaan layanan, pendaftaran, maupun kebutuhan lainnya dapat disampaikan melalui saluran yang tersedia. Komunikasi tersebut memberikan akses yang lebih mudah bagi pasien untuk memperoleh informasi sebelum datang atau ketika membutuhkan pelayanan.

WhatsApp menjadi salah satu saluran yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara langsung antara pasien dan rumah sakit. Pesan yang masuk dapat berisi pertanyaan, permintaan informasi, maupun kebutuhan terkait pelayanan. Respons yang diberikan melalui saluran tersebut membuat proses komunikasi tidak hanya berlangsung satu arah, tetapi memberikan ruang bagi pasien untuk menyampaikan kebutuhan dan memperoleh tanggapan dari rumah sakit.

Interaksi digital juga berlangsung melalui media sosial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana penyampaian informasi mengenai layanan dan kegiatan rumah sakit, tetapi dapat menjadi ruang bagi pasien untuk memberikan tanggapan maupun membagikan pengalaman pelayanan. Informasi yang muncul melalui interaksi tersebut memperluas komunikasi antara rumah sakit dengan pasien di luar proses pelayanan langsung. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Tefa, et al. (2024) yang menjelaskan bahwa media digital dapat digunakan untuk mendukung akses pasien terhadap pelayanan kesehatan. Media digital memberikan alternatif bagi pasien untuk memperoleh informasi dan mengakses layanan tanpa selalu bergantung pada interaksi secara langsung.

Interaksi melalui saluran komunikasi digital pada Firdaus Hospital dengan demikian menjadi bagian dari *interact with customers* yang memperluas komunikasi antara rumah sakit dan pasien. WhatsApp, telepon, media sosial, dan *Customer Care* memberikan ruang bagi pasien untuk menyampaikan kebutuhan serta memperoleh informasi mengenai pelayanan. Interaksi tersebut menunjukkan

bahwa hubungan dengan pasien tetap dapat berlangsung melalui saluran digital sebelum, selama, maupun setelah pasien memperoleh pelayanan.

4) Interaksi Dengan Komunitas Dan Korporasi.

Interaksi dengan komunitas dan korporasi di Firdaus Hospital memperlihatkan adanya hubungan yang dibangun melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan kesehatan bersama pihak eksternal. Interaksi tersebut berlangsung melalui kegiatan pemeriksaan kesehatan, *Medical Check Up*, edukasi, *health talk*, serta dukungan medis pada kegiatan tertentu. Bentuk interaksi tersebut menjadi bagian dari *interact with customers* karena komunikasi dengan pihak eksternal berlangsung melalui kegiatan yang melibatkan rumah sakit secara langsung.

Interaksi dengan komunitas dilakukan melalui keterlibatan Firdaus Hospital dalam kegiatan kesehatan yang berlangsung di lingkungan masyarakat. Pemeriksaan kesehatan, edukasi, dan kegiatan bersama komunitas memberikan ruang bagi rumah sakit untuk berkomunikasi secara langsung dengan peserta kegiatan. Interaksi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemberian layanan, tetapi juga memberikan kesempatan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan kesehatan masyarakat yang terlibat.

Interaksi dengan korporasi juga berlangsung melalui kegiatan pelayanan kesehatan yang dilakukan di lingkungan perusahaan. Pelaksanaan *Medical Check Up* menjadi salah satu bentuk keterlibatan rumah sakit dalam memenuhi kebutuhan kesehatan pihak perusahaan dan pekerjanya. Kegiatan tersebut menciptakan titik interaksi yang memungkinkan komunikasi antara rumah sakit dengan pihak korporasi berlangsung melalui pelayanan secara langsung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Hubungan dengan pihak eksternal juga terlihat melalui keterlibatan dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas maupun korporasi. Firdaus Hospital dapat memberikan dukungan berupa pemeriksaan kesehatan, *medical support*, maupun edukasi kesehatan sesuai dengan bentuk kegiatan yang dilakukan. Keterlibatan tersebut membuat interaksi tidak hanya berlangsung ketika pasien datang ke rumah sakit, tetapi juga melalui kehadiran rumah sakit pada lingkungan komunitas dan korporasi.

Interaksi dengan komunitas juga sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Jaladri et al. (2025:418) yang menjelaskan bahwa komunikasi dua arah berperan dalam membangun keterlibatan antara rumah sakit dan masyarakat. Program kesehatan yang melibatkan masyarakat tidak hanya berorientasi pada pemberian layanan, tetapi juga memberikan ruang bagi rumah sakit untuk memahami kebutuhan masyarakat serta membangun hubungan yang berkelanjutan.

Interaksi dengan komunitas dan korporasi pada Firdaus Hospital dengan demikian menjadi bagian dari *interact with customers* yang memperluas titik hubungan rumah sakit di luar lingkungan pelayanan internal. Kegiatan kesehatan bersama komunitas dan korporasi menciptakan ruang komunikasi secara langsung melalui pelayanan, edukasi, maupun dukungan kegiatan. Interaksi tersebut memperlihatkan bahwa hubungan Firdaus Hospital tidak hanya berlangsung dengan pasien secara individual, tetapi juga melalui kelompok dan pihak eksternal yang memiliki keterlibatan dengan rumah sakit.

3.4.1 *Customize*

Customize menjadi salah satu tahapan dalam strategi *customer relations* yang berkaitan dengan penyesuaian aspek pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Kustomisasi diperlukan karena setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan pengalaman yang berbeda, sehingga pelayanan tidak selalu diberikan melalui bentuk yang sama. Setiadi (2023:478) menjelaskan bahwa *customized customer relationship management* memungkinkan perusahaan membangun hubungan yang lebih sesuai dengan pelanggan melalui pemanfaatan informasi pelanggan dan pengelolaan hubungan secara lebih personal.

Kustomisasi pelayanan di Firdaus Hospital dilakukan melalui penyesuaian pada aspek yang berkaitan langsung dengan pengalaman pasien selama menerima pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi partisipasi pasif, observasi digital, dan dokumentasi, penerapan *customize* mencakup kustomisasi komunikasi dan kustomisasi sikap pelayanan. Kedua bentuk tersebut menunjukkan bagaimana Firdaus Hospital menyesuaikan cara berkomunikasi dan sikap pelayanan berdasarkan kondisi yang dihadapi pasien.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1) Kustomisasi Komunikasi melalui Penyesuaian Penyampaian Informasi

Kustomisasi komunikasi di Firdaus Hospital terlihat melalui penyesuaian cara menyampaikan informasi sesuai dengan kondisi interaksi yang berlangsung bersama pasien. Penyesuaian tersebut dilakukan agar informasi yang diberikan dapat diterima dan dipahami secara lebih jelas. Komunikasi tidak disampaikan melalui pola yang sama kepada seluruh pasien, tetapi dapat disesuaikan melalui pilihan kata, cara menjelaskan, serta konteks informasi yang diberikan.

Penyesuaian komunikasi terlihat dari cara penyampaian informasi kepada pasien yang mempertimbangkan kemampuan pasien dalam menerima pesan. Informasi yang disampaikan dapat menggunakan bahasa yang lebih sederhana ketika pasien membutuhkan penjelasan lebih lanjut. Penjelasan juga dapat diberikan secara bertahap agar pasien tidak mengalami kesulitan dalam memahami informasi yang berkaitan dengan pelayanan.

