



4 Langkah Kunci Membangun Praktik Mandiri dan Klinik Kesehatan yang Berkembang

**dr. Maulana Adrian
Sukamto**

4 Langkah Kunci Membangun Praktik Mandiri dan Klinik Kesehatan yang Berkembang



#1 Seri Ebook Gratis RME Klinikita

Dr. Maulana Adrian Sukanto

Pendiri Klinikita Indonesia

(c) 2024 – www.klinikita.id

Pendahuluan

Salam berbagi pasar kesehatan

Ketika membangun praktik pelayanan kesehatan yang sukses, langkah pertama yang krusial adalah memahami dengan jelas siapa pasar yang Anda layani. Dari anak-anak hingga lansia, setiap kelompok sasaran memiliki kebutuhan dan preferensi spesifik yang perlu dipertimbangkan secara mendalam. Identifikasi target pasar utama Anda membantu menciptakan strategi pelayanan yang tepat dan relevan.

Tidak hanya sekadar mengetahui siapa target pasar Anda, tetapi juga penting untuk menganalisis kebutuhan serta preferensi potensial pelanggan. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap apakah mereka memerlukan penanganan medis umum atau spesifik, pemeriksaan kesehatan terpadu, atau bahkan terapi alternatif seperti akupunktur atau yoga, Anda dapat merancang layanan kesehatan yang sesuai dan menarik bagi pasar yang dituju.

Mau memilih pasar yang dibayar langsung dari pasien atau pasar yang dibayar oleh pihak ketiga, atau layanan untuk orang sakit atau orang sehat. Pilihan ini akan membuat konsep dasar bagaimana memasarkan layanan yang akan anda berikan,

Mari telusuri bersama 4 Langkah Kunci untuk Membangun Praktik Pelayanan Kesehatan yang Berkembang demi kesuksesan praktik dan pelayanan kesehatan Anda!

Selamat berbagi

Dr. Maulana Adrian S

Klinikita Indonesia

Langkah Pertama. Menetapkan layanan ditujukan kepada siapa.

Menetapkan layanan yang tepat sangat penting dalam membangun praktik pelayanan kesehatan yang berkembang. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam akan kebutuhan pasien serta tren kesehatan saat ini. Dalam mengidentifikasi kategori layanan yang disediakan, praktik kesehatan harus mempertimbangkan apakah mereka fokus pada penanganan medis umum atau spesifik. Misalnya, sebuah praktik bisa menawarkan pemeriksaan kesehatan terpadu yang komprehensif untuk mendiagnosis secara holistik kondisi pasien.

Selain itu, memberikan terapi alternatif juga dapat menjadi nilai tambah bagi praktik tersebut. Contohnya, menambahkan layanan akupunktur, pijat refleksi, atau kelas yoga sebagai opsi bagi pasien untuk pendekatan pengobatan lebih holistik. Terapi-terapi alternatif semacam ini dapat menjadikan praktik lebih beragam dan menarik bagi kelompok pasien yang mencari solusi alami atau konvensional.

Dengan menyediakan berbagai jenis layanan medis dan alternatif, praktik kesehatan dapat menciptakan lingkungan penyembuhan yang menyeluruh dan Multi-dimensi bagi para pasien. Keberagaman dalam layanan juga dapat meningkatkan daya saing dan reputasi praktik tersebut di mata masyarakat. Oleh karena itu, memilih dengan bijak kategori-kategori layanan yang akan ditawarkan merupakan langkah strategis untuk menarik minat serta memenuhi kebutuhan bervariasi dari target pasar yang dilayani oleh praktik pelayanan kesehatan tersebut.

Untuk Menetapkan Target Pasar / Calon pasien / pasien Layanan Kesehatan anda, ada beberapa hal yang perlu di lakukan yakni

1. Analisa Pasar

Pertama, amati dan analisis data klien yang ada. Cari tahu siapa yang sering menggunakan jasa klinik/praktik Anda dan kenali karakteristik mereka. Misalnya, jika Anda menemukan bahwa banyak dari klien Anda adalah anak-anak, ini bisa menjadi indikasi bahwa target pasar Anda mungkin berhubungan dengan demografi wilayah tersebut masih banyak anak-anak yang membutuhkan pengobatan. Selain dengan menganalisis dari pasien yang ada, dapat juga melakukan survei pasar keluar, jika tempat praktik anda / klinik yang anda kelola belum banyak kunjungan. Dalam Analisa pasar ini biasanya saya sering menggunakan data dari Puskesmas setempat, dan wawancara dari pasien yang berkunjung di klinik / tempat dokter yang ramai di seandar lokasi klinik / tempat praktik yang anda jalankan. Hal ini saya biasa lakukan di tempat parkir, atau meminta tukang parkir untuk bertanya kepada pasien yang berkunjung di tempat tersebut dengan pertanyaan yang saya berikan. Adapun pertanyaannya adalah, Berkunjung karena sakit atau cek Kesehatan, jika sakit- sakit apa, kenapa memilih datang kesini, berapa biayanya, apa yang paling disukai terhadap pelayanan di sini. Data dari jawaban responden / orang yang periksa ini akan di kumpulkan dan dikelompokkan. Pola apa yang bisa di contoh dan tiru untuk dapat dijalankan di tempat anda. Selain bertanya kepada pasien langsung, saya juga menggunakan data dari BPS / Badan Pusat Statistik yang datanya mulai lengkap. Silakan cari data Anda di <https://www.bps.go.id/id/statistics-table?subject=519>

2. Segmentasi Pasar:

Identifikasi segmen pasar yang paling relevan dengan layanan kesehatan yang Anda tawarkan. Beberapa contoh segmen meliputi:

- Usia: Apakah Anda ingin melayani anak-anak, dewasa, atau lansia?
- Jenis Layanan: Apakah Anda fokus pada pelayanan umum, spesialis, atau perawatan tertentu (misalnya, kesehatan gigi)?
- Lokasi Geografis: Di mana lokasi praktik Anda? Pertimbangkan kebutuhan kesehatan di wilayah tersebut.
- Kondisi Kesehatan: Apakah Anda ingin mengatasi kondisi kesehatan tertentu (misalnya, diabetes, hipertensi, atau kehamilan)?

Dengan mengetahui data populasi penduduk di lokasi tempat praktik / klinik akan memberikan dampak yang signifikan kedepannya seperti bagaimana Anda dapat mendekati pasar ini.

3. Penyusunan Persona Pasien / Target pasar:

Buat persona pasien yang menggambarkan karakteristik ideal dari pasien yang ingin Anda layani. Persona ini mencakup informasi seperti usia, pendidikan, pekerjaan, preferensi komunikasi, dan masalah kesehatan yang relevan. Persona ini adalah kunci bagi diri Anda dan tim untuk mencari siapa yang dapat dilayani secara optimal sehingga mereka yang datang akan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Contoh persona pasien yang dapat membantu Anda memahami karakteristik dan kebutuhan calon pasien / pasien dalam pemasaran layanan kesehatan di praktik dokter atau klinik:

A. Ibu Rumah Tangga Aktif (Nama: Amalia)

- Usia: 35 tahun
- Kondisi Kesehatan: Amalia memiliki dua anak dan sering mengalami stres karena mengurus rumah tangga dan pekerjaan.
- Kebutuhan: Amalia membutuhkan layanan kesehatan yang fleksibel, termasuk konsultasi online dan pemeriksaan rutin yang tidak mengganggu jadwal harian.

B. Lansia yang Aktif (Nama: Bapak Ahmad)

- Usia: 70 tahun
- Kondisi Kesehatan: Ahmad masih aktif berolahraga dan berkegiatan sosial.
- Kebutuhan: Ahmad memerlukan layanan kesehatan yang mendukung gaya hidup aktifnya, termasuk pemeriksaan kesehatan berkala dan rehabilitasi fisik.

C. Mahasiswa (Nama: Vivi)

- Usia: 21 tahun
- Kondisi Kesehatan: Vivi sering mengalami stres karena tuntutan kuliah dan pekerjaan paruh waktu.
- Kebutuhan: Vivi membutuhkan layanan kesehatan yang cepat, efisien, dan dapat diakses melalui aplikasi seluler.

D. Pekerja Kantoran (Nama: Budi)

- Usia: 40 tahun
- Kondisi Kesehatan: Budi mengalami tekanan darah tinggi dan sering merasa lelah karena pekerjaan yang padat.
- Kebutuhan: Budi memerlukan layanan kesehatan yang terintegrasi dengan jadwal kerjanya, termasuk pemeriksaan kesehatan berkala dan manajemen stres.

E. Ibu Hamil (Nama: Siti)

- Usia: 28 tahun
- Kondisi Kesehatan: Siti sedang hamil dan ingin memastikan kesehatan janinnya.
- Kebutuhan: Siti memerlukan layanan kesehatan prenatal, termasuk pemeriksaan kehamilan dan konseling gizi.

Ingatlah bahwa setiap persona memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda. Dengan memahami karakteristik calon pasien / pasien ini, Anda dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan sesuai dengan layanan yang dibutuhkannya dan yang dapat Anda berikan.

4. Pengukuran dan Penyesuaian:

Jangan lupa untuk melakukan hal ini, karena setiap waktu akan dan kondisi/tren akan mengubah hasil dari yang telah Anda tetapkan di atas. Gunakan data yang diperbaharui untuk mengukur kesuksesan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Melakukan validasi adalah yang terpenting dalam menetapkan target pasar / calon pasien / pasien bagi klinik / tempat praktik anda. Pahami perubahan tersebut di kanal berita atau media sosial yang ada di seandar. Jangan sungkan untuk mengikuti akun media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan melakukan riset kecil-kecilan dengan bertanya kepada netizen yang berinteraksi dengan akun tersebut.

Langkah kedua. Strategi Komunikasi Efektif untuk Target Pasar

Seiring perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran berbasis target persona pasien / klien menjadi kunci utama dalam membangun praktik pelayanan kesehatan yang berkembang. Dalam era digital ini, penggunaan media sosial merupakan salah satu strategi efektif untuk menjangkau generasi baru pasien. Melalui platform seperti Tiktok, Instagram, Facebook, atau LinkedIn, praktik kesehatan dapat membagikan informasi seputar layanan yang disediakan, tips kesehatan, atau testimonial pasien untuk meningkatkan *awareness / kesadaran tentang kehadiran anda*. Selain itu, konten edukatif mengenai isu kesehatan aktual juga dapat membantu memperluas jangkauan praktik dan membangun kepercayaan dari masyarakat.

Tak hanya itu, promosi kesehatan melalui seminar atau workshop komunitas juga menjadi strategi komunikasi yang efektif. Dengan mengadakan acara-acara tersebut, praktik pelayanan kesehatan dapat memberikan edukasi langsung kepada masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan dan mencegah penyakit. Misalnya, sebuah praktek membuat seminar tentang manajemen stres yang dihadiri oleh masyarakat umum sehingga tidak hanya memberikan informasi bermanfaat namun juga memperkuat branding praktik sebagai tempat yang peduli pada kebutuhan kesehatan secara holistik.

Menggunakan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik target pasar akan membantu praktik pelayanan kesehatan lebih dekat

dengan calon pasien potensial. Dengan merancang strategi pemasaran dan promosi yang tepat sasaran serta menyelaraskan pesan-pesan positif melalui berbagai saluran komunikasi, praktik tersebut dapat mencapai sasaran pertumbuhan bisnis sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat luas dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan secara menyeluruh.

Inti dari komunikasi yang efektif untuk mengembangkan pasar dalam menjangkau target pasar dengan lebih baik :

1. Pahami Target Pasar dengan Baik:

- Identifikasi dan pahami target pasar Anda dengan baik. Ketahui karakteristik demografis, psikografis, dan perilaku konsumen potensial.

2. Tetapkan Tujuan Komunikasi:

- Jelaskan tujuan yang ingin dicapai melalui komunikasi pemasaran. Apakah Anda ingin meningkatkan kesadaran merek, mengajak klien / pasien untuk membeli, atau memperkuat hubungan dengan pelanggan? Tujuan yang jelas akan membimbing strategi komunikasi Anda.

3. Pilih Platform Komunikasi yang Tepat:

- Tentukan saluran komunikasi yang paling relevan dengan calon pasien / pasien Anda. Apakah itu melalui media sosial, email, iklan, atau acara langsung? Sesuaikan dengan preferensi dan kebiasaan konsumen.

4. Kembangkan Pesan yang Jelas dan Relevan:

- Pesan Anda harus mudah dipahami, relevan, dan menarik. Fokus pada manfaat produk atau layanan Anda, dan sampaikan dengan gaya yang sesuai dengan calon pasien / pasien.

5. Integrasi Komunikasi:

- Pastikan pesan yang sama disampaikan secara konsisten di berbagai saluran komunikasi. Integrasi antara iklan, konten, dan interaksi langsung akan memperkuat pesan Anda.

6. Gunakan Konten Berkualitas:

- Buat konten yang memberikan nilai tambah bagi konsumen. Artikel blog, video tutorial, infografis, dan ulasan produk dapat membantu membangun kredibilitas dan ketertarikan.

7. Berkolaborasi dengan Pihak Eksternal:

- Jalin kerja sama dengan influencer, mitra bisnis, atau komunitas terkait. Kolaborasi dapat memperluas jangkauan komunikasi Anda.

8. Lakukan Evaluasi dan Penyesuaian Terus - Menerus:

- Pantau kinerja strategi komunikasi Anda. Gunakan data dan analisis untuk mengukur kesuksesan, dan lakukan penyesuaian jika diperlukan

Langkah ketiga. Memperluas Jaringan Kolaborasi dengan Profesional Kesehatan Lain

Salah satu langkah kunci dalam membangun praktik pelayanan kesehatan yang berkembang adalah dengan memperluas jaringan kolaborasi dengan profesional kesehatan lain. Kolaborasi dengan spesialis medis yang ada di kota Anda, seperti ahli jantung, gastroenterologi, geriatri atau onkologi dapat meningkatkan spektrum layanan yang dapat ditawarkan kepada pasien. Dengan adanya rujukan pasien antara dokter, praktik kesehatan bisa memberikan perawatan multidisipliner secara holistik sesuai dengan kebutuhan individu. Misalnya, seorang pasien dengan penyakit jantung bisa mendapatkan perawatan tidak hanya dari dokter umum tetapi juga ahli jantung untuk pemantauan dan penanganan yang lebih komprehensif.

Tidak hanya itu, kolaborasi dengan dokter gigi atau psikolog juga penting untuk menyediakan layanan lintas disiplin kepada pasien. Sebagai contoh, kerja sama dengan dokter gigi dapat membantu dalam monitoring kondisi mulut yang berhubungan langsung dengan kesehatan umum seseorang. Sementara kolaborasi dengan psikolog dapat memberikan pendekatan holistik dalam menangani masalah kesehatan mental dan emosional para pasien. Dengan demikian, praktik pelayanan kesehatan akan menjadi tempat integratif di mana kebutuhan semua aspek kesehatan seseorang dapat terpenuhi.

Melalui kerja sama tersebut, praktik pelayanan kesehatan tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap pelayanan yang menyeluruh namun

juga memperluas jejaring profesionalnya. Hal ini bukan saja bermanfaat bagi pasien dalam menerima perawatan yang komprehensif namun juga memberikan kesempatan bagi profesional kesehatan untuk saling belajar dan bertukar pengetahuan guna meningkatkan standar praktik kedokterannya. Dengