



# Strategi Membangun Loyalitas Pasien Selama Pandemi Covid-19 Pada Klinik Rehabilitasi Narkoba

Balqis Asyifa<sup>a\*</sup>, Sri Dewi Setiawati<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Universitas ARS Bandung, Indonesia

<sup>b</sup> Universitas Telkom, Indonesia

[asyifabalkis@gmail.com](mailto:asyifabalkis@gmail.com), [sds.sridewi@gmail.com](mailto:sds.sridewi@gmail.com)

Diterima tanggal 19 Juli 2020,  
Direvisi tanggal 9 Januari 2021,  
Disetujui tanggal 8 Februari 2021

**Abstrak.** Tahun 2020 menjadi tahun dimana hampir seluruh dunia tengah dihadapkan dengan pandemi COVID-19 yang berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan termasuk dunia kesehatan. Klinik Utama Medika Antapani II Bandung yang ditunjuk BNN sebagai salah satu klinik rehabilitasi dalam mewujudkan Indonesia bebas narkoba, berupaya memberikan pelayanan maksimal terhadap pasien adiksi narkoba di tengah situasi ini. Hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya dalam membangun loyalitas pasien terhadap klinik. Dalam menumbuhkan loyalitas pasien adiksi narkoba di tengah pandemi COVID-19 Klinik Utama Medika Antapani II Bandung ditunjang dengan strategi CRM (*Customer Relationship Management*) melalui keputusan strategis, seleksi dan interaksi. CRM merupakan teknik berbisnis yang berorientasi pada pelanggan dalam hal ini adalah orientasi pasien. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan SDM dan teknologi, Klinik Utama Medika Antapani II Bandung mampu mempertahankan kepercayaan pasien adiksi narkoba terhadap klinik.

**Kata Kunci:** loyalitas pasien, klinik rehabilitasi, CRM, COVID-19

**Abstract.** 2020 is a year when almost the entire world is faced with the COVID-19 pandemic which affects various aspects of life including the world of health. Medika Antapani Mental Healthcare appointed by BNN as one of the rehabilitation clinics in realizing a drug-free Indonesia strives to provide maximal service to drug addiction patients in this situation. This is done to build patient loyalty to the clinic. In fostering the loyalty of drug addiction patients during the COVID-19 pandemic, Medika Antapani Mental Healthcare is supported by a CRM (*Customer Relationship Management*) strategy through strategic decisions, selection, and interaction. CRM is a customer-oriented business technique. In this case, it is patient-oriented. Qualitative research methods with a case study approach were used in this study. The results showed that by utilizing human resources and technology, Medika Antapani Mental Healthcare was able to maintain the trust of drug addiction patients in the clinic.

**Keywords:** patient loyalty, rehabilitation clinic, CRM, COVID-19

\*Penulis Korespondensi

Institusi dan Alamat Institusi

Nomor Handphone Penulis Korespondensi

: Balqis Asyifa

: Universitas ARS, Jl. Sekolah Internasional No. 1-2, Bandung

: +6282118477480

## PENDAHULUAN

Fasyankes (Fasilitas Pelayanan Kesehatan) sebagai institusi kesehatan merupakan sarana yang memberikan kemudahan bagi masyarakat di bidang kesehatan. Terwujudnya Fasyankes diarahkan untuk membangun kesadaran masyarakat dalam mencapai taraf hidup yang sehat. Seiring dengan meningkatnya kesadaran tersebut sekaligus menuntut Fasyankes dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas.

Berdasar pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2016 tentang Fasyankes bahwa jenis Fasyankes meliputi tempat praktik mandiri tenaga kesehatan, puskesmas, klinik, rumah sakit, apotek, unit transfusi darah, laboratorium kesehatan, optikal, fasilitas pelayanan kedokteran untuk kepentingan hukum dan fasilitas pelayanan kesehatan tradisional. Tujuan didirikannya Fasyankes yaitu untuk menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara promotif, preventif, kuratif maupun rehabilitatif (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2016 Tentang Fasilitas Pelayanan Kesehatan, 2016).

Klinik Utama merupakan salah satu jenis Fasyankes yang memiliki pelayanan dokter umum dan spesialis. Pemerintah daerah atau kota menetapkan jumlah klinik berdasarkan kebutuhan dari masyarakatnya dalam 1 (satu) wilayah. Di Kota Bandung jumlah klinik swasta menunjukkan angka 249 (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2017), angka tersebut lebih tinggi dibanding dengan tahun sebelumnya yaitu sekitar 144 klinik (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa persaingan di bidang kesehatan semakin tinggi.

Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai di Fasyankes merupakan hal yang berpengaruh terhadap keberlangsungan unit, tentunya berpengaruh pula terhadap kepuasan pasien. Kepuasan pasien di Fasyankes dapat diukur dari pelayanan yang diberikan tenaga kesehatan, lengkapnya sarana prasana yang baik, ketepatan jadwal dokter dan tenaga kesehatan lainnya, biaya yang harus dikeluarkan pasien untuk jasa tenaga medis maupun obat, prosedur pelayanan dan lain sebagainya. Oleh karena itu pelayanan yang prima harus dijalankan oleh Fasyankes maupun perusahaan dalam bidang lain guna untuk menghindari keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan yang telah dipaparkan diatas, bahwa tujuan didirikannya klinik salah satunya adalah rehabilitatif. Klinik Utama Medika Antapani II Bandung merupakan klinik rehabilitasi bagi para pecandu narkoba (NAPZA) di wilayah Antapani kota Bandung. Tahun 2013 klinik ini telah ditunjuk oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) untuk menjalankan layanan rehabilitasi medis bagi pecandu narkoba di kota Bandung (Humas BNN, 2013).



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 1. Gedung Klinik Utama Medika Antapani II (Tampak Depan)**

Narkoba masih menjadi ancaman menakutkan yang akan merusak setiap generasi di masa depan. Berdasarkan survei yang dilakukan BNN setiap tiga tahunnya, telah terjadi penurunan yang cukup signifikan. Angka 2,23% menunjukkan prevalensi pada tahun 2011, diikuti angka 2,18% dan 1,77% pada tahun 2014 dan tiga tahun setelahnya yaitu pada tahun 2017. Namun, pada tahun 2019 prevalensi penggunaan narkoba menunjukkan angka 1,80% yang artinya mengalami kenaikan yaitu sebesar 0,03%. (BNN, 2019).

Penggunaan narkoba memiliki efek ketagihan yang cukup berat, dikenal dengan istilah adiksi (Partodiharjo, 2007). Istilah ini sering digunakan untuk menyebut seseorang dengan kondisi ketergantungan NAPZA. Selain itu adiksi narkoba merupakan suatu kondisi penyakit otak, karena semua zat-zat yang dikonsumsi akan bekerja di otak. Ketika zat tersebut masuk kedalam otak, maka akan terjadi perubahan kimiawi dan akan berdampak pada individu antara lain perubahan secara fisik, psikis, pola pikir dan juga perubahan perilaku. Karena itulah hampir semua pecandu narkoba memiliki watak dan perilaku yang keras serta sulit diatur. Penyakit ini juga merupakan penyakit kronis kambuhan yang dimana dalam proses pemulihannya membutuhkan waktu cukup lama. Pengobatannya pun harus dilakukan secara berkesinambungan, karena jika tidak pecandu akan berpotensi kembali menggunakan narkoba.

Tantangan terbesar bagi tenaga kesehatan di klinik rehabilitasi dalam membantu para pecandu narkoba untuk dapat pulih adalah menumbuhkan kesadaran dalam diri mereka bahwa program rehabilitasi sangat membantu untuk mendapatkan hak hidup dan menjadikan manusia yang lebih produktif. Namun saat ini yang menjadikan tantangan semakin besar bagi para tenaga kesehatan adalah memberikan pelayanan ditengah pandemi Corona Virus atau yang lebih dikenal sebagai COVID-19.

Seperti yang kita rasakan saat ini bahwa seluruh dunia tengah dilanda pandemi COVID-19 termasuk Negara Indonesia. Berdasarkan sumber, COVID-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh Corona virus pada tahun 2019. Virus yang berasal dari kota Wuhan, China diketahui sebagai virus yang dapat menular secara cepat. Seseorang yang terinfeksi virus ini dapat menularkannya melalui percikan air liur saat sedang batuk, bersin bahkan berbicara sekalipun. Gejala yang paling umum muncul yaitu demam, batuk kering serta rasa lelah. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa seseorang yang sudah terinfeksi virus ini tidak menunjukkan gejala sama sekali seperti ciri-ciri di atas. (WHO, 2020).

Sejak 5 April 2020, pemerintah Indonesia telah mewajibkan seluruh masyarakat untuk menggunakan masker dalam menghindari penyebaran virus COVID-19 mengingat kurva orang-orang yang terinfeksi virus kian menjulang tinggi. Tidak hanya itu, pemerintah pun menetapkan beberapa protokoler kesehatan seperti melakukan rutin mencuci tangan dengan sabun atau handsanitizer, *social distancing*, *physical distancing*, isolasi mandiri bagi mereka yang sudah terinfeksi virus, karantina mandiri bagi mereka yang tidak terinfeksi virus, hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang masih diberlakukan oleh pemerintah setempat di beberapa kota di Indonesia.

Sebagai klinik rehabilitasi medis yang menangani pasien pecandu narkoba dalam berbagai tingkatan, Klinik Utama Medika Antapani II melakukan beberapa upaya untuk tetap melayani pasien pengguna narkoba tanpa mengabaikan protokoler kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah ditengah pandemi ini.



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 2 & 3. Penerapan protokol kesehatan *social distancing* dengan memasang *barrier***



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

**Gambar 4. Penerapan protokol kesehatan *social distancing* dengan memasang tanda pada kursi tunggu**

Berdasar pada ketertarikan penulis terhadap fenomena yang saat ini tengah terjadi yaitu pandemi COVID-19 yang memiliki dampak negatif cukup besar pada berbagai aspek kehidupan khususnya dalam bidang kesehatan, penulis melihat bagaimana fasilitas pelayanan kesehatan yang saat ini tengah disorot media dapat tetap menjalankan pelayanan bagi kesehatan masyarakat secara maksimal, dalam hal ini adalah klinik rehabilitasi narkoba bagi para pecandu di kota Bandung.

Penulis bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui bagaimana manajemen klinik dapat terus membangun loyalitas pasien adiksi narkoba di tengah pandemi COVID-19. Oleh karena itu, penulis mengangkat sebuah judul Membangun Loyalitas Pasien di Klinik Rehabilitasi Narkoba Selama Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Loyalitas Pasien di Klinik Utama Medika Antapani II Bandung).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Fraenklen and Wallen metode kualitatif merupakan penelitian yang mengkaji situasi, kegiatan, kualitas hubungan dengan penekanan kuat pada deskripsi menyeluruh dalam menggambarkan rincian segala sesuatu yang terjadi pada suatu kegiatan atau situasi tertentu (Suharsaputra, 2018). Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dikarenakan peneliti menilai bahwa permasalahan yang diangkat merupakan suatu hal yang cukup kompleks tujuannya adalah memperoleh pemahaman tentang suatu peristiwa yang diteliti (Rukajat, 2018).

Pendekatan studi kasus dipilih karena peneliti berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek tersebut. Dalam pengumpulan data, digunakan berbagai macam sumber informasi untuk menggambarkan secara detail mengenai suatu peristiwa. Peristiwa tersebut merupakan sebuah sistem yang terikat dengan waktu dan tempat, sementara kasus dapat dikaji oleh suatu program, peristiwa, aktivitas atau suatu individu (Kusmarni, 2014).

Penelitian ini dilakukan di Klinik Utama Medika Antapani II Bandung yang berlokasi di Jl. Terusan Jakarta Ruko Harmoni No. 181 Kav. 12 Antapani Bandung selama bulan April – Juni 2020. Pengambilan data dilakukan melalui kegiatan wawancara secara mendalam kepada 7 (tujuh) informan yaitu 4 (empat) orang staff dan manajemen klinik serta 3 (tiga) orang pasien adiksi narkoba yang merupakan pasien aktif Klinik Utama Medika Antapani II melalui *personal chat* dan *voice note* dalam aplikasi WhatsApp dikarenakan situasi pandemi COVID-19 yang belum memperbolehkan peneliti langsung bertatap muka dengan informan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penerapan dan pengembangan konsep pemasaran di Fasyankes (Fasilitas Pelayanan Kesehatan) ditunjukkan oleh Klinik Utama Medika Antapani II (KUMA II) dalam upaya membangun hubungan yang baik dengan pasien melalui strategi inti yang mengintegrasikan peran-peran internal di klinik dengan semua pihak eksternal dalam menciptakan suatu nilai bagi para pasien (Buttle, 2014).

Untuk mewujudkan hubungan yang menguntungkan dengan pasiennya, KUMA II menerapkan strategi Customer Relationship Management (CRM). Strategi ini dilakukan dengan mempertimbangkan adanya pergeseran dari Fasyankes dan Dokter menjadi pasien sebagai fokus utamanya (Sabarguna, 2008). Hal ini pun dilakukan berdasar pada salah satu kepentingan di industri kesehatan seperti salah satunya adalah memaksimalkan pelayanan dengan prinsip memperkerjakan banyak karyawan akan lebih baik daripada memberikan pelayanan yang rendah dengan SDM yang terbatas.

Dalam penelitian ini, tujuan dilakukannya strategi CRM di KUMA II adalah untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pasien dalam menghadapi persaingan bisnis di industri kesehatan yang semakin tinggi serta membangun loyalitas pasien di tengah pandemi COVID-19



Gambar 5. Model Pelayanan Klinik Utama Medika Antapani II (*Patient Oriented*)

Dalam mengimplementasikan strategi CRM, KUMA II menerapkannya melalui tiga keputusan yaitu Strategis, Seleksi, dan Interaksi. Keputusan pertama, melalui keputusan strategis KUMA II berupaya mengembangkan budaya pelayanan yang terfokus kepada kepuasan pasien adiksi. Dalam keputusan ini seluruh sumber daya akan dialokasikan untuk mendukung semua Langkah yang dilakukan dalam meningkatkan nilai perusahaan seperti pada gambar 5. Pasien KUMA II adalah adiksi narkoba yang merupakan pasien kronis dimana kebutuhan obat harus selalu terpenuhi untuk menghindari gejala putus zat atau sakau, oleh karena itu KUMA II berupaya mengetahui kebutuhan, keinginan serta permintaan pasien di tengah merebaknya virus COVID-19 yaitu dengan tetap membuka pelayanan rehabilitasi medis atau *tapering off*.

*Dose tapering off* atau penurunan dosis bagi para pengguna narkoba merupakan langkah awal yang dijalankan agar dapat mengurangi rasa ketergantungan pada narkoba sebelum dilakukannya proses detoksifikasi lebih jauh. Dalam tahapan ini pasien adiksi narkoba langsung diawasi oleh dokter spesialis kesehatan jiwa. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa detoksifikasi pada pasien adiksi NAPZA merupakan suatu tindakan medis untuk membantu pasien dalam mengatasi gejala putus zat, dimana dokter memeriksa seluruh kesehatannya fisik dan mentalnya. Dokter akan memutuskan apakah pecandu perlu diberikan obat tertentu untuk mengurangi gejala putus zat (sakau) yang diderita atau tidak, serta pemantauan dari pusat rehabilitasi. (Nyoman and Aryani, 2018).

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di tengah pandemi ini membuat KUMA II memberlakukan layanan pendaftaran dan konsultasi dengan dokter secara online atau *telemedicine*, namun

pengambilan obat dilakukan mandiri oleh pasien dengan protokol kesehatan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pasien adiksi dalam mendapatkan pelayanan medis meski di rumah saja. Tersedianya SDM yang lengkap mulai dari petugas pendaftaran, petugas rekam medis, perawat medis, asesor, konselor, apoteker, dokter yang professional, manajer operasional hingga petugas non-medis menjadi pendukung KUMA II dalam memberikan layanan medis bagi pasien adiksi narkoba serta pengumpulan informasi yang lengkap tentang pasien dalam menunjang berbagai aktivitas klinik. KUMA II sebagai klinik rehabilitasi narkoba yang cukup terkemuka di kota Bandung ingin menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan mampu memenuhi permintaan pasien adiksi meski di tengah situasi seperti ini, selain itu KUMA II tidak ingin pasiennya terjerat dan kembali kedalam pasar gelap narkoba yang memaksa mereka untuk bertransaksi secara ilegal dan berujung penindakan serta penangkapan (Handoyo, 2016).

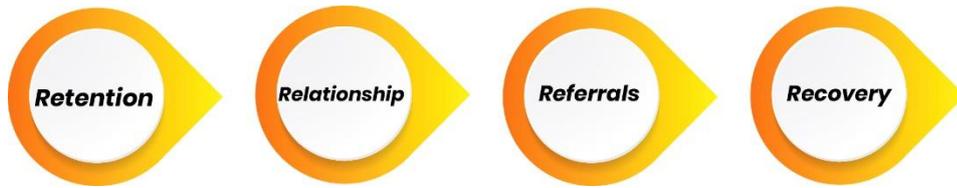
Penggunaan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pelayanan menjadi salah satu keputusan strategis yang dilakukan KUMA II. Selama pandemi, layanan *contact center* dilakukan KUMA II untuk tetap mendapatkan informasi baik dari pasien kepada klinik maupun sebaliknya, dimana pasien tidak hanya dapat menghubungi petugas melalui telepon, tetapi petugas medis maupun non medis melakukan komunikasi melalui pesan WhastApp. Tidak hanya petugas pendaftaran saja yang menerima pasien untuk melakukan pengobatan namun pasien juga dapat berkonsultasi dengan seorang dokter mengenai keluhannya dan dengan seorang konselor mengenai pelayanan yang diberikan klinik bahkan permasalahan yang sedang dialaminya. Penggunaan aplikasi WhastApp ditengah situasi yang menyulitkan ini dipilih KUMA II untuk tetap menjalin komunikasi secara mudah dengan pasiennya. Hal ini dilakukan karena hampir semua target sasaran KUMA II menggunakan aplikasi tersebut yang memang memudahkan penggunaanya.



Gambar 6. Elemen dalam keputusan strategis

Gambar di atas menunjukkan bahwa dalam membuat suatu keputusan yang berfokus pada *customer centric*, KUMA II tidak hanya berangkat dari visi misi organisasi itu sendiri tetapi juga berdasar pada evaluasi dan inovasi. Selain itu intergrasi pada berbagai komponen pelayanan yang terkait sangat diperlukan serta sistem yang mendukung yaitu penggunaan teknologi sebagai tuntutan pelayanan yang unggul.

Kedua melalui Seleksi, dalam upaya membangun loyalitas pasien terhadap klinik KUMA II mengacu kepada *Retention* sebagai upaya mempertahankan pasien agar tidak memilih Fasyankes lain dalam memenuhi kebutuhan medisnya. Dalam keputusan ini, seluruh SDM yang dimiliki oleh KUMA II berupaya secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan pasiennya yaitu dengan tetap membuka pelayanan dan menyediakan obat secara lengkap.



Gambar 7. Elemen dalam keputusan seleksi

*Relationship* menjadi hal penting selanjutnya bagi KUMA II dalam membangun hubungan lebih dekat dengan pasien yang pada akhirnya bermuara terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan dan komitmen. Kepercayaan akan terbangun melalui pemahaman karakteristik seseorang yang dipercayainya, begitupun dengan KUMA II yang menerapkan karakter dari internal untuk membangun kepercayaan pasiennya. Melalui kompetensi dari para petugas medis maupun non-medis KUMA II sangat yakin dalam memberikan pelayanan yang maksimal dengan didukung oleh penanggung jawab klinik sekaligus dokter spesialis. Beliau merupakan dokter rujukan kasus narkoba se-Indonesia yakni dr. Benny Ardjil, Sp. KJ ICAP II. Selain itu KUMA II memiliki asesor dan konselor yang bersertifikat BNN serta petugas medis dan non-medis lainnya yang memiliki kepakaran dalam menjalankan tugasnya. Sementara komitmen muncul dari kepercayaan yang dibangun.

Masih dalam tahapan seleksi, yang menjadi acuan berikutnya adalah *Referral* yaitu tingkatan pemberian rekomendasi dan berita baik.. Hal ini disetujui oleh pendapat salah satu pasien adiksi di KUMA II bahwa dirinya mendapatkan rekomendasi dari temannya yang merupakan pasien aktif KUMA II. Selain itu berita-berita di media memberikan informasi mengenai pelayanan KUMA II yang dimuat dalam website pusat rehabilitasi Rumah Cemara Bandung hingga website resmi BNN (Humas BNN, 2013).

*Recovery* merupakan poin terakhir dalam tahap seleksi, dimana KUMA II berupaya memberikan pendekatan dan pengertian kepada pasien melalui komunikasi pasien dengan konselor yang berkualifikasi dalam bidang konseling dan bertugas untuk mendengarkan segala keluhan kesah pasien adiksi narkoba baik itu terhadap pelayanan di klinik atau permasalahan yang sedang dialaminya. Adanya konselor di KUMA II dinilai membantu pasien adiksi dalam proses pemulihan dari ketergantungan narkoba karena pasien dapat berkonsultasi lebih intim (Akbar, 2017).

Selama pandemi COVID-19, pelayanan KUMA II terhadap pasien adiksi narkoba dibatasi hingga 30 pasien saja setiap harinya. Namun ketentuan tersebut nyatanya membuat pasien adiksi lain semakin bersikeras agar dapat dilayani, maka dengan pemanfaatan SDM yang dimiliki yaitu seorang konselor berupaya untuk tetap memberikan pelayanan konsultasi kepada pasien yang sebagai upaya pendekatan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kekecewaan pasien adiksi terhadap klinik.

Yang terakhir adalah melalui interaksi. Interaksi yang dilakukan KUMA II terhadap pasien baik antara petugas medis maupun petugas non medis dengan pasien semata-mata tidak hanya untuk menumbuhkan relasi yang baik. Melalui itu KUMA II memperoleh *Customer Database* meliputi target pasien, segmentasi, cakupan wilayah hingga pembiayaan pasien yang selanjutnya dianalisis untuk pengembangan program pelayanan yaitu dalam keputusan *Content Management*.

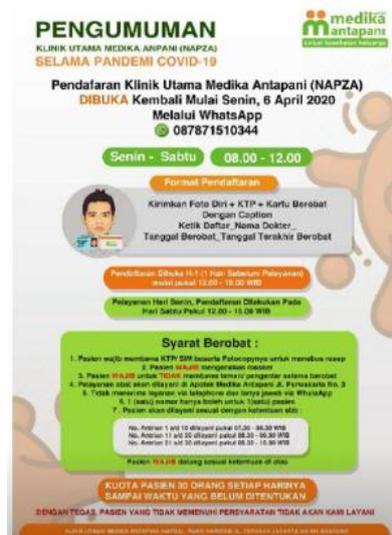
Saat pandemi COVID-19, program pelayanan medis atau *tapering off* yang biasanya dijalankan oleh KUMA II menjadi suatu pelayanan yang harus dikembangkan prosesnya. Pasalnya KUMA II harus tetap menjalankan pelayanan ini dengan banyak pertimbangan dengan mengikuti peraturan pemerintah tujuannya adalah untuk memutus rantai penularan COVID-19.

Namun keputusan diatas tidak luput dari bagaimana manajemen KUMA II dapat secara jelas menyampaikan informasi kepada pasien adiksi, yaitu dalam *Information Delivery*. Dalam menyampaikan berbagai informasi pelayanan dan informasi kesehatan mengenai COVID-19 kepada pasien yaitu melalui desain visual yang diunggah dalam platform instagram. Informasi pesan dinilai lebih efektif disampaikan melalui instagram serta memiliki daya jangkauan yang lebih luas dikarenakan tidak sedikit pasien adiksi narkoba menggunakan platform ini.



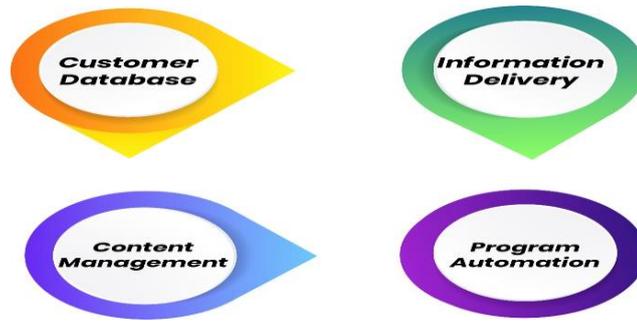
Sumber : (Instagram Klinik Medika Antapani)  
**Gambar 8. Informasi Kesehatan (Infografik COVID-19)**

Dari ketiga hal diatas yakni *Customer Database*, *Content Management*, dan *Information Delivery* semuanya memiliki kesatuan agar terjadi interaksi yang saling mendukung. Tersedianya SDM IT membuat KUMA II menggunakan *MACSystem* sebagai salah satu cara memperoleh database pasien adiksi yaitu dalam keputusan *Program Automation*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah manajemen klinik dalam menjalankan program misalnya *assessment* maupun *re-assessment* pasien adiksi narkoba dimana penilaian ulang dilakukan terhadap pasien berdasar pada seberapa sering pasien tersebut melakukan pengobatan yang pada akhirnya manajemen klinik dapat memprioritaskan pasien mana yang harus mendapatkan pelayanan lebih dulu atau tidak.



Sumber : (Instagram Klinik Medika Antapani)  
**Gambar 9. Informasi Pelayanan KUMA II Selama Pandemi COVID-19**

Keputusan interaksi yang dilakukan KUMA II, dijalankan karena sekaligus dapat meningkatkan performa bisnis klinik. Melalui upaya peningkatan kepuasan pasien seperti memahami tuntutan dan memenuhi harapan pasien akan menumbuhkan sikap dan perilaku loyal pasien terhadap klinik. Ukuran loyalitas pelanggan tidak hanya berupa pembelian produk atau pemakaian jasa secara berulang, namun loyalitas pasien adiksi narkoba di KUMA II diukur dari kepatuhan.



Gambar 10. Elemen dalam keputusan interaksi

Keempat hal diatas merupakan satu kesatuan agar secara simultan dapat memperoleh interaksi yang saling mendukung. Yang pertama, kepatuhan pasien terhadap standar perilaku yang harus dilakukan pada saat berobat dan diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya. Kepatuhan tersebut seperti harus berpakaian rapi, budaya antri, menghormati yang lemah, menyiram toilet setelah digunakan dan lain sebagainya yang menjadi dasar perilaku yang harus diterapkan.



Sumber : (Klinik Utama Medika Antapani II)

Gambar 11. Poster Standar Prilaku

Kedua, loyalitas pasien diukur dari kepatuhan terhadap penurunan obat. Tujuan utama KUMA II didirikan dengan membantu pasien menjalankan program *tapering off* yang merupakan tahapan awal rehabilitasi medis yaitu meningkatkan kualitas hidup dan menjadikan pasien menjadi produktif kembali. Salah satu upayanya adalah menurunkan dosis obat yang digunakan oleh pasien adiksi tersebut. Presentase penurunan dosis obat yaitu sekitar 5% selama 2-3 minggu. Meski akan sulit dilakukan oleh pasien adiksi, tetapi mereka mau mencoba tentunya dengan arahan dokter.

Ketiga, loyalitas pasien diukur dari kepatuhan bahwa pasien adiksi tidak diperbolehkan berobat di 2 (dua) fasilitas kesehatan atau lebih. Jika hal itu dilakukan akan mengganggu kepada program *tapering off* atau penurunan dosis tersebut sehingga pengobatan tidak dapat dilakukan secara maksimal.

Terakhir kepatuhan pasien terhadap program pendukung yang diberikan oleh klinik seperti NA (*Narcotic Anonymous Meeting*), yaitu pertemuan pasien adiksi narkoba yang sudah benar-benar pulih untuk saling memberikan motivasi agar yang lain dapat pulih dan kembali produktif. Bahkan apabila pasien mematuhi program ini dan mengikutinya secara rutin akan mendapatkan penggratisan biaya konsultasi dengan dokter yang bersangkutan.

Perkembangan pemikiran loyalitas pasien terbagi dalam lima era, yaitu Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan, Migrasi Pelanggan, Antusiasme Pelanggan, dan Spiritualitas Pelanggan. Berdasarkan data diatas, upaya KUMA II dalam membangun loyalitas pasien adiksi narkoba sudah sampai pada era antusiasme pelanggan. Loyalitas tidak hanya berada dalam pikiran pelanggan saja, tetapi memberikan berita baik serta merekomendasikan pemakaian kepada orang lain menjadi sebuah ukuran bahwa pasien dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal terhadap klinik.

Bahkan bagi sebagian pasien yang memiliki keyakinan dalam dirinya untuk dapat pulih dari ketergantungan narkoba dan memilih KUMA II sebagai tempat yang cocok untuk berobat rutin, artinya upaya dalam membangun loyalitas sudah di tahapan spiritualisme pelanggan, karena sudah menjadi bagian dari diri pasien untuk kepuhannya.

Selama pandemi COVID-19, tentu saja loyalitas pasien tidak hanya diukur melalui 4 (empat) kepatuhan diatas, karena perubahan pelayanan yang membuat pasien tidak sering mengunjungi klinik. Maka upaya yang dilakukan oleh klinik dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas pasien ditengah pandemi ini adalah dengan tetap menanamkan kepercayaan pasien atas pelayanan medis KUMA II (Juardi and Mulyanto, 2015). Kepercayaan tersebut di tunjukkan oleh jumlah pasien selalu mencapai kuota yang telah ditentukan KUMA II yaitu 30 pasien setiap harinya selama pandemi. Artinya bahwa upaya retensi pasien cukup efektif dan berhasil dilakukan oleh KUMA II dengan memanfaatkan SDM yang berkompetensi. Namun KUMA II menyadari bahwa dalam menanamkan kesadaran penuh dari pasien atas program rehabilitasi medis yang teramat sangat penting bagi kepulihan pasien memang melalui proses yang cukup lama dan harus dilakukan secara konsisten.

## SIMPULAN

Kepuasan pasien menjadi fokus utama Klinik Utama Medika Antapani II dalam penerapan strategi membangun hubungan, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu melalui pemanfaatan SDM yang lengkap dan berkompetensi. Dalam mengimplementasikannya, KUMA II menggunakan strategi Customer Relationship Management (CRM) melalui keputusan strategis, seleksi dan interaksi.

Pandemi COVID-19 yang membuat KUMA II memberlakukan pelayanan secara online mendorong manajemen klinik memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dalam memberikan pelayanan sekaligus memperoleh database pasien adiksi KUMA II. Pemilihan aplikasi WhatsApp dan platform Instagram dinilai memudahkan pasiennya dalam mengakses dan memperoleh informasi serta pelayanan kesehatan secara online ditengah pandemi COVID-19 didukung pula dengan penggunaan software *MACSystem*.

Dengan menerapkan strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pasien adiksi narkoba dikarenakan informasi yang mendalam tentang pasien membuat KUMA II lebih memahami mereka yang sekaligus meningkatkan pula nilai pasien di mata KUMA II yang berujung pada kesetiaan atau loyalitas pasien sehingga tujuan KUMA II dalam membantu kepulihan pasien dapat terbangun secara maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, J. (2017) Peran Konselor Dalam Merehabilitasi Korban Penyalahgunaan Narkoba di Yayasan Lentera Mataram. UIN Mataram.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). Jumlah Fasilitas Kesehatan di Kota Bandung.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). Jumlah Fasilitas Kesehatan di Kota Bandung.
- BNN. (2019). Press Release Akhir Tahun Kepala BNN: "Jadikan Narkoba Musuh Kita Bersama!" Jakarta.
- Buttle, F. (2014). Customer Relationship Management (Concept and Tools). I. Edited by S. Wahyudi, Y. Setyorini, and I. Basuki. Bayumedia Publishing.

- Handoyo, P. (2016) Klinik Medika Antapani, Bandung vs. Pasar Gelap Narkoba.
- Humas, BNN. (2013). Rumah Sakit Dan Klinik Swasta Dukung Rehabilitasi Adiksi Bagi Pecandu, Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia.
- Juardi, D. & Mulyanto. (2015). Perancangan Knowledge Management System pada Rumah Sakit dalam Meningkatkan Market Shared dan Loyalitas Pasien.
- Nyoman, L. and Aryani, A. (2018) Metode Rehabilitasi Gangguan Penggunaan Napza.
- Partodiharjo, S. (2007). Kenali Narkoba dan Musuhi Penyalahgunaannya. Jakarta: Esensi.
- Rukajat, A. (2018) Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). Yogyakarta: Deepublish.
- Sabarguna, B. S. (2008). Aplikasi Customer Relationship Management untuk Rumah Sakit. I. Jakarta: CV. Sagung Seto.
- Suharsaputra, U. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: Refika Aditama.
- WHO, I. (2020). Corona Virus (Covid-19). World Health Organization-South - East Asia Indonesia.