Kustomisasi komunikasi juga terlihat pada penyampaian informasi medis yang disesuaikan dengan kondisi pelayanan pasien. Informasi mengenai hasil pemeriksaan, diagnosis, maupun tindakan medis disampaikan berdasarkan kondisi yang sedang dialami pasien. Cara tersebut membuat informasi yang diterima pasien tidak bersifat umum, tetapi berkaitan langsung dengan pelayanan yang sedang dijalani.

Penyesuaian komunikasi juga memberikan ruang bagi pasien untuk memperoleh penjelasan kembali ketika informasi yang disampaikan belum dipahami. Proses tersebut menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan dari rumah sakit kepada pasien, tetapi juga memperhatikan bagaimana pesan tersebut diterima. Penyesuaian cara berkomunikasi menjadi bagian dari pelayanan karena pemahaman pasien terhadap informasi dapat memengaruhi proses pelayanan yang dijalani.

Strategi tersebut sejalan dengan hasil penelitian dalam jurnal Sahetapy dan Jesajas (2023:27) yang menjelaskan bahwa kompetensi komunikasi dalam pelayanan rumah sakit berkaitan dengan kualitas pelayanan. Prinsip tersebut terlihat pada Firdaus Hospital melalui penyesuaian cara penyampaian informasi,

penggunaan bahasa yang lebih mudah dipahami, serta pemberian penjelasan yang disesuaikan dengan kondisi pelayanan pasien.

Kustomisasi komunikasi pada Firdaus Hospital dengan demikian menunjukkan bahwa komunikasi menjadi salah satu aspek pelayanan yang dapat disesuaikan berdasarkan situasi pasien. Penyesuaian tersebut terlihat melalui cara menyampaikan informasi, penggunaan bahasa, serta pemberian penjelasan yang berkaitan dengan kondisi dan kebutuhan pelayanan pasien. Hal tersebut menjadi bagian dari *customize* karena rumah sakit melakukan penyesuaian pada aspek komunikasi tanpa mengubah informasi utama yang diberikan kepada pasien.

2) Kustomisasi Sikap Pelayanan melaui Pendekatan Interpersonal

Kustomisasi sikap pelayanan di Firdaus Hospital terlihat dari adanya penyesuaian perilaku petugas ketika berhadapan langsung dengan pasien. Penyesuaian tersebut terlihat dari cara petugas menempatkan diri, menyambut pasien, memberikan bantuan, serta merespons kebutuhan yang muncul selama pelayanan. Sikap pelayanan tidak hanya berpedoman pada prosedur, tetapi juga disesuaikan dengan situasi interaksi agar pasien memperoleh pengalaman pelayanan yang lebih nyaman.

Kustomisasi sikap pelayanan terlihat melalui penyesuaian posisi tubuh ketika berkomunikasi dengan pasien. Petugas menyesuaikan posisi berdiri atau duduk agar berada pada posisi yang sejajar dengan pasien. Houchens et al. (2024) menjelaskan bahwa komunikasi dengan posisi sejajar mata pasien dapat memberikan pengaruh positif terhadap persepsi pasien mengenai kualitas komunikasi dan kepedulian petugas. Penyesuaian tersebut menunjukkan perhatian terhadap kondisi interaksi

dan membuat komunikasi berlangsung secara lebih setara. Sikap tersebut menjadi bagian dari pelayanan karena cara petugas menempatkan diri turut memengaruhi suasana komunikasi yang dirasakan pasien.

Penyesuaian sikap juga terlihat melalui penerapan keramahan dan kesopanan selama proses pelayanan. Petugas membiasakan diri memberikan senyum, salam, sapaan, serta menunjukkan sikap sopan dan santun ketika berinteraksi dengan pasien. Ketika pasien mengalami kebingungan, petugas memberikan bantuan dan arahan sesuai kebutuhan. Sikap tersebut menunjukkan bahwa pelayanan dapat menyesuaikan respons berdasarkan kondisi yang dihadapi pasien.

Kustomisasi sikap pelayanan juga didukung melalui pembentukan standar perilaku bagi petugas. Pelatihan *grooming* dan *service excellence* digunakan untuk membiasakan petugas memperhatikan penampilan, cara menyapa, cara berbicara, serta cara merespons pasien. Penerapan tersebut membuat sikap pelayanan tidak hanya bergantung pada kebiasaan individu, tetapi diarahkan agar menjadi bagian dari standar interaksi yang diterapkan dalam pelayanan.

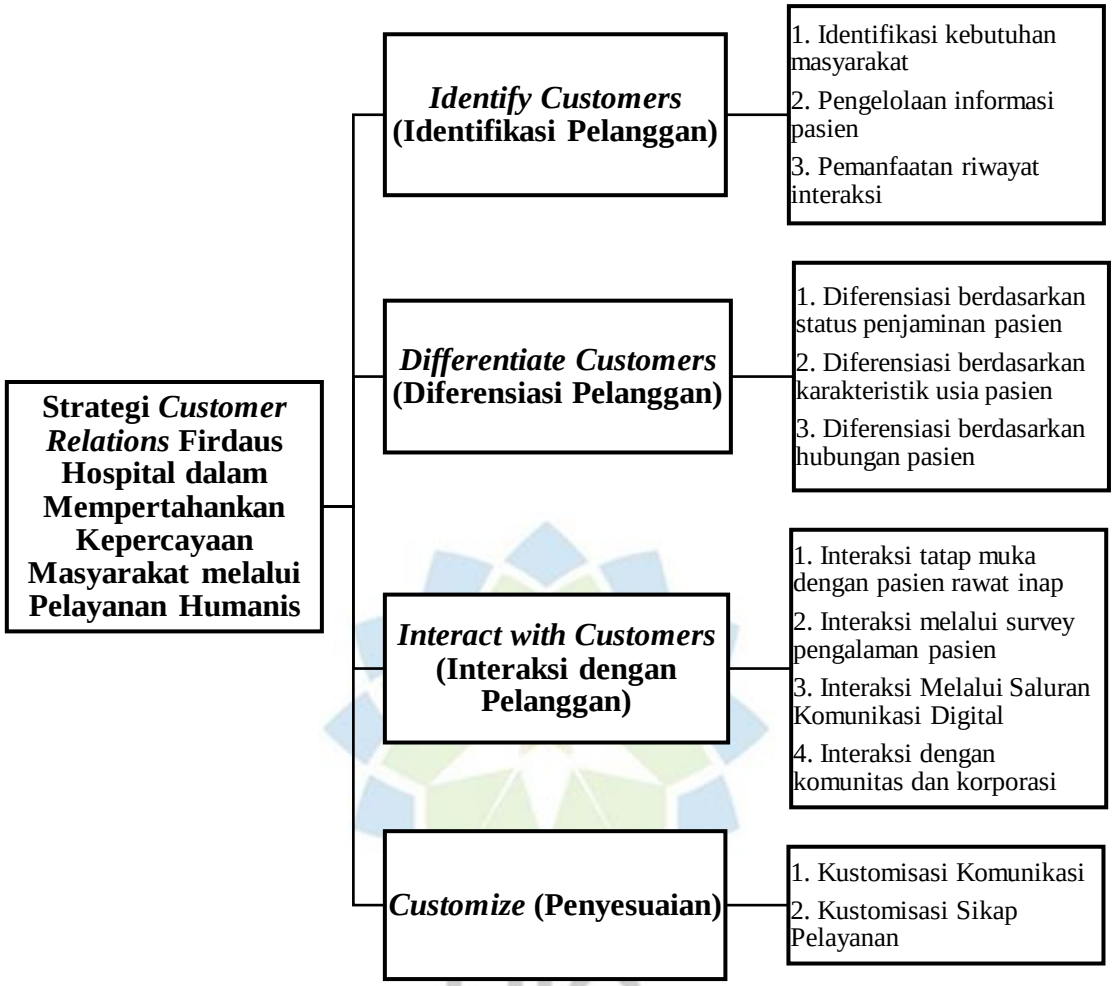
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penyesuaian sikap pelayanan tersebut sejalan dengan penelitian Khasanah, et al. (2024:117) mengenai pelatihan *service excellence* bagi petugas poliklinik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan pemantauan berkelanjutan dapat meningkatkan sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Kustomisasi sikap pelayanan pada Firdaus Hospital dengan demikian menunjukkan bahwa aspek perilaku petugas dapat disesuaikan dalam proses pelayanan. Penyesuaian tersebut terlihat melalui posisi tubuh, keramahan, kesopanan, respons terhadap kebutuhan pasien, serta penerapan *service excellence*.

Hal tersebut menjadi bagian dari *customize* karena rumah sakit melakukan penyesuaian pada sikap pelayanan agar interaksi dengan pasien berlangsung lebih sesuai dengan kondisi dan kebutuhan yang dihadapi.

Rangkaian pengelolaan hubungan dengan pasien di Firdaus Hospital menunjukkan proses yang saling berkaitan, mulai dari mengenali pasien, membedakan kebutuhan, membangun interaksi, hingga menyesuaikan aspek pelayanan. Keempat proses tersebut mengacu pada model IDIC Peppers dan Rogers yang mencakup *Identify, Differentiate, Interact,* Dan *Customize* sebagai dasar dalam membangun hubungan pelanggan dan kepercayaan. Penerapannya pada Firdaus Hospital menjadi bagian dari upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang memperhatikan kebutuhan dan pengalaman pasien.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



Gambar 3. 17 Bagan Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis
(Sumber: Data Olahan Peneliti)

Berdasarkan rangkaian hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan, strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis terdiri atas empat tahapan utama, yaitu *identify customers, differentiate customers, interact with customers,* dan *customize*. Keempat tahapan tersebut menggambarkan proses pengelolaan hubungan dengan pasien yang dimulai dari mengenali kebutuhan dan karakteristik pasien, memahami perbedaannya, membangun interaksi, hingga melakukan penyesuaian pada aspek pelayanan. Penerapan keempat tahapan tersebut menunjukkan bahwa hubungan

dengan pasien dibangun melalui proses yang berkelanjutan dan tidak hanya berfokus pada pelayanan ketika pasien datang untuk memperoleh pengobatan.

Proses pengenalan pasien di Firdaus Hospital dilakukan melalui berbagai informasi yang diperoleh dari interaksi dengan pasien. Informasi tersebut berkaitan dengan kebutuhan, pengalaman, umpan balik, serta riwayat interaksi pasien. Tahap *identify customers* membantu rumah sakit membangun pemahaman yang lebih utuh mengenai pasien, bukan hanya mengenali identitasnya, tetapi juga memahami kebutuhan yang muncul dari berbagai interaksi. Hal tersebut sejalan model Peppers dan Rogers yang menjelaskan bahwa *identify* dilakukan dengan mengenali pelanggan pada setiap kontak dan menghubungkan informasi tersebut untuk membentuk gambaran yang lebih lengkap mengenai pelanggan.

Diferensiasi pasien di Firdaus Hospital dilakukan berdasarkan karakteristik yang berkaitan langsung dengan kebutuhan pelayanan. Pasien dibedakan berdasarkan status penjaminan, usia, serta hubungan yang telah terjalin dengan rumah sakit. Perbedaan tersebut berkaitan dengan alur pelayanan, kebutuhan kesehatan, bentuk pendampingan, dan pengalaman pasien. Hal tersebut sesuai dengan model *differentiate customers* dalam IDIC yang menempatkan kebutuhan dan karakteristik pelanggan sebagai dasar untuk menentukan perlakuan yang lebih sesuai.

Firdaus Hospital melakukan *interact with customers* melalui interaksi tatap muka dengan pasien rawat inap, survei pengalaman pasien, saluran komunikasi digital, serta kegiatan bersama komunitas dan korporasi. Berbagai bentuk interaksi tersebut memberikan kesempatan bagi pasien untuk menyampaikan kondisi,

pengalaman, kebutuhan, pertanyaan, maupun keluhan selama berhubungan dengan rumah sakit. Interaksi juga menjadi sumber informasi yang membantu rumah sakit memahami pengalaman pasien secara lebih langsung. *Interact* dalam model IDIC tidak hanya dimaknai sebagai komunikasi, tetapi menjadi proses untuk memperoleh informasi baru dari pelanggan yang dapat digunakan dalam membangun hubungan secara lebih sesuai.

Informasi yang diperoleh melalui identifikasi, diferensiasi, dan interaksi kemudian digunakan Firdaus Hospital untuk menyesuaikan aspek tertentu dalam pelayanan. Penyesuaian tersebut dilakukan melalui kustomisasi komunikasi, sikap pelayanan, dan pelayanan sesuai kondisi yang dihadapi pasien. Cara penyampaian informasi disesuaikan agar lebih mudah diterima, sementara sikap dan bentuk pelayanan turut menyesuaikan kebutuhan pasien. Hal tersebut sejalan dengan model *customize* dalam IDIC yang menekankan penggunaan informasi pelanggan untuk menyesuaikan perilaku maupun aspek pelayanan berdasarkan kebutuhan masing-masing pelanggan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Keempat tahapan tersebut membentuk satu rangkaian dalam strategi *customer relations* Firdaus Hospital. Informasi mengenai pasien yang diperoleh melalui proses identifikasi menjadi dasar untuk memahami perbedaan kebutuhan pada tahap diferensiasi. Pemahaman tersebut kemudian berkembang melalui berbagai interaksi yang menghasilkan informasi mengenai pengalaman dan kebutuhan pasien. Informasi dari interaksi selanjutnya digunakan untuk melakukan kustomisasi pada komunikasi, sikap, maupun pelayanan. Rangkaian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan pasien dilakukan secara bertahap

melalui proses mengenali, memahami, berkomunikasi, dan menyesuaikan pelayanan.

Penerapan strategi tersebut mendukung upaya Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis. Kepercayaan dibangun melalui cara rumah sakit mengenali kebutuhan pasien, memahami perbedaannya, berkomunikasi, serta menyesuaikan pelayanan. Pelayanan humanis tidak hanya berkaitan dengan tindakan medis, tetapi juga perhatian terhadap pengalaman pasien selama menerima pelayanan.

Strategi *customer relations* Firdaus Hospital pada akhirnya memperlihatkan adanya hubungan antara proses mengenali pasien, memahami perbedaannya, membangun interaksi, dan menyesuaikan pelayanan. *Identify customers* memberikan dasar informasi mengenai pasien, *differentiate customers* membantu memahami perbedaan karakteristik dan kebutuhan, *interact with customers* membuka ruang pertukaran informasi, sedangkan *customize* menerjemahkan informasi tersebut ke dalam penyesuaian pelayanan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Keempatnya saling melengkapi dalam penerapan pelayanan humanis karena setiap tahap membantu membentuk pengalaman pasien yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Rangkaian tersebut mendukung pengelolaan hubungan yang berkelanjutan antara Firdaus Hospital dan pasien sekaligus menjadi bagian dari upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis mampu membentuk hubungan yang berorientasi pada personalisasi pengalaman pasien. Berikut simpulan berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh di lapangan:

1) *Identify* (Identifikasi) menjadi menjadi dasar terbentuknya *customer insight* dalam memahami pasien secara lebih utuh. Firdaus Hospital mengembangkan pemahaman kontekstual terhadap pasien dengan mengintegrasikan informasi mengenai kebutuhan, kondisi, dan pengalaman pasien sebagai dasar pengelolaan hubungan.
2) *Differentiate* (Diferensiasi) membentuk pendekatan *customer-specific* dalam pengelolaan hubungan dengan pasien. Firdaus Hospital menggunakan karakteristik dan kebutuhan pasien sebagai dasar diferensiasi dalam menentukan bentuk perhatian, penyampaian informasi, dan pendampingan yang sesuai, sehingga pengelolaan hubungan tidak diterapkan melalui pola pelayanan yang seragam.
3) *Interact* (Interaksi) menjadi mekanisme pemeliharaan hubungan sekaligus pembaruan informasi antara Firdaus Hospital dan pasien. Firdaus Hospital mengelola interaksi sebagai proses pertukaran informasi dan respons terhadap

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

pengalaman pasien, sehingga setiap interaksi menjadi bagian dari keberlanjutan hubungan sekaligus memperbarui informasi mengenai pasien.

4) *Customize* (Penyesuaian) membentuk *personalized service experience* melalui penyesuaian pengalaman pelayanan terhadap kondisi pasien. Firdaus Hospital menyesuaikan komunikasi, sikap, dan respons pelayanan berdasarkan kondisi serta kebutuhan pasien, sehingga pelayanan humanis diwujudkan melalui pengalaman yang bersifat personal dan berorientasi pada kenyamanan pasien.

Strategi *customer relations* Firdaus Hospital melalui pelayanan humanis mampu membentuk hubungan dengan pasien yang berorientasi pada personalisasi pengalaman dan kepercayaan masyarakat. Keempat aspek dalam model IDIC, yaitu *identify, differentiate, interact,* dan *customize*, saling berkaitan dalam membangun hubungan yang berorientasi pada kebutuhan individual pasien. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan humanis tidak hanya menjadi bentuk pelayanan kepada pasien, tetapi juga menjadi pendekatan *customer relations* dalam membangun hubungan yang relevan, berkelanjutan, dan berorientasi pada kepercayaan.

4.2 Saran

Strategi *customer relations* Firdaus Hospital dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan humanis telah diterapkan melalui proses identifikasi, pembedaan, interaksi, dan kustomisasi pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian, masih terdapat beberapa hal yang dapat diperhatikan untuk

mendukung keberlanjutan pengelolaan hubungan dengan pasien. Beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan informasi mengenai kebutuhan pasien perlu dilakukan secara konsisten melalui interaksi langsung, kegiatan masyarakat, serta masukan dari pasien sebagai bahan pertimbangan dalam pelayanan.
2) Pengenalan terhadap karakteristik pasien dapat dilakukan secara lebih konsisten pada setiap proses pelayanan. Perbedaan usia, status penjaminan, maupun kondisi pasien perlu tetap menjadi perhatian petugas ketika memberikan informasi dan pendampingan. Hal tersebut dapat membantu pasien memperoleh pelayanan yang sesuai tanpa harus selalu menggunakan pendekatan yang sama untuk setiap kondisi.
3) Penyampaian kritik dan saran dari pasien perlu terus diperhatikan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui pengalaman pasien dan memperbaiki pelayanan yang masih dirasakan kurang.
4) Penerapan pelayanan humanis perlu dipertahankan secara konsisten pada seluruh petugas yang berhadapan langsung dengan pasien. Kebiasaan menyapa, bersikap sopan, membantu pasien yang mengalami kesulitan, serta menyesuaikan cara berkomunikasi dengan kondisi pasien merupakan bentuk pelayanan yang sederhana tetapi penting dalam menciptakan pengalaman yang nyaman bagi pasien.
5) Penelitian selanjutnya disarankan untuk melihat strategi *customer relations* dari sudut pandang pasien secara lebih mendalam. Penelitian dapat melibatkan pengalaman pasien secara langsung sebagai informan sehingga

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai bagaimana pelayanan humanis dan hubungan yang dibangun rumah sakit dipersepsikan oleh pasien dalam mempertahankan kepercayaan mereka.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, N. R., & Yunus, M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji Kota Makassar. *Kybernology: Journal of Government Studies,* Vol. 4, No. 2, 254-275.

Agustina, L., Sulistyan, R. B., & Pramuditha, R. (2023). Telaah Kritis Tentang Konsep Kepercayaan Masyarakat: Peran Serta Tehnologi, Informasi dan Komunikasi. *KNIA: Konferensi Nasional Ilmu Administrasi,* Vol. 7, No. 1, 182.

Aldiansyah, F., & Banowo, E. (2026). Strategi Komunikasi Interpersonal Pengelola SPBU Shell Menteng Jakarta dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah,* Vol. 5. No. 3, 498-515.

Amalia, W. E., & Zurani, I. (2021). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan IndiHome. *Medium,* Vol. 9, No. 2, 311-314.

Amborowati, L., & Nurdiarti, R. P. (2024). Komunikasi Persuasif pada Rumah Sakit Umum Daerah Wates untuk Penguatan Hubungan dengan Pelanggan di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Social Science Review, Vol. 2 No. 1, hlm. 31-38.*

Amriani, A., Arifin, M. A., & Marzuki, D. S. (2020). Analisis Segmentasi Pasar Pelayanan Kesehatan di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Islam Faisal Makassar. *Window of Public Health Journal,* Vol. 1. No. 3, 177-188.

Ariyah, N., & Marina, A. (2025). Perencanaan Strategi dalam Pengembangan Organisasi: Konsep, Tantangan, dan Implementasi. Journal of Innovative and Creativity, Vol. 5, No. 2, 9867-9872.

Badur, K. S. (2025). Strategi Customer Relationship Management Credit Union Likku Aba dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi,* Vol. 12, No. 3, 77-93.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches. In J. W. Creswell, & C. N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (pp. 178-233). United States of America: SAGE Publications.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Danisa, & Muthohar. (2023). analisis strategi customer relationship management (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam pembelian suku cadang pada pt trakindo utama cabang BSD. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* Vol. 1, No. 3, 297-305.

Dewangga, M. A., & Pratiwi, R. Z. (2023). Citra Politik Ganjar Pranowo di YouTube Podkaesang Depan Pintu: Analisis Semiotika John Fiske. *Penelitian & Studi Ilmu Komunikasi,* Vol. 4, No. 1, 103.

Dewi, R., Anisa, R., & Yustikasari, &. S. (2024). Jurnal Kajian Komunikasi. *Jurnal Kajian Komunikasi,* Vol. 12, No. 2, 174.

Elyana, D., Utarini, A., & Sari, B. (2024). Pengalaman Pasien Rawat Jalan di RSIA Mardi Waloeja Rampal, Malang. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan,* Vol. 26, No. 4, 111-123.

Firmansyah, M. R., Amelia, R., Jamil, R. A., Faturochman, & Minza, W. M. (2019). Benevolence, Competency, and Integrity: Which Is More Influential on Trust in Friendships? . *Jurnal Psikologi,* Vol. 18, No. 1, 93.

Fitriani, P. A., & Utari, S. A. (2024). Upaya Public Relations Melalui Customers Relations Managament Mitsubishi Suryopranoto. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* Vol. 2, No. 2, 222-233.

Hafizah, N., Pebytabella, T. C., Sari, M., Winanda, R., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan. *Pendidikan, Sosial & Humaniora,* Vol. 3, No. 2, 592.

Haryuningtias, N., & Zaman, K. (2025). Analisis Strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelayanan di Rumah Sakit Darmo Surabaya. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan,* Vol. 4, No. 3, 285-304.

Hidayat, R., Kusumasari, I. P., Akbar, G. F., Ramadhan, B. Z., & Arfian, Z. (2025). Strategi Ekspansi Mixue di Pasar Indonesia menggunakan Pendekatan Teoritis Simon dan Mintzberg. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital,* Vol. 2, No. 2, 4.

Houchens, N., Engle, J. M., Palanjian, R., Saint, S., Townsend, W. A., Nasrallah, M., & Gupta, A. (2024). Effect of clinician posture on patient perceptions of communication in the inpatient setting: A systematic review. *Journal of General Internal Medicine,* Vol. 39, No. 16, 3290–3298.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Ikbal, Y. (2012). Metode Penelitian Sosial Kualitatif: Panduan Membuat Tugas Akhir/Karya Ilmiah. 57.

Irmanto, A., & Ridwan, M. (2021). Analisis Tentang Pentingnya Rencana Strategis Organisasi. *Indragiri Penelitian Multidisiplin,* Vol. 1, No. 1, 6.

Jaladri, F. F., Maulidiyah, D. M., Amalia, R., & Siswoyo, M. (2025). The Effectiveness of the Pertamina Cirebon Hospital CSR Program as a Form of Communication Between the Company and the Surrounding Community. *International Journal of Social Service and Research,* Vol. 5. No. 5, 417-424.

Kautsar, M., & Julaiha, S. (2016). Langkah-langkah Manajemen Strategik di Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Instructional and Development Researches,* Vol. 3, No. 1, 26.

Khasanah, N., Masitah, & Anshari, K. (2024). Merubah Sikap dan Perilaku Melalui Pelatihan Service Excelent bagi Petugas Poliklinik Rawat Jalan RSUD Panglima Sebaya. *Seroja Husada: Jurnal Kesehatan Masyarakat,* Vol. 1, No. 3, 116-120.

Kirana, T. A., Fatimah, F. S., Sarwadhamana, R. J., Putri, I. R., Aulia, A., & Paramanitya, Y. (2026). Perbedaan persepsi kualitas pelayanan berdasarkan sumber pembiayaan kesehatan pada pasien rawat jalan di RSUD Panembahan Senopati Bantul. *Jurnal Kesehatan Tropis Indonesia,* Vol. 4, No. 3, 861–874.

Kristanto, B. K., Listio, S. W., & Palandi, J. F. (2024). Perancangan Integrasi Sistem Informasi Rumah SakitKristenMojowarno Modul Instalasi Gawat Darurat dengan Satu Sehat Kementerian Kesehatan Indonesia Menggunakan Metode Scrum. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi,* Vol. 7, No. 6, 2271.

Kristianto. (2024). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien di Rumah Sakit X: Tinjauan Terhadap Kualitas Pelayanan Kesehatan di Era Modern. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*, 3.

Kusnadi, G., Fletcher, E., Espressivo, A., Fitrianingrum, N. M., Saputra, M. A., Sophiarany, N., & Soebagio, F. (2024). Essential healthcare services during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study of community needs and perspectives in West Java, Indonesia. *BMJ Open,* Vol. 14, No.1 , 8.

Manik, M. J., & Saputri, A. R. (2024). Analisis Survei Kepuasan Pasien Rawat Inap dengan Metode Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) dalam Upaya Mutu Layanan di Rumah Sakit. *Seroja Husada: Jurnal Kesehatan Masyarakat,* Vol. 1, No. 6, 295-302.

Mardatillah, N. A., & Murhayat, S. (2025). Data dan Fakta Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai,* Vol. 9, No. 2, 13018-13028.

Minvielle, E., Fourcade, A., Ricketts, T., & Waelli, M. (2021). Current Developments in Delivering Customized Care: A Scoping Review. *BMC Health Services Research,* Vol. 21, 6.

Nabila, M. N., & Nurdin. (2024). Strategi Customer Relationship Management Honda Arista Sudirman Pekanbaru. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi,* Vol. 6, No. 1, 132-141.

Nacita, A., & Kurniasari, N. G. (2026). Strategi Public Relations Berbasis CRM dalam Pemulihan Loyalitas Pelanggan di Kafe Box Koffies, Tangerang. *Jurnal Pewarta Indonesia,* Vol. 8 No. 1, 1-13.

Nahak, M., & Ellitan, L. (2023). Peran Perencanaan Strategik dan Kepemimpinan Strategik dalam Membangun Kinerja Organisasi Publik. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol. 2, No. 9, 3986.

Nashrulloh, D., & Anggraini, Y. (2024). Tinjauan Penerapan Rekam Medis Elektronik (Electronic Medical Record) Pelayanan Rawat Jalan di Rumah Sakit Islam Siti Khadijah Palembang Tahun 2024. *Jurnal Kesehatan: Jurnal Ilmiah Multi Sciences,* Vol. 14, No. 2, 70-78.

Nayla, N. S., & H, R. (2025). Peran Strategi dan Analisis SDM terhadap Efektivitas Kinerja Perusahaan: Studi Kasus pada PT Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Pendidikan Tambusai,* Vol. 9, No. 3, 37240-37246.

Novianti, T. D., & Ekoputro, W. (2024). Strategi Customer Relations dalam Penanganan Handling Complain Terkait Media Customer Care di Rumah Sakit Bunda Sidoarjo. *Jurnal Sintesa,* Vol. 3, No. 1, 178-194.

Novitarum, L., Siallagan, A. M., & Telaumbanua, V. D. (2024). Gambaran Penerapan Komunikasi Terapeutik Perawat dalam Pelayanan Keperawatan pada Pasien Rawat Inap di Ruang Internis Rumah Sakit Santa Elisabeth Medan Tahun 2023. *Jurnal Sahabat Keperawatan,* Vol. 6, No. 1.

Nursa, F., Hardisman, & Semiarty, R. (2019). Analisis Segmentasi dan Penentuan Target Pasar Pelanggan Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Universitas Andalas. *Jurnal Kesehatan Andalas,* Vol. 8, No. 3, 650-660.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Peppers, D., & Rogers, M. (2016). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework.* Hoboken, New Jersey: WILEY.

Pratama, F. F., & Mutia, D. (2020). Paradigma Kualitatif Sebagai Landasan Berpikir. *Kewarganegaraan,* Vol. 17, No.1 , 56.

Rizky, M. (2024). IDIC Implementation Process. *Journal of Renewable Engineering,* Vol. 1, No. 4, 33–41.

Roesadhi, A. N., Pasaribu, A. D., & Nasution, N. F. (2026). Instrumen Pengumpulan Data dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif." Artikel ini terbit di Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara. *Intelek dan Cendikiawan Nusantara,* Vol. 2, No. 6, 14336.

Rousseau, D. M., Sitkin, S., S, B. R., & Camerer, C. (1998). Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review,* Vol. 23, No. 3, 393-404.

Sahetapy, P., & Jesajas, Y. S. (2023). The Analysis of Relationship Between Communication Competence and Service Quality at Bhayangkara Hospital TK. III Ambon. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik,* Vol. 7, No. 1, 20-34.

Saleh, S. (2023). *Mengenal Penelitian Kualitatif: Panduan bagi Peneliti Pemula.* Gowa: Agma.

Sari, A. S., Aprisilia, N., & Fitriani, Y. (2025). Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, dan Triangulasi. *Indonesian Research Journal on Education,* Vol. 5, No. 4 , 539.

Setiadi, R. (2023). Social Media Marketing and Customized Customer Relationship Management: The Implication for Marketing Performance of Budget Hotel Industry. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship,* Vol. 9, No. 3, 478-490.

Shodikin, M., Fatichah, C., & Taniasari, N. (2024). Patient Segmentation Based on Customer Lifetime Value Analysis Using Recency, Frequency, Monetary and Interpurchase Time Models. *IPTEK The Journal for Technology and Science,* Vol. 35, No. 1, 30-47.

Swara, G. Y. (2025). Implementasi Customer Relationship Management Model IDIC Pada Website Jasa Laundry. *Jurnal Janitra Informatika dan Sistem Informasi,* Vol. 5, No. 1, 69-80.

Syahputro, S. B., Fauzi, T. P., Dewi, K, S., Gusmatumi, & Azmi, M. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Telkom Pagar Batu Tanjung Pinang). *Jurnal Adijaya Multidisiplin,* Vol. 1, No. 5, 1084-1090.

Tabassum, R., & Chitradevi, S. (2024). Assessing the Influence of Service Quality on Customer Relationship Management (CRM) Effectiveness. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts,* Vol. 5, No. 6, 1076-1083.

Tefa, S. E., Nggorong, W. P., & Imam, N. (2024). Efektivitas Media Digital terhadap Peningkatan Layanan Kesehatan dan Kepuasan Pasien: A Systematic Review. *Jurnal Keperawatan,* Vol. 13, No. 2, 1-4.

Wijayanti, S. d. (2025). Strategi Public Relations PT. Gelora Samudera Indolog dalam Menjaga Kepercayaan Pelanggan. *prosiding seminar nasional mahasiswa komunikasi (SEMAKOM)*, 457-462.

Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *QUANTA: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan,* Vol. 2, No. 2, 83.

Website

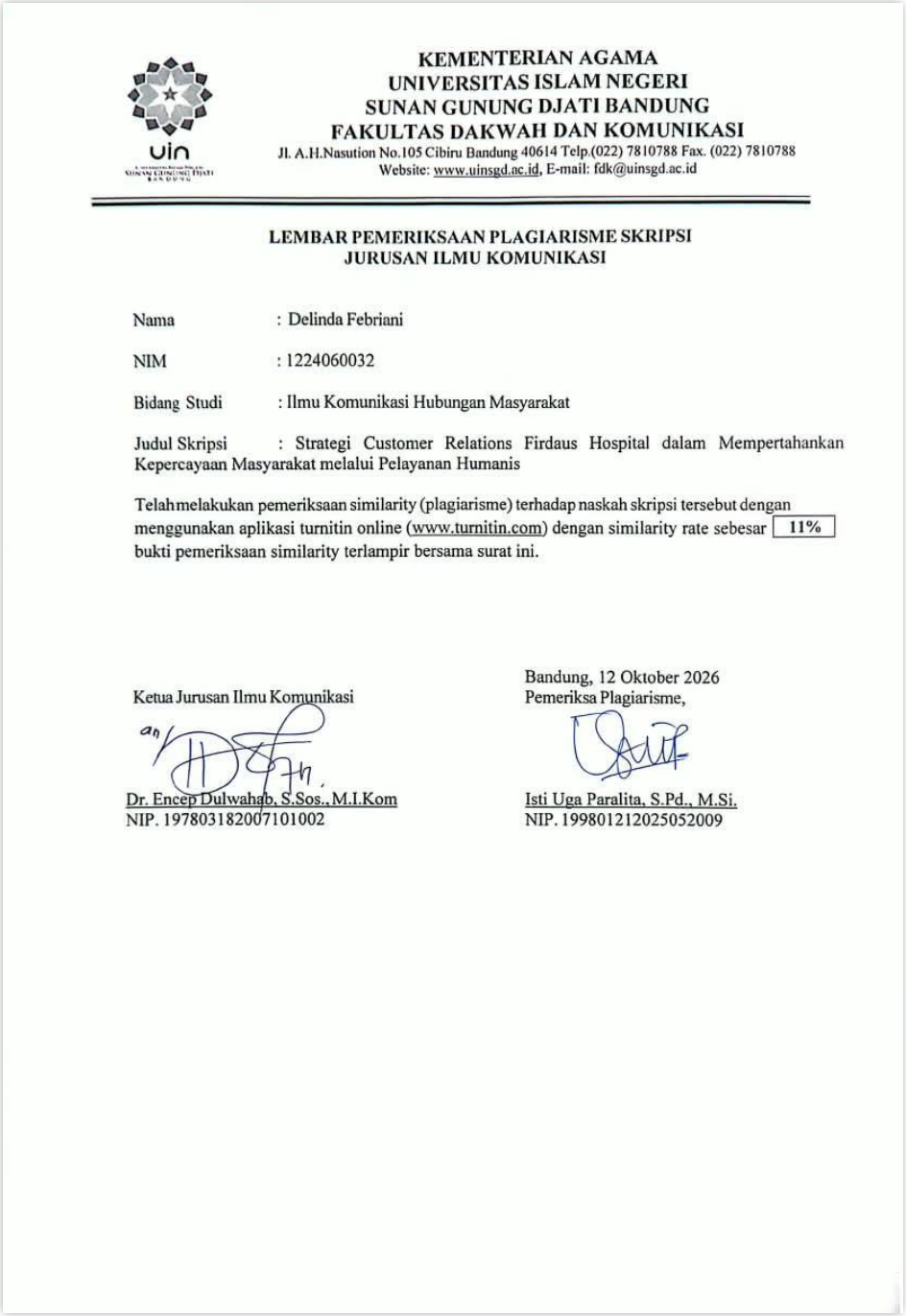
Website Firdaus Hospital, Beranda, diakses melalui https://rsfirdaus.com/

Website Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan*, diakses melalui https://peraturan.bpk.go.id/details/258028/uu-no-17-tahun-2023

Website HelloSehat, *RS Firdaus*, diakses melalui https://hellosehat.com/care/rumah-sakit/rs-firdaus-1102/

LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Pemeriksaan Plagiarisme Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. A.H.Nasution No.105 Cibiru Bandung 40614 Telp.(022) 7810788 Fax. (022) 7810788
Website: www.uinsgd.ac.id, E-mail: fdk@uinsgd.ac.id

LEMBAR PEMERIKSAAN PLAGIARISME SKRIPSI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

Nama : Delinda Febriani

NIM : 1224060032

Bidang Studi : Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat

Judul Skripsi : Strategi Customer Relations Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis

Telah melakukan pemeriksaan similarity (plagiarisme) terhadap naskah skripsi tersebut dengan menggunakan aplikasi turnitin online (www.turnitin.com) dengan similarity rate sebesar 11% bukti pemeriksaan similarity terlampir bersama surat ini.

Bandung, 12 Oktober 2026

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Encep Dulwahab, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 197803182007101002

Pemeriksa Plagiarisme,

Isti Uga Paralita, S.Pd., M.Si.
NIP. 199801212025052009

Lampiran 2: Persentase Cek Turnitin



Delinda Febriani

ORIGINALITY REPORT

11%	8%	2%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Sunan Gunung DJati Bandung Student Paper	4%
2	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	1%
3	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
4	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1%
5	ejournal.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
6	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1%
8	rsfirdaus.com Internet Source	<1%
9	Submitted to Universitas Muhammadiyah Jakarta Student Paper	<1%
10	journal.arimbi.or.id Internet Source	<1%
11	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1%
12	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
13	journal.lembagakita.org Internet Source	<1%
14	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1%
15	journal.sinov.id Internet Source	<1%

Lampiran 3: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
NOMOR: B-133/Un.05/III.4/PP.00.9/06/2026
TENTANG
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI SARJANA/S1
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Membaca : Surat Saudara **DELINDA FEBRIANI** tanggal 18 Juni 2026, tentang permohonan pengangkatan pembimbing dalam penyusunan Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

Menimbang :
a. bahwa dalam rangka kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pembuatan skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung perlu ditunjuk pembimbing skripsi;
b. bahwa Saudara-saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk menjadi pembimbing skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Tentang Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
4. KMA. RI. Nomor 27 Tahun 1975 Jo No.38 Tahun 1977, Tentang Kurikulum Nasional;
5. KMA. RI. Nomor 082.A Tahun 2012, Tentang Pedoman Akademik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
6. PERMEN. AGAMA RI Nomor 353 Tahun 2004 Tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum PTAI;
7. PERMEN. AGAMA RI Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama;
8. Keputusan Dirjend. Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI Nomor E/10/Tahun 2012, Tentang Gelar dan Sebutan Lulusan Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Keputusan Rektor UIN Sunan Gunung Djati No.Un.05/A/Kp.07.6/064/2011, Tentang Pedoman Akademik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
10. Keputusan. Dekan Fak. Dakwah Nomor: IN.10/FD/PP.00.9/260/2001,Tentang Pedoman Akademik.

Memperhatikan : Hasil Seminar Usulan Penelitian untuk Skripsi (SUPS), tanggal 18 Juni 2026,

M E M U T U S K A N

Menetapkan : Terhitung mulai tanggal 25 Juni 2026, mengangkat Saudara:

1. Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos, M.Si, CPR (Pembimbing I);
2. Abdul Aziz Ma'arif, S.Sos., M.Si. (Pembimbing II);

dalam penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung:

N a m a : **DELINDA FEBRIANI**
NIM : 1224060032
Jurusan : S1 - Ilmu Komunikasi Humas
Judul Skripsi : Strategi Customer Relations Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis

dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan skripsi tersebut lulus diujikan (Ujian Munaqasyah);
2. Kepada pembimbing diberikan honorarium menurut peraturan yang berlaku;
3. Segala sesuatu akan diperbaiki kembali apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan surat keputusan ini.

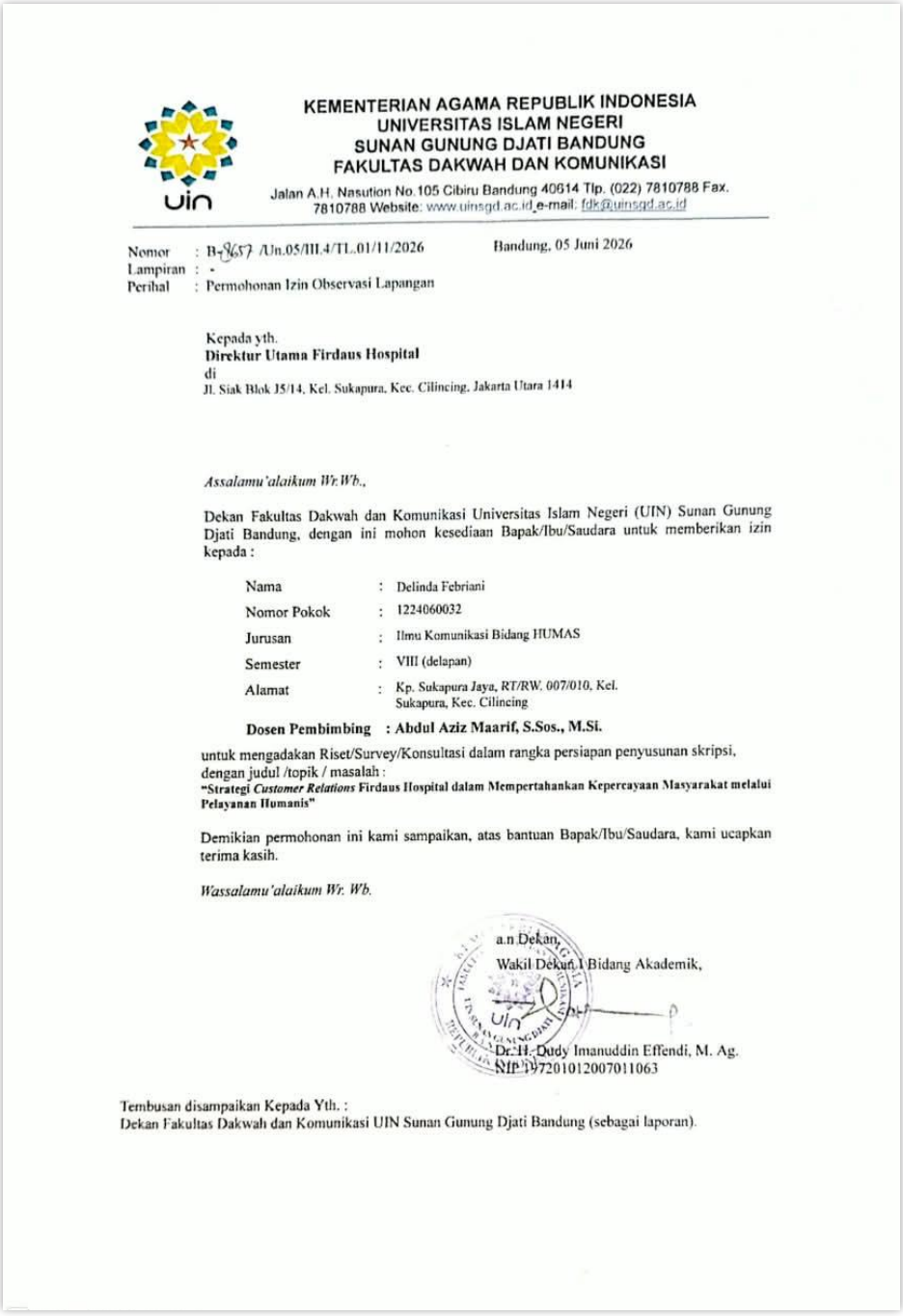
PETIKAN: Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan diindahkan.

Ditetapkan di : Bandung
Pada Tanggal : 25 Juni 2026
Dekan,

Prof. Dr. H. Enjang., M.Ag., M.Si.
NIP. 19680814199503 1003

Tembusan disampaikan kepada Yth. :
1. Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung (sebagai laporan);
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Lampiran 4: Surat Izin Observasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jalan A.H. Nasution No.105 Cibiru Bandung 40614 Tlp. (022) 7810788 Fax. 7810788 Website: www.uinsgd.ac.id e-mail: fdk@uinsgd.ac.id

Nomor : B-9657 /Un.05/III.4/TL.01/11/2026 Bandung, 05 Juni 2026
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Observasi Lapangan

Kepada yth.
Direktur Utama Firdaus Hospital
di
Jl. Siak Blok J5/14, Kel. Sukapura, Kec. Cilincing, Jakarta Utara 1414

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, dengan ini mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan izin kepada :

Nama	:	Delinda Febriani
Nomor Pokok	:	1224060032
Jurusan	:	Ilmu Komunikasi Bidang HUMAS
Semester	:	VIII (delapan)
Alamat	:	Kp. Sukapura Jaya, RT/RW. 007/010, Kel. Sukapura, Kec. Cilincing

Dosen Pembimbing : Abdul Aziz Maarif, S.Sos., M.Si.

untuk mengadakan Riset/Survey/Konsultasi dalam rangka persiapan penyusunan skripsi, dengan judul /topik / masalah :
"Strategi *Customer Relations* Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis"

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n Dekan,
Wakil Dekan I Bidang Akademik,

Dr. H. Dudy Imanuddin Effendi, M. Ag.
NIP. 197201012007011063

Tembusan disampaikan Kepada Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (sebagai laporan).

Lampiran 5: Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing I

DATA PROSES BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Nama : Delinda Febriani
NIM : 1224060032
Jurusan : Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat
Judul : Strategi Customer Relations Firdaus Hospital Dalam Mempertahankan Kepercayaan masyarakat Melalui Pelayanan Humanis

Pembimbing I : Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si., CPR.

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	7/7-2026	Penyerahan SK + outline	
2	14/7-2026	Bab I	
3	21/7-2026	Bab I	
4	28/7-2026	Bab II	
5	1/8-2026	Pengumpulan Data Penelitian	
6	26/8-2026	Hasil Temuan Penelitian	
7	11/09-2026	Pengolahan Data Penelitian	
8	18/09-2026	Bab III : Hasil Temuan Penelitian	
9	25/09 2026	Bab III : Pembahasan	
10	29/09-2026	Bab IV : Simpulan dan Saran	
11	5/10-2026	Abstrak	
12	8/10-2026	Cek turnitin + Cek kelengkapan	

Bandung, 8-10-2026
Pembimbing I,

Dr. Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si.
NIP. 198004192007102004

Lampiran 6: Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing II

DATA PROSES BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Nama : Delinda Febriani
NIM : 1224060052
Jurusan : Ilmu komunikasi Hubungan Masyarakat
Judul : Strategi Customer Relations Firdaus Hospital dalam Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat melalui Pelayanan Humanis

Pembimbing II : Abdul Aziz Maarif, S.Sos, M.Si.

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	7/7 2026	Penyerahan SK + outline	
2	14/7 2026	Bab I	
3	21/7 2026	Bab I	
4	22/7 2026	Bab II	
5	1/8 2026	Pengumpulan Data Penelitian	
6	26/8 2026	Hasil Temuan Penelitian	
7	11/09 2026	Pengolahan Data Penelitian	
8	18/09 2026	Bab III : Hasil Temuan Penelitian	
9	25/09 2026	Bab III : Pembahasan	
10	29/09 2026	Bab IV : Simpulan dan Saran	
11	5/10 2026	Abstrak	
12	8/10 2026	Cek turnitin + Cek kelengkapan	

Bandung, 8/10/2026
Pembimbing II,

Abdul Aziz Maarif, S.Sos, M.Si.
NIP. 197601202009121001

Lampiran 7: Pedoman Wawancara

No.	Pertanyaan
Identify **(Identifikasi)**	
1.	Bagaimana proses Firdaus Hospital mengidentifikasi pasien atau masyarakat untuk memahami kebutuhan mereka?
2.	Informasi apa yang biasanya paling diperhatikan untuk memahami kebutuhan pasien?
3.	Bagaimana rumah sakit mengetahui bahwa kebutuhan pasien sudah benar-benar dipahami?
4.	Apakah pernah ditemukan perubahan kebutuhan pasien? Bagaimana rumah sakit menanggapinya?
5.	Apakah rumah sakit memiliki media atau cara khusus untuk mengetahui pengalaman pasien?
Differentiate **(Diferensiasi)**	
1.	Bagaimana proses Firdaus Hospital membedakan kebutuhan setiap pasien?
2.	Faktor apa yang menjadi pertimbangan dalam membedakan pelayanan kepada pasien?
3.	Apakah ada contoh situasi ketika rumah sakit perlu memberikan pendekatan yang berbeda?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4.	Bagaimana pihak rumah sakit menentukan kelompok masyarakat atau pasien yang perlu menjadi perhatian dalam pengembangan layanan?
5.	Bagaimana informasi mengenai perbedaan karakteristik pasien digunakan oleh tim Marketing atau *Customer Relations* dalam merencanakan program rumah sakit?
***Interact* (Interaksi)**	
1.	Bagaimana Firdaus Hospital menjalin komunikasi dengan pasien atau masyarakat untuk mengetahui kebutuhan dan pengalaman mereka?
2.	Melalui saluran apa pasien atau masyarakat dapat menyampaikan pertanyaan, masukan, atau keluhan kepada rumah sakit?
3.	Apakah terdapat komunikasi lanjutan dengan pasien atau masyarakat setelah mereka menerima pelayanan atau mengikuti kegiatan rumah sakit?
4.	Bisa diceritakan contoh masukan dari pasien atau masyarakat yang kemudian ditindaklanjuti oleh pihak rumah sakit?
5.	Bagaimana komunikasi tersebut membantu rumah sakit menjaga hubungan dengan pasien atau masyarakat?
***Customize* (Penyesuaian)**	
1.	Bagaimana Firdaus Hospital menyesuaikan pendekatan komunikasi dan pelayanan dengan kebutuhan pasien yang berbeda-beda?
2.	Bagaimana petugas menyesuaikan pendekatan ketika menghadapi pasien yang merasa cemas, bingung, atau membutuhkan pendampingan lebih?
3.	Bagaimana petugas menyesuaikan cara menyampaikan informasi agar pasien dapat memahami prosedur dan pelayanan yang diterimanya?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4.	Apa saja arahan atau pelatihan yang diberikan kepada petugas untuk menerapkan keramahan dan pendekatan kekeluargaan sesuai kebutuhan pasien?
5.	Bagaimana masukan atau pengalaman pasien dijadikan pertimbangan untuk menyesuaikan dan memperbaiki pendekatan pelayanan di Firdaus Hospital?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Lampiran 8: Dokumentasi Wawancara







ISLAM NEGERI
NUNG DJATI
DUNG