

Edisi 2 | 2022

Media Internal Pertamedika IHC

BUMI UNTUK INDONESIA



SUSUNAN REDAKSI IHC INSIGHT:

PENASEHAT: Direksi PT Pertamina Bina Medika IHC, **TIM REDAKSI:** Tim Humas PT Pertamina Bina Medika IHC, **KONTEN & DESAIN:** INTEGRITI, **PENERBIT:** PT PERTAMINA BINA MEDIKA IHC, **ALAMAT REDAKSI:** PT Pertamina Bina Medika IHC Gd. H Lt. 6, Jl. Kyai Maja No: 43 Kebayoran Baru Jakarta Selatan Bagian Corporate Secretary (021) 721 9031, 721 9299 (021) 724 7006

www.pertamedika.co.id | PertaminaBinaMedikalHC | pertaminabinamedika



EDITORIAL

Brand IHC: Modern, Humanis dan Profesional

Pembaca Budiman,

Membangun *brand* yang kuat dan mudah diingat dibenak masyarakat menjadi tantangan besar bagi Pertamedika IHC. *Rebranding* merupakan sebuah langkah besar dan bersejarah bagi Pertamedika IHC untuk menjadi perusahaan layanan kesehatan terbesar, terdepan, *modern*, humanis dan profesional di Indonesia.

Brand IHC akan kuat melalui standard dan persepsi sama yang ditunjukkan oleh seluruh jaringan RS dan Klinik berlogo IHC. Standardisasi *brand* IHC perlu memiliki identitas yang akan menjadi kekuatan persepsi *audience* dalam melihat, merasakan, dan menilai layanan IHC. Identitas tersebut terwakili

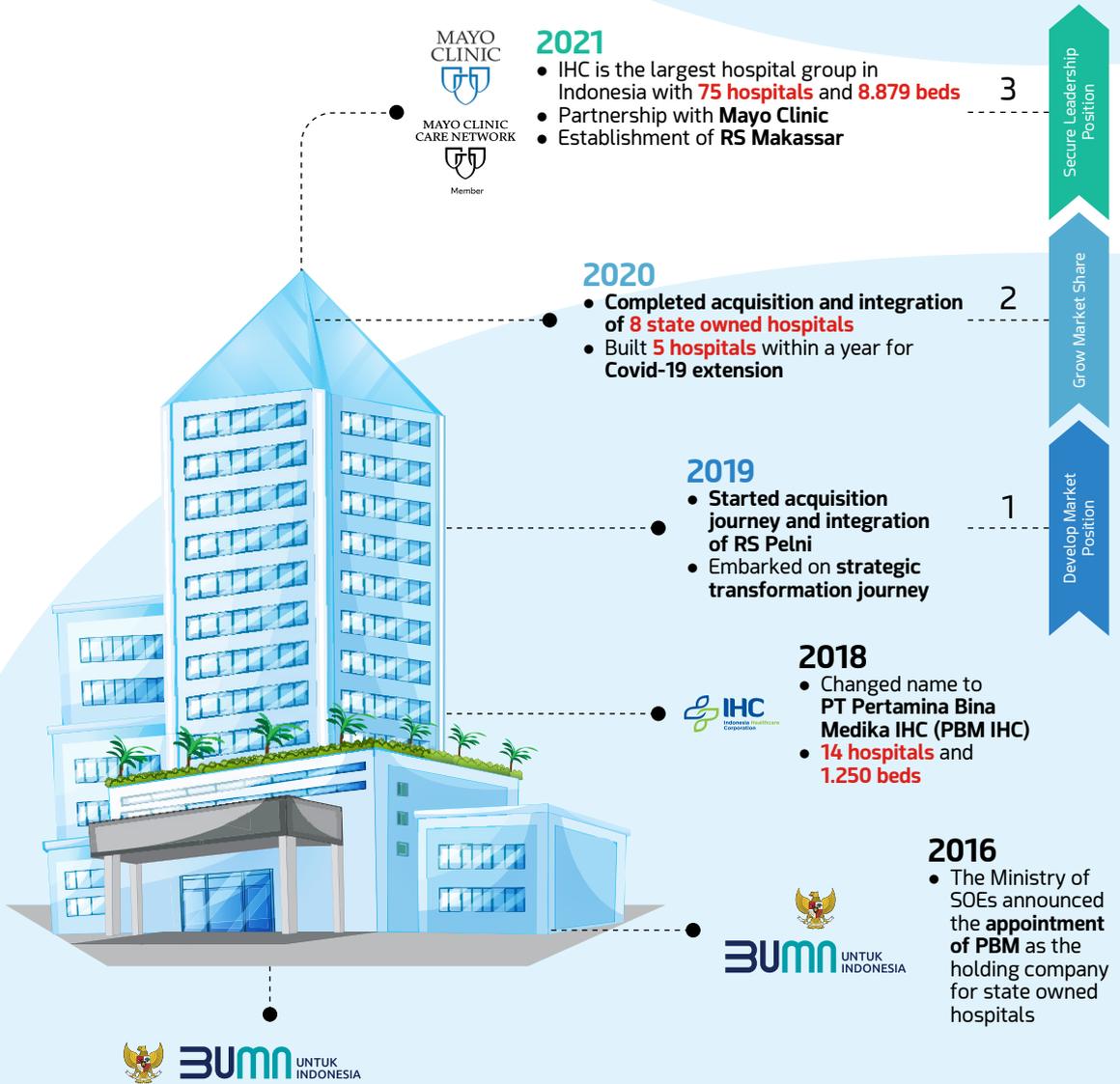
dalam 3 kata besar, yaitu *modern*, humanis dan profesional.

Pada edisi kedua di 2022 ini, Buletin IHC Insight menyetengahkan rubrik Sajian Utama yang mengulas tentang IHC adalah Budaya. Kemudian, rubrik Transformasi dengan narasumber Chief Executive Officer MarkPlus Iwan Setiawan yang menyampaikan *Rebranding* IHC: Membangun Nama, Citra dan Layanan Terstandardisasi, rubrik Inspiratif serta *Milestone* Perjalanan Pertamedika IHC sejak awal hingga 2021.

Semoga Buletin IHC Insight senantiasa dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi seluruh Perwira Pertamedika IHC. Selamat membaca.



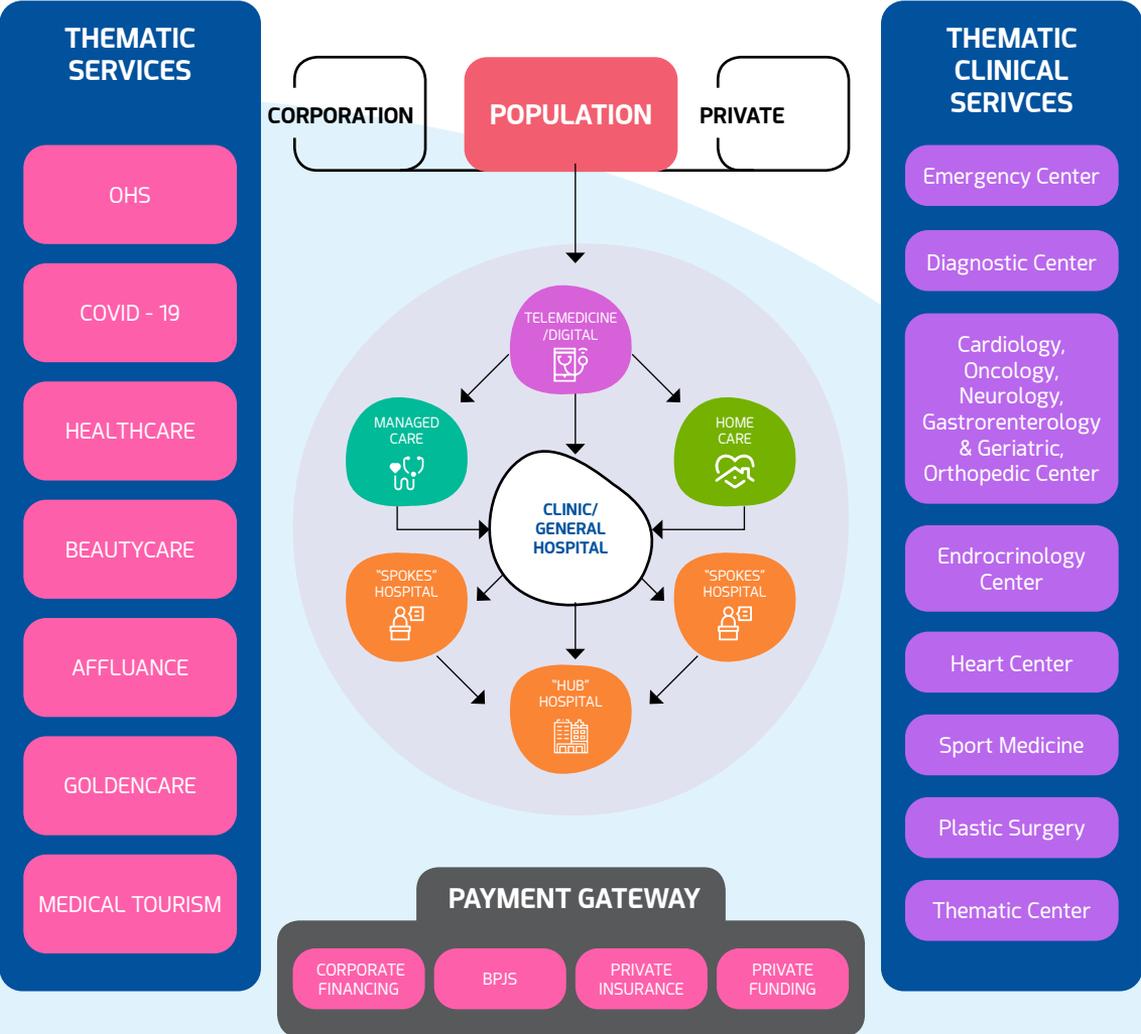
IHC was formed to deliver accessible, affordable and high quality patient care across Indonesia



IHC Pre-2016

- Establishment of **PT Rumah Sakit Pusat Pertamina (RSPP)**
- **PT RSPP started operations with 6 business units**
- The Ministry of SOEs announced the **appointment of PT Pertamina Bina Medika (PBM)** as the holding company for state owned hospitals
- Launched joint **operation** with several companies that manage state owned hospitals

OUR KEY BUSINESS MODEL





IHC adalah Budaya

PT Pertamina Bina Medika Indonesia Healthcare Corporation (Pertamedika IHC) terus berupaya mempersembahkan layanan kesehatan prima dan terbaik melalui berbagai inovasi. *Rebranding* merupakan inovasi besar yang dilakukan Pertamedika IHC agar dapat menjadi perusahaan layanan kesehatan terbesar, terdepan, *modern*, humanis dan profesional di Indonesia.

Proses *rebranding* yang dilakukan Pertamedika IHC bukanlah sesuatu yang bisa dilakukan secara instan atau terburu-buru, melainkan perlu perencanaan matang, keberanian besar dan *brainstorming* mendalam. Corporate Secretary Pertamedika IHC M. Sonny Irawan mengatakan, Pertamedika IHC

sengaja melakukan *rebranding* sebagai upaya untuk memperkuat posisi IHC di market karena semakin banyak rumah sakit (RS) dan klinik yang bergabung dalam naungan grup IHC.

Menurut Sonny, *branding* aktivasi terhadap *brand* IHC sudah dilakukan sejak 2017 saat *national*

flagships holding RS BUMN pertama kali dicanangkan. "Hal itu sesuai dengan perintah BUMN untuk menjadikan Pertamedika IHC sebagai *holding* RS BUMN Indonesia," imbuhnya.

Standardisasi
Integrasi 75 RS dan 144 Klinik di bawah naungan IHC sebagai



Corporate Secretary
Pertamedika IHC

M. Sonny Irawan

"IHC akan kuat melalui standar dan persepsi sama yang ditunjukkan oleh seluruh jaringan RS dan klinik berlogo IHC."

holding RS BUMN menjadi sebuah kekuatan besar sekaligus akan meningkatkan fokus bisnis dan kualitas pelayanan kesehatan serta menjadikannya pemimpin pasar bisnis RS di Tanah Air. Tentunya, melalui upaya penggabungan ini, penerapan standardisasi kualitas dan operasional layanan di seluruh jaringan RS BUMN menjadi sebuah keniscayaan.

Sonny mengatakan, IHC akan kuat melalui standar dan persepsi sama yang ditunjukkan oleh seluruh jaringan RS dan klinik berlogo IHC. "Masing-masing *brand* RS yang masih melekat kuat saat ini perlu distandardisasi melalui *rebranding* agar semuanya seragam menggunakan logo IHC serta menerapkan standar operasional dan layanan sama, sehingga memunculkan persepsi yang sama dibenak masyarakat," sebutnya.

Selaras dengan Sonny, VP Corporate Communication

Pertamina Fajriyah Usman menyampaikan kekuatan *branding* IHC menjadi ciri khas yang membedakan Pertamedika IHC dengan institusi kesehatan lainnya. "Sudah seharusnya *brand* IHC akan menjadi kuat melalui beberapa nama RS yang sudah lama dikenal masyarakat, salah satunya RS Pusat Pertamina (RSPP) yang dikenal sebagai RS-nya presiden," ujar beliau.

Menurut Fajriyah, ini menjadi cikal bakal positif untuk membawa IHC jauh lebih baik lagi dengan terstandardisasinya layanan yang sama serta harus selaras dengan persepsi yang ada dibenak *audience* Pertamedika. "Kekuatan Pertamedika dengan RSPP grupnya sudah ada dibenak masyarakat sebagai institusi kesehatan profesional, ramah, terpercaya, dan memiliki dokter profesional yang dikenal kalangan pejabat dan orang penting tertentu. Itu sebuah *brand behavior* yang baik dan akan menjadi benefit baik kedepan," terangnya.

Pertamedika mempunyai tugas besar untuk menstandarisasi dan menyelaraskan seluruh RS BUMN, klinik, asset-asset, anak perusahaan dan afiliasi, sehingga siapapun yang masuk ke grup IHC akan mendapatkan pengalaman pelayanan kesehatan yang sama di seluruh Indonesia. "Saya yakin dengan *nature of businessnya*, pengalaman serta kompetensi yang dimiliki IHC selama ini sudah cukup baik *positioningnya*, terutama dalam 2 tahun terakhir saat dihadapkan pada kondisi pandemi Covid-19. Disitulah keberadaan IHC mampu menunjukkan dan membuktikan sebagai sebuah institusi kesehatan terdepan dalam penanganan Covid-19 sekaligus mendukung pemerintah dalam membantu masyarakat," ungkapny.

Modern, Humanis dan Profesional

Standardisasi terhadap *brand* IHC perlu memiliki sebuah identitas yang akan menjadi kekuatan persepsi *audience* dalam melihat,

merasakan dan menilai layanan IHC. Identitas tersebut terwakili dalam 3 kata besar, yaitu *modern*, *humanis* dan *profesional*. Secara *modern*, diharapkan masyarakat melihat IHC sebagai *integrated electronic medical record, clinical pathway collaboration, virtual hospital* dan *command center*. Tentunya, *modern* yang dihadirkan IHC berupa teknologi dan layanan medis yang memperlihatkan identitas *modern* dan tidak kuno.

Selanjutnya, *humanis* diwakili dengan layanan sederhana, petugas yang tersertifikasi dengan keramahmataman, *responsive*, empati, peduli dan penuh kasih, layanan *homecare*, unggul dalam layanan kesehatan mental dan kesehatan kerja. "Kondisi seperti itu harus sudah tampak dan terasa sejak awal *customer* masuk hingga keluar. Kenyamanan, keramahan, *joyfull* dan keamanan menjadi kunci utama yang harus dapat dirasakan oleh siapapun yang datang ke RS Pertamedika IHC manapun," sebut Sonny.



VP Corporate
Communication Pertamina
Fajriyah Usman

"Kekuatan *branding* IHC menjadi ciri khas yang membedakan Pertamedika IHC dengan institusi kesehatan lainnya."

SAJIAN UTAMA

Sedangkan profesional artinya RS Pertamedika IHC sudah terbiasa dan terlatih melayani perusahaan BUMN besar, menghadirkan fasilitas berstandar internasional, sebagai *center of excellent* serta memiliki layanan khusus VIP dan VVIP. Inilah kekuatan besar IHC yang lahir dari BUMN, sehingga bisa dikatakan RS Pertamedika IHC adalah RS-nya bangsa Indonesia.

Sonny menyatakan, *modern*, humanis dan profesional merupakan *core value brand* IHC yang harus diterjemahkan dalam aktivitas sehari-hari. "Diharapkan melalui implementasi ketiganya, identitas *brand* IHC semakin kuat, *modern*, ramah, bersemangat, bisa diandalkan, sederhana, dinamis, disiplin, penuh warna dan berkelas," jelasnya.

Implementasi

Pada dasarnya, *rebranding* termasuk bagian dari transformasi yang erat kaitannya dengan bidang operasional. "IHC ingin mengajak dan membawa pasien dalam sebuah *experience journey*, yakni merasakan kenyamanan sejak mulai masuk gerbang rumah sakit hingga ke dalam gedung. Tidak berhenti sampai disitu, kemudian melakukan pendaftaran, menuju tempat pemeriksaan, ke tempat obat hingga pembayaran," ujar Manager Corporate Communication Pertamedika IHC Rachmi Ken Andarini.

Tentunya, pasien akan merasakan *joyfull* jika seluruh operasionalnya berjalan baik yang secara otomatis memunculkan *experience journey* yang menyenangkan. "Hal itulah yang ingin diinternalisasi kepada seluruh Perwira IHC, sehingga kedepan tidak perlu diajarkan, diperintah, diingatkan atau *disetting* lagi," tegas Ken –sapaan akrab beliau–.

Menurut Ken semuanya membutuhkan waktu berproses dalam pengimplementasiannya. "Implementasinya sudah mulai terasa meskipun belum semua, namun yang terpenting terus bergerak secara bertahap dan

bersama-sama. Semua orang harus berperan baik, mulai dari direksi dan manajemen RS di dalam IHC grup serta seluruh Perwira IHC mempunyai peran masing-masing di dalam proses *rebranding* ini," ujarnya.

Ken meyakini seluruh Perwira IHC mampu mengimplementasikan baik secara internal maupun eksternal. Implementasi dilakukan dengan menyamakan sesuai standar yang ditetapkan secara *greeting* kepada pasien, baik dari sisi fisik maupun *attitude* yang sudah sangat mencerminkan dengan warna *branding* IHC.

Dalam proses pengimplementasian tersebut, keberadaan *brand* juga berhubungan erat dengan budaya dan histori di masing-masing jaringan RS dan klinik IHC. Inilah yang menjadi tantangan karena masing-masing RS dan klinik memiliki histori berbeda, segmen demografis dan perilaku berbeda serta tipe pasien dan layanan berbeda. Semuanya harus terstandarisasi dengan baik agar *brandingnya* dapat terintegrasi dengan baik.

Ken menerangkan, semua ketentuan yang telah ditetapkan wajib diimplementasikan secara seragam di semua RS dan klinik IHC, karena sudah menjadi panduan yang tidak boleh dirubah. Meskipun demikian, kearifan lokal yang terdapat di masing-masing RS dan klinik tetap diberikan sebagai ruang kompleksibilitas untuk berkreasi di dalam koridor yang sudah ditetapkan bersama. "Ruang itulah yang diberikan secara fleksibel kepada masing-masing RS dan klinik untuk memanfaatkan pemahaman terhadap karakter masing-masing pasar yang dilayani," sebutnya.

Tentunya, semua upaya tersebut memerlukan proses dan saling berkolaborasi dalam mensosialisasikan dan menginternalisasikan, agar seluruh RS dan klinik kenal IHC tidak hanya di dalam saja namun juga di luar yaitu bagaimana



Manager Corporate
Communication Pertamedika IHC

Rachmi Ken Andarini

"Keberadaan *brand* IHC merupakan penyatu kami dari berbagai warna RS dan klinik BUMN di Indonesia agar dapat saling bersinergi, melengkapi satu sama lain, menjadi satu harmoni dan selaras ketika bergerak."

bersikap, bertutur kata, menyapa dan memperlakukan pasien dengan baik. Semuanya secara otomatis akan membentuk dan mencerminkan sebuah budaya IHC.

"Keberadaan *brand* IHC merupakan penyatu kami dari berbagai warna RS dan klinik BUMN di Indonesia agar dapat saling bersinergi, melengkapi satu sama lain, menjadi satu harmoni dan selaras ketika bergerak. Diharapkan melalui *rebranding* ini, *positioning* IHC di *market* semakin kuat dan terpercaya serta dapat memenangkan hati *customer* secara nasional maupun global. IHC milik kita bersama, milik Bangsa Indonesia," harap Ken optimis.

Rebranding

dari Sudut Pandang Perwira IHC



Senior Officer Public Relations RS
Pertamina Balikpapan

Liza Permatasari

Rebranding IHC sangat signifikan dan penting dilakukan, karena melalui *branding* yang kuat dan baik

akan memberikan dampak besar bagi perusahaan. Tentunya, *brand* IHC dapat merubah cara pandang masyarakat terhadap layanan kesehatan di seluruh RS BUMN, sehingga mereka akan cenderung memilih produk yang lekat dalam ingatan serta dapat meningkatkan *brand awareness*.

Dengan memiliki *brand* yang didalamnya mencerminkan identitas *modern*, humanis dan profesional serta strategi baik, akan membantu perusahaan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan dan klien potensial. Diharapkan melalui kepercayaan yang ditunjukkan terhadap IHC menjadikannya sebagai pilihan utama dalam

memperoleh pelayanan kesehatan terbaik.

Selain itu, *branding* sangat berpengaruh pada bidang Public Relations (PR), karena selalu berhubungan dengan pelanggan maupun masyarakat luas. Melalui *branding* yang kuat dan baik secara otomatis dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat sekaligus memudahkan untuk mempromosikan produk yang ditawarkan. Saya bangga menjadi bagian dari IHC, sebuah perusahaan besar yang terus bertumbuh dan memberikan peluang bagi seluruh pekerjanya untuk terus berkarya, menambah wawasan dan berkreasia.



Humas RS PHC Surabaya

Irvan Prayogo

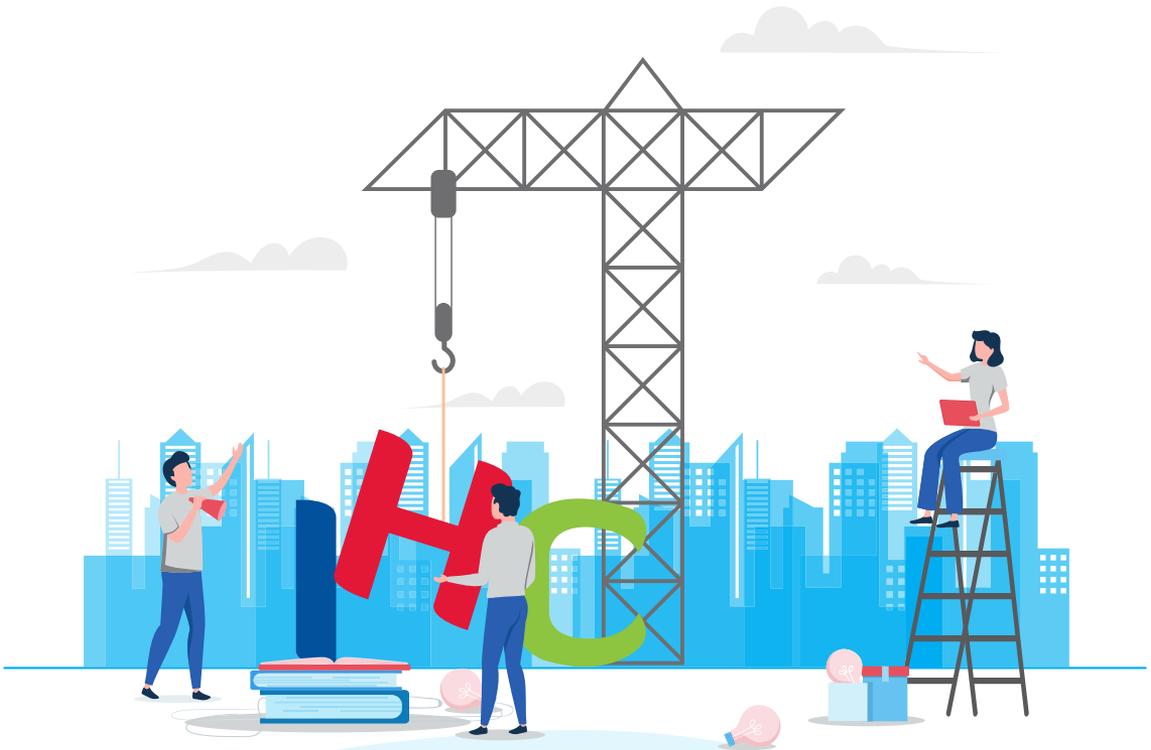
Untuk menjadi *brand* pertama yang muncul di benak pelanggan saat hendak transaksi suatu produk atau jasa, tentunya sebuah perusahaan harus menciptakan *brand top of mind* sendiri sebagai strategi *branding*nya. Strategi *rebranding* yang dilakukan Pertamedika IHC sangat relevan untuk memperkuat *brand*nya, mencapai posisi *market leader* pelayanan kesehatan di Indonesia serta dapat merebut kembali pasar domestik yang selama ini lebih memilih berobat ke luar negeri.

Beberapa RS jaringan IHC sudah memiliki fasilitas kesehatan berskala internasional, bahkan sudah terakreditasi internasional dan mendapat pengakuan oleh lembaga internasional untuk mutu pelayanan kesehatan. Salah satunya RS PHC Surabaya yang memperoleh predikat lulus uji profisiensi tes oleh World Health Organization (WHO) untuk Laboratorium Biomolekuler. Disisi lain, kepercayaan Warga Negara Asing (WNA) yang bekerja di Indonesia juga terus menunjukkan tren positif dengan mempercayakan pelayanan kesehatannya di Pertamedika IHC Group.

Melalui kekuatan sebuah *branding* dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Misalnya, ketika masyarakat Kota Surabaya ditanya tentang Pelayanan Jantung Terpadu, secara otomatis yang terlintas di benak mereka yaitu RS PHC Surabaya. Hal itu bisa terjadi karena masyarakat dikenalkan secara kontinyu dengan *tagline* "Permasalahan Jantung dari A

sampai Z, Kami Bisa Tangani". Strategi *branding* yang diterapkan oleh RS PHC Surabaya terbukti ampuh mempengaruhi pikiran masyarakat terhadap kebutuhan layanan kesehatan jantung. Hal inilah yang dapat membangun *brand* IHC kedepan, dengan terus dilakukan perbaikan berkelanjutan perusahaan di berbagai aspek, sehingga pelayanan yang diberikan bisa menimbulkan *wow effect*.

Endgamenya, melalui standardisasi operasional dan layanan serta persepsi positif sama terhadap semua jaringan RS dan klinik IHC dapat menjadi sebuah kekuatan serta menumbuhkan sikap komitmen untuk terus memberikan pelayanan kesehatan yang *modern*, humanis dan profesional kepada seluruh pelanggan. Hal ini sesuai dengan semangat kami untuk memberikan pelayanan *excellent* kepada pelanggan. Jika pelanggan *happy*, kami juga *happy* dan pemegang saham juga pasti *happy*. So, everybody will be *happy*.



Rebranding IHC: Membangun Nama, Citra dan Layanan Terstandarisasi

Sebagai jaringan penyedia layanan kesehatan terbesar di Indonesia, PT Pertamina Bina Medika Indonesia Healthcare Corporation (Pertamedika IHC) terus berupaya membangun dan menciptakan citra positif bagi konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan melalui *rebranding* dengan menggandeng konsultan ternama di Indonesia, MarkPlus Inc.

Proses Rebranding

Ada kalanya sebuah bisnis atau usaha perlu dilakukan *rebranding*. Alasannya beragam, bisa karena murni strategi bisnis, penyesuaian dengan perubahan perilaku pasar atau lainnya. "*Rebranding* bukanlah perkara mudah, perlu langkah tepat agar berjalan sesuai tujuan, salah satunya

proses *rebranding* IHC yang kami lakukan," ujar Iwan Setiawan selaku Chief Executive Officer yang memimpin tim konsultan, riset, dan training pemasaran di MarkPlus, Inc.

Bertanggung jawab sebagai Project Director dalam proses konsultansi transformasi *brand*

IHC, Iwan –sapaan akrab beliau– menjelaskan proses *rebranding* yang dilakukan terbagi menjadi 3 tahap. Tahap pertama, dimulai fase riset dengan memetakan kekuatan *brand* Pertamedika IHC, baik dilihat secara *holding* maupun anak perusahaan dan entitas-entitas di bawah Pertamedika IHC. Hal itu

dilakukan untuk mengetahui kekuatan apa saja yang bisa dimanfaatkan terhadap *corporate branding*.

Iwan menerangkan, pada fase riset dilakukan wawancara secara internal maupun eksternal. Secara internal penting untuk mengetahui persepsi manajemen hingga karyawan, dalam melihat peran *brand* terhadap strategi keseluruhan Pertamedika IHC. Sedangkan secara eksternal untuk mengetahui persepsi pasien maupun calon pasien pengguna jasa layanan kesehatan di Pertamedika IHC, dengan membandingkan antara kekuatan *brand* Pertamedika IHC dan kompetitor. "Riset dilakukan sejak akhir Juni sampai akhir September, sekitar 3 bulan atau 12 minggu," sebutnya.

Tahap kedua merupakan penyusunan *brand* strategi baru berdasarkan hasil riset yang telah diperoleh. Dalam penyusunan *brand* strategi banyak dilakukan *workshop* dan diskusi dengan pihak-pihak Pertamedika IHC yang bertanggung jawab di bidang *marketing*, komunikasi, maupun operasi sehingga lahir strategi *branding* yang disusun Pertamedika IHC. Sementara peran MarkPlus hanya sebatas fasilitator, memberikan arahan agar tidak keluar jalur, memberikan pertimbangan berdasarkan pengalaman dan

hasil riset sebagai pilihan strategi terbaik untuk Pertamedika IHC. "Waktu yang diperlukan sangat singkat sekitar 2 minggu, karena ada urgensi untuk segera menyelesaikan penyusunannya," ungkap Iwan.

Iwan melanjutkan, ketika *brand* strategi telah diputuskan Direksi Pertamedika IHC kemudian masuk ke tahap ketiga yaitu implementasi *brand* strategi di seluruh RS, klinik dan entitas Pertamedika IHC. Fase ketiga ini menjadi tantangan karena masing-masing RS dan klinik memiliki histori berbeda, segmen demografis dan perilaku berbeda, serta tipe pasien dan layanan berbeda. "Kesemuanya itu dibuat standardisasinya sebagai panduan atau kaidah baku agar *branding*-nya dapat terintegrasi dengan baik. Waktu penyusunannya cukup singkat, sekitar 6 minggu," imbuhnya.

Secara standar, semua ketentuan wajib diimplementasikan secara seragam di semua RS dan klinik, karena ini sudah menjadi panduan yang tidak boleh diganti-ganti. Meskipun demikian, model pemasaran yang disusun tetap memberikan ruang kompleksibilitas dan kearifan lokal terhadap masing-masing RS dan klinik untuk berkreativitas di dalam koridor yang sudah ditetapkan bersama. Ruang itulah yang diberikan secara fleksibel kepada

masing-masing RS dan klinik untuk memanfaatkan pemahaman terhadap karakter masing-masing pasar yang dilayani. "Jadi, secara total waktu yang dibutuhkan sekitar 20 minggu atau 5 bulan. Untuk *kick off* resminya mulai 17 Juni dan selesai 12 November 2021," ungkap Iwan.

Kunci Sukses

Sebagai supervisor transformasi *brand* IHC, MarkPlus mengaku memiliki 2 kunci sukses dalam prosesnya, yaitu adanya komitmen dari top manajemen dan karyawan maupun manajemen anak perusahaan menyadari pentingnya integrasi *branding* RS dan klinik Pertamedika IHC secara seragam. Implementasi jauh lebih mudah dengan adanya komitmen dari direksi dan kekompakan serta kerja sama semuanya dari atas sampai bawah.

Menurut Iwan, saat ini nama IHC belum dikenal meskipun memiliki jaringan RS luas karena memang bukan *consumer brand*, hanya sebatas *brand holding* korporasi sehingga hanya orang tertentu yang kenal nama IHC sedangkan pasien secara umum tidak mengenal IHC. "Dari situlah kami mencoba membuat *visibility*/ keterlihatan IHC cukup tinggi

"Rebranding bukanlah perkara mudah, perlu langkah tepat agar berjalan sesuai tujuan, salah satunya proses rebranding IHC yang kami lakukan".

Chief Executive Officer
Iwan Setiawan





dengan memunculkan logo IHC di semua RS dan klinik jaringan IHC dan tetap mempertahankan nama RS dan klinik tersebut,” terang nya.

Adanya logo IHC di seluruh RS dan klinik jaringan IHC, secara otomatis menarik perhatian pasien dan masyarakat umum saat melintas maupun berkunjung untuk berobat. Pasien dan masyarakat umum akan berpikir RS atau klinik ini bagian dari grup IHC. Secara sederhana, semakin lama kekuatan *brand* IHC akan semakin kuat ditambah dengan keterlihatan logo IHC yang tercantum di semua dokumen yang berkaitan dengan pasien.

Modern, Humanis dan Profesional

Tak hanya sekadar tampilan visual namun *brand* IHC harus memiliki identitas secara seragam, sehingga pasien mempunyai persepsi dan citra positif sama terhadap IHC. Oleh karena itu,

brand IHC harus terisi dengan identitas jelas dan positif sebagai standar yang sama di seluruh RS dan klinik di Indonesia.

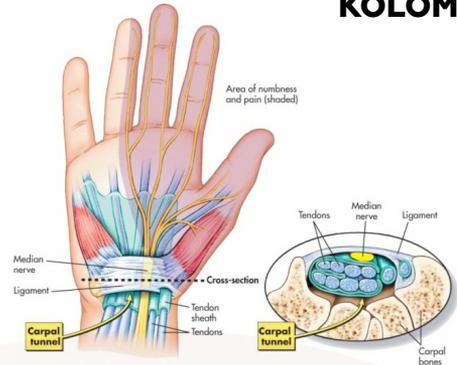
Brand IHC yang telah terbentuk mempunyai identitas yang terangkum dalam 3 kata kunci, yaitu *modern*, *humanis* dan *profesional*. *Modern* artinya RS IHC menggunakan teknologi *modern* dan inovasi-inovasi layanan medis, sehingga mudah terlihat apa yang dimaksud *modern*. “Contoh RS *modern* itu alat-alatnya tidak kuno, ruangnya terkesan muda tidak terkesan tua, alurnya lancar dan tidak memerlukan antrian yang berbelit,” terang Iwan.

Kemudian, *humanis* artinya dari mulai *frontliner*, dokter, tenaga medis, perawat, tenaga administrasi hingga *security* harus ramah, memberikan solusi atau bantuan, komunikasi yang baik sehingga pasien merasa senang

berkunjung ke RS Pertamedika IHC. Dan, profesional artinya seluruh Perwira IHC terlatih dalam menangani pasien dari kalangan profesional terutama di bidang korporasi. IHC lahir dari BUMN, sudah seharusnya terbiasa menangani orang-orang yang membangun karirnya di korporasi yang memiliki ekspektasi terhadap kualitas layanan yang jauh lebih tinggi daripada layanan non profesional.

Branding IHC dianggap sukses ketika 90% masyarakat mengetahui nama IHC yang memiliki RS dengan peralatan *modern*, tenaga medisnya ramah, dan memberikan layanan terbaik secara profesional. Diharapkan, kedepan IHC tidak hanya sebagai jaringan RS terbesar di Indonesia saja, tetapi menjadi salah satu RS terbesar dan disegani di dunia Internasional, khususnya di Asia Tenggara yang dikenal sebagai RS *modern*, *humanis* dan profesional.

Mengenal Penyakit CARPAL TUNNEL SYNDROME (CTS)



Pergerakan tangan berulang kali dalam beraktivitas dengan cara yang sama, dapat memicu seseorang mengalami nyeri pergelangan tangan yang umum disebut sindrom lorong karpal atau *carpal tunnel syndrome* (CTS). Meskipun untuk mengatasi kondisi CTS cukup dilakukan terapi sederhana, namun tetap tidak boleh disepelekan karena dapat mengakibatkan dampak buruk jika tidak dilakukan tindakan.

CTS adalah penyakit pada pergelangan tangan karena saraf yang tertekan dan menimbulkan gejala nyeri, mati rasa, dan *parestesia* (kesemutan atau seperti terbakar). Saraf yang tertekan merupakan saraf *medianus* yang terentang antara lengan bawah dan telapak tangan di dalam lorong *carpal* (Cott, Kevin R.; Kothari, Milind J, 2009).

CTS merupakan gangguan umum pada pekerjaan yang disebabkan gerakan berulang-ulang, menggenggam atau menjepit, penggunaan alat bergetar, dan posisi menetap pada jangka waktu lama yang dapat mempengaruhi saraf, suplai darah ke tangan dan pergelangan tangan. Pada kondisi akut, CTS terjadi karena penekanan yang melebihi tekanan perfusi kapiler sehingga terjadi mikrosirkulasi dan timbul iskemik saraf.

Faktor dan Gejala

Umumnya, faktor mekanik, non mekanik dan vaskuler menjadi penyebab terjadinya CTS. Selain itu, terdapat faktor spesifik lain yang berkaitan dengan peningkatan kemungkinan perkembangan penyakit CTS yaitu jenis kelamin dan usia. Jenis kelamin menjadi salah satu faktor yang memengaruhi angka kejadian CTS yang banyak terjadi pada wanita dengan jumlah kejadian sekitar 1,5 dari 1000 wanita dan 0,5 dari 1000 pria. Umumnya, wanita mengalami gejala CTS pada usia rentan yaitu 45 sampai 54 tahun. Sedangkan usia di atas 54 tahun relatif sedikit terkena gejala CTS (Newington, Harris, & Walker-Bone, 2016).

Gejala awal dari CTS berupa nyeri, *parastesia*, *numbness* (kurang merasa), atau rasa seperti terkena aliran listrik pada jari pertama sampai setengah jari keempat. Keluhan nyeri sering muncul di malam hari sehingga penderita sering terbangun dari tidurnya. Nyeri dapat berkurang jika penderita

mengistirahatkan tangannya, karena jika tidak segera diistirahatkan nyeri dapat berlanjut hingga ke area lengan atas dan bahu.

Untuk mengetahui gejala timbulnya CTS, perlu dilakukan beberapa tes ringan seperti *Phalen's Test* yaitu penderita melakukan fleksi tangan secara maksimal dalam waktu 60 detik. Jika muncul nyeri dan kesemutan pada ujung jari tangan, hasil tes menunjukkan positif CTS. Tes lainnya yaitu *Tinnel's Test*, penderita melakukan posisi sedikit dorsi fleksi dan dilakukan ketukan di daerah saraf medianus yang membentang pada sisi ibu jari tangan. Jika muncul nyeri di pergelangan tangan, ibu jari, telunjuk, jari tengah dan kesemutan, berarti penderita mengalami CTS.

Upaya pencegahan atau penyembuhan dilakukan beberapa tindakan, seperti Pemberian Tindakan Fisioterapi, *Ultrasonic* (US), *Microwave Diathermy* (MWD), *Streaching* dan Manipulasi. Bagi penderita, disarankan menghindari kegiatan yang banyak menggunakan tangan dan jari tangan untuk sementara waktu jika kondisi kian memburuk.

Segera berkonsultasi ke dokter spesialis saraf jika mengalami gejala CTS yang semakin mengganggu. Selain itu, lakukan pererangan secara rutin, terutama bagi pekerja kantoran serta beraktivitas menggunakan pergelangan tangan dan tangan secara berulang.



Fisioterapis
RS Krakatau Medika
**Ulfa Indar
Saisanti, S.FT**



RS Umum Khusus Otak, Jantung, dan Kanker Pertama di Bandung

Pertamedika IHC menggandeng Universitas Padjadjaran (Unpad) yang merupakan salah satu entitas pendidikan terbaik tanah air, menghadirkan Rumah Sakit (RS) Umum Khusus Otak, Jantung dan Kanker Pertama di Bandung. Kolaborasi tersebut diwujudkan pada acara Penandatanganan Kerja Sama Penelitian Pengembangan SDM dan Pembangunan RS yang digelar di Kampus Iwa Koesoemasoemantri Unpad, Rabu (24/11).

Kolaborasi ini menjadi salah satu strategi Pertamedika IHC dalam membangun *Quality of Care*, dengan menyiapkan akses layanan kesehatan di Jawa Barat mengingat masih terbatasnya fasilitas kesehatan khusus Otak, Jantung, dan Kanker di wilayah tersebut. Direktur Utama Pertamedika IHC Dr. dr. Fathema Djan Rachmat menyampaikan rasa optimisnya terhadap pembangunan RS yang akan memudahkan masyarakat mendapatkan akses pelayanan kesehatan prima.

"Kolaborasi ini akan mengakselerasi Pertamedika IHC dan Unpad untuk terus berinovasi dalam menghadirkan pelayanan optimal guna memberikan nilai tambah bagi bangsa, yang manfaatnya bisa dirasakan masyarakat luas," ujar beliau optimis.



Berdiri di atas lahan milik Unpad seluas 9.034 m², RS ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti IGD, Ruang Radiologi (*USG/Fiuoroscopy/Panoramic/CT Scan*), *Pet Scan*, *Brachitherapy*, Klinik Anestesi dan Manajemen Nyeri. Terdapat juga Klinik Rehabilitasi Medik, *Neurodiagnostik*, *Neurointensive*, Laboratorium, Instalasi Farmasi, Ruang Rawat Inap mulai dari Kelas 3, Kelas 2, Kelas 1, VIP dan VVIP, Ruang ICU, Kamar Operasi, dan berbagai fasilitas penunjang lainnya.

Selain dilengkapi peralatan medis terkini dan canggih, *Center of Healthcare* khusus yang akan melayani lebih dari 2,5 juta penduduk di kota Bandung ini juga didukung dokter spesialis dan subspecialis profesional serta tenaga kesehatan mumpuni di bidang pelayanan khusus Otak, Jantung dan Kanker. RS Umum Khusus Otak, Jantung, dan Kanker yang berlokasi di Jl. Dipati Ukur Bandung ini direncanakan mulai beroperasi pada 2023.



Direktur Utama Pertamedika IHC Dr. dr. Fathema Djan Rachmat meraih 2 penghargaan pada ajang MarkPlus Conference 2022 yang diselenggarakan secara OMNI di Studio Markplus, Rabu (8/12) – Kamis (9/12). dr. Fathema

Dirut Pertamedika IHC Raih Penghargaan pada ajang MarkPlus Conference 2022

menerima penghargaan "Best of The Best Marketeers Of The Year (MOTY) Indonesia 2021" dan "The Best Industry Marketing Champion 2021" untuk kategori "Hospital Sector".

Sepanjang 16 tahun penyelenggaraan MOTY, dr. Fathema merupakan perempuan pertama yang memperoleh predikat MOTY. Tentunya, ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi Pertamedika IHC yang terus

berupaya mengembangkan pelayanan dan selalu berorientasi pada keselamatan pasien dan *excellence services* mengikuti kebutuhan pelanggan. Dengan mengusung tema "Business Revival Toward The Endemic", acara MOTY 2021 dan Markplus Conference 2022 yang merupakan event *marketing* terbesar di Asia tersebut dihadiri Founder & Chairman MarkPlus Hermawan Kertajaya, Dahlan Iskan, Ignasius Jonan, dan Arif Yahya.

Pertamedika IHC Bersama PT Hotel Indonesia Natour Hadirkan Pelayanan Kesehatan Berkualitas Berstandar Internasional



Pertamedika IHC melakukan penandatanganan kerja sama sewa lahan dengan PT Hotel Indonesia Natour (HIN) (Persero) bertempat di lantai 21 Gedung Kementerian BUMN, Jumat (10/12). Penandatanganan ini menjadi langkah awal pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Kesehatan di Sanur, Bali, termasuk pembangunan Bali International Hospital yang merupakan kerja sama Pertamedika IHC dengan PT HIN. RS bertaraf internasional ini akan menjadi *National Flagship Hospital*. Dengan menyediakan alat-alat berteknologi canggih serta beberapa *Center of Excellence*, RS ini akan menjadi Pusat Pelayanan Kesehatan di kawasan Indonesia Tengah. Banyaknya wisatawan berkunjung ke Indonesia serta peningkatan kunjungan berobat pasien Indonesia keluar negeri menjadi salah satu latar belakang dalam pengembangan RS bertaraf Internasional di dalam jaringan IHC ini.

Pertamedika IHC Raih Penghargaan Highly Reputable SOE Subsidiary In Health Category



The Economics memberikan apresiasi kepada anak-anak perusahaan BUMN dalam Indonesia State-Owned Companies – Leading Brand Awards 2021. Pada kesempatan tersebut, Pertamedika IHC kembali menorehkan prestasi dengan menyabet penghargaan Highly Reputable SOE Subsidiary In Health Category. Selama 2021, Pertamedika IHC terus melakukan adaptasi dengan berbagai efisiensi dan efektivitas serta melakukan peningkatan kinerja dan *brand image* perusahaan. Indonesia State-Owned Companies – Leading Brand Awards diberikan berdasarkan popularitas dan reputasi anak-anak perusahaan BUMN dari riset yang digelar pada Oktober-November 2021 dengan melibatkan lebih dari 12.000 responden dari berbagai usia di 8 kota besar di Indonesia.

Pertamedika IHC Raih Marketeers Editor's Choice Award 2021



Pada ajang Marketeers Editor's Choice Award 2021 yang diselenggarakan Majalah Marketeers, Pertamedika IHC berhasil memperoleh penghargaan Progressive Corporate Action of The Year. Penghargaan tersebut sebagai bentuk apresiasi kepada Pertamedika IHC atas inovasi membuat strategi marketing yang unik, serta berhasil mengeksekusinya dengan baik sehingga mencapai target sesuai rencana. Pertamedika IHC berhasil membuktikan dirinya mampu mengatasi keadaan di tengah masa pandemi yang serba sulit untuk tetap kreatif, inovatif, dengan melakukan *customer engagement*, serta menghasilkan produk dan layanan yang *impactful*.

Pertamedika IHC Borong 3 Penghargaan TOP Digital Award 2021



Pertamedika IHC kembali menambah daftar prestasi atas penghargaan yang diperoleh. Pada ajang TOP Digital Award 2021 Pertamedika IHC berhasil memborong 3 penghargaan yaitu :

1. TOP Digital on Integrated Health Services Solutions 2021
2. TOP Leader on Digital Implementation – CEO Pertamedika IHC
3. TOP Digital Implementation 2021 dengan predikat Level Stars 4

Pencapaian ini merupakan kerja keras seluruh insan Pertamedika IHC yang terus berinovasi mengikuti perkembangan Teknologi demi menghadirkan layanan kesehatan terbaik bagi masyarakat Indonesia.



scan dan klik edisi 9 IHC Insight



scan dan klik edisi 10 IHC Insight



scan dan klik edisi 11 IHC Insight



scan dan klik edisi 12 IHC Insight

Jalani Setiap Amanah dengan Setulus Hati



Bertugas sebagai Perawat Penatalaksana Anestesi Instalasi Bedah Sentral Rumah Sakit Krakatau Medika (RSKM) merupakan sebuah kebanggaan besar bagi seorang M. Haris Suryana. Sosok Haris menjadi salah satu inspirasi bagi Perwira IHC melalui berbagai tanggung jawab pekerjaan yang diembannya.

Haris –sapaan akrab beliau– mengawali karirnya di RSKM sejak 2005. Sejak saat itulah dirinya mulai berkecimpung sebagai perawat dan mengikuti berbagai pelatihan keperawatan. Tepat di 2009, Haris diangkat organik sebagai perawat dan bergabung di kamar operasi bertugas sebagai Perawat Penatalaksana Anestesi Instalasi Bedah Sentral.

Meskipun aktivitas sebagai perawat anestesi memiliki tingkat stres tinggi, Haris menjalaninya dengan penuh keikhlasan, fokus, tenang dan *happy*. “Semua yang kita kerjakan harus setulus hati, agar hasilnya baik dan optimal sesuai yang diharapkan,” ujarnya. Selain menjalankan amanah pekerjaan di bidang anestesi, Haris juga sempat diberikan amanah oleh manajemen sebagai Ketua Koperasi Karyawan RSKM selama dua periode sejak 2015 – 2020. Melalui dukungan penuh dari manajemen, seluruh program dan kegiatan koperasi dapat berjalan dengan baik.

Seusai mengelola Koperasi Karyawan RSKM, kemudian Haris ditunjuk sebagai Ketua Baitul Maal Krakatau Medika selama periode 2021 – 2023. “Amanah yang kali ini saya emban untuk bisa mensinergikan IHC dengan Krakatau Medika dengan baik, sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat di lingkungan sekitar,” terangnya.

Setulus Hati

Sejak ditugaskan mengelola Baitul Maal Krakatau Medika,



Haris tak kenal lelah dan setulus hati melakukan berbagai kegiatan bermanfaat, seperti amanah box, amanah beras dan amanah domba santri. Haris mencetuskan “Gerakan Infaq Beras 1000 Ton” sebagai mimpi akumulasi raihan yang harus di kerjakan dengan target raihan dan distribusi minimal 10 ton per bulan.

Kemudian, dimasa pandemi 2020, Haris memberdayakan santri-santri kobong yaitu santri dhuafa, dan putus sekolah yang belajar di pesantren sederhana untuk mengelola ternak domba. “Domba-domba yang mereka ternak tersebut berasal dari hasil kerja sama dengan para peternak domba binaan saya,” ungkapnya.

Haris menceritakan, para peternak binaan tersebut terbentuk melalui sinergi dirinya dengan Majelis Taklim dari salah satu perusahaan provider terbesar di Indonesia untuk membina masyarakat di sebuah desa yang kehidupan perekonomiannya rendah. “Saya menerapkan konsep usaha simbiosis mutualisme terhadap masyarakat untuk beternak

domba. Teknisnya adalah 1 rumah 1 peternak,” sebut lulusan Akper Andalusia Jakarta.

Haris merancang sebuah usaha dengan *cost* dan asset minimal namun bisa terus berjalan dan bertahan sampai sekarang. Haris mengatakan, setiap peternak akan diberikan 1 indukan domba, sehingga nantinya mereka akan bagi hasil dengan kami 2 ekor domba. “Kabar baiknya, setelah bagi hasil tersebut indukan domba itu akan selamanya menjadi milik peternak. Itulah yang menjadi daya tarik dan semangat untuk mereka. Selanjutnya, 2 domba yang dihasilkan tersebut diputar kembali sebagai amanah domba kepada para santri kobong untuk dilakukan usaha beternak yang sama,” imbuhnya.

Sedangkan amanah box, Haris memberdayakan beberapa ibu-ibu di desa para santri kobong untuk memasak dan dibayar. Amanah box ini bisa mencapai 200 box yang setiap Jumat disalurkan kepada para santri kobong maupun pesantren lainnya yang membutuhkan.

Sebagai perawat anestesi, Haris selalu berusaha memberikan standar kualitas baik melalui ketulusan hati di setiap melaksanakan tugas melayani, menyapa dan menyentuh pasien, hingga dirasakan hingga ke hati pasien. Haris berpesan, jalanilah setiap amanah dengan setulus hati. “Jika sesuatu hadir dari hati, hasilnya pun juga akan sampai ke hati,” sebutnya.

Mengelola Tanggung Jawab dengan Bijak

Mengelola beberapa tugas dan tanggung jawab secara bersamaan bukanlah sebuah perkara mudah untuk dikerjakan. Hal itu seperti yang dialami oleh Bunga, sosok cantik dan ramah yang bertugas sebagai Pengawas HSE di RS Pertamina Prabumulih sekaligus pemilik Taman Wisata "Buaksi Garden Empat Lawang" Sumatera Selatan

Dalam kesehariannya, Bunga bertugas sebagai Pengawas HSE RS Pertamina Prabumulih. Dirinya telah bergabung dengan bidang HSE sejak 2015 hingga sekarang. Sebagai Pengawas HSE, Bunga berupaya mengurus semua tugas dan tanggung jawabnya dengan sebaik-baiknya.

Tugas HSE di RS Pertamina Prabumulih sangat beragam, seperti mengurus kesehatan lingkungan dan kesehatan kerja. Tugas rutin di kesehatan lingkungan yaitu melakukan pengelolaan dan pemeriksaan air, baik itu air bersih, air minum serta air limbah, yang pemeriksaannya dilakukan dilaboratorium.

"Sedangkan untuk kesehatan kerja setiap bulannya rutin dilakukan

pemeriksaan MCU kepada para pekerja dan dilakukan *follow up* dari hasil pemeriksaan tersebut" ujar Bunga.

Buaksi Garden

Selain mengemban amanah sebagai tenaga medis, Bunga juga memiliki usaha tempat wisata yang mulai dibangun sejak April 2019. Berlokasi di daerah Empat Lawang, Kota Tebing Tinggi, Provinsi Sumatera Selatan, Bunga memulai membangun bisnis tempat wisata bernama Buaksi Garden Empat Lawang. Penamaan Buaksi sengaja diambil dari nama keluarganya.

Lokasi yang dipilih memang sangat tepat, karena di lokasi tersebut belum terdapat tempat wisata. "Kebetulan ada yang menjual lahan sangat luas di lokasi tersebut. Kemudian, kami membelinya dan berencana untuk membuat tempat wisata berupa taman bunga yang asri. Konsepnya pun kami rancang sebagai taman keluarga yang memiliki beberapa spot wisata dan spot foto," terang ibu dua anak yang hobi traveling ini.

Bunga menyebutkan beberapa fasilitas yang tersedia di Buaksi Garden, antara lain tempat pemandian umum dan anak-anak, beberapa spot foto menarik, pondokan untuk istirahat, musholla, Kuda yang dipelihara sebagai obyek foto, patung



jerapah dan angsa serta spot agrowisata. "Agrowisata inilah yang sedang digarap serius agar menarik minat pengunjung. Kami menanam bibit jeruk dan durian monthong sebagai pemikat minat pengunjung nantinya untuk datang sekaligus bisa mencicipinya," sebutnya.

Bagi pengunjung yang datang ke Buaksi Garden dikenakan tarif tiket masuk untuk dewasa Rp10.000, anak-anak Rp5.000, dan gratis untuk bayi. Lokasi wisata yang berjarak sekitar 12 km dari Kota Tebing Tinggi ini buka setiap hari, mulai jam 10.00 – 18.00 wib, dengan tetap menerapkan protokol kesehatan ketat untuk menghindari penularan virus Covid-19.

Mengelola Tanggung Jawab

Dalam mengelola tanggung jawab pekerjaan di RS, rumah maupun tempat wisata, Bunga senantiasa berupaya membaginya dengan bijak dan memberikan yang terbaik. Untuk pekerjaan di RS sebisa mungkin diselesaikannya dengan baik dan tidak dibawa pulang ke rumah. "Di rumah itu ya mengurus rumah tangga dan keluarga, bukan waktunya mengurus pekerjaan," ungkapnya.

Sementara untuk pengelolaan tempat wisata, Bunga serahkan sepenuhnya kepada ayahnya karena memang mempunyai usaha daur ulang plastik yang lokasinya berdekatan dengan Buaksi Garden. Bunga mengaku sangat beruntung mempunyai orang tua yang *support* dirinya, sehingga pekerjaannya di RS bisa tetap fokus dan tidak terganggu karena harus mengurus tempat wisatanya tersebut.



Uji Emisi Kendaraan Bentuk Kepedulian Terhadap Kesehatan Manusia dan Lingkungan



Penurunan kualitas udara menjadi permasalahan umum di wilayah perkotaan, salah satunya disebabkan emisi kendaraan bermotor berupa Nitrogen Oksida (NOx), Karbon Monoksida (CO), Karbon Dioksida (CO₂) dan Hydrocarbon (HC). Untuk mengetahui kondisi kualitas udara dari kendaraan bermotor perlu dilakukan pengujian parameter kualitas udara dari emisi kendaraan bermotor sebagai bentuk kepedulian terhadap kesehatan manusia dan lingkungan.

Pentingnya Uji Emisi

Uji emisi merupakan salah satu upaya pengujian untuk mengetahui kinerja mesin dan tingkat efisiensi pembakaran dalam mesin kendaraan bermotor. Dikutip dari laman resmi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), uji emisi adalah keharusan untuk setiap orang pemilik kendaraan bermotor sesuai Pasal 206 Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Pelaksanaan uji emisi dilakukan mengacu pada SNI 09-7118.1-2005 untuk kendaraan bermotor bahan bakar bensin dengan kondisi *idle* dan SNI 7118-2:2008 untuk kendaraan bermotor bahan bakar solar dengan kondisi akselerasi bebas. Baku Mutu

Emisi Kendaraan bermotor yang diuji harus memenuhi ketentuan dalam Peraturan Menteri LH Nomor 05 tahun 2006 tentang Ambang Batas Emisi Gas Buang Kendaraan Bermotor Lama atau merujuk pada Peraturan Daerah masing-masing yang mengatur uji emisi lebih khusus.

Kontribusi terbesar dampak polusi udara adalah terhadap kesehatan manusia. Polusi udara menyebabkan berbagai penyakit tidak menular seperti kanker, kardiovaskular, penyakit pernapasan, diabetes melitus, jantung, penyakit paru obstruksi kronis, dan lain sebagainya.

Untuk menekan dampak terhadap penyakit tidak menular yang membahayakan warga akibat polusi udara, Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta mewajibkan uji emisi bagi kendaraan berusia di atas 3 tahun. Wajib uji emisi di wilayah DKI Jakarta sesuai dengan Peraturan Gubernur (Pergub) 66 Tahun 2020 Tentang Uji Emisi Gas Buang Kendaraan Bermotor.

Uji Emisi memberikan informasi sebenarnya tentang kondisi kendaraan dan efektivitas pembakaran bahan bakar dalam mesin kendaraan. Lulus uji emisi sama dengan mengurangi beban pencemaran udara dari sisa gas buang kendaraan bermotor. Nah, dengan melakukan uji emisi dapat

diketahui seberapa besar kadar zat berbahaya dari gas buang kendaraan, sehingga kesehatan manusia dan lingkungan dapat lebih terjaga.

Gas buang sisa pembakaran kendaraan bermotor sangat berbahaya karena mengandung zat beracun, antara lain:

- CO** Karbon Monoksida, gas ini tidak memiliki warna dan bau, tetapi beracun jika sampai terhirup manusia. Akibat paling fatal dapat mengakibatkan pingsan hingga meninggal.
- CO₂** Karbon Dioksida, gas ini memiliki dampak sangat berbahaya karena berpengaruh terhadap pemanasan global.
- NOx** Nitrogen Oksida, gas ini dapat mengakibatkan gangguan saluran pernapasan dan perih di mata.
- HC** *Hydrocarbon*, gas ini berasal dari pembakaran tidak sempurna di dalam mesin kendaraan, sehingga masih terdapat sisa uap bensin tidak terbakar dan keluar lewat knalpot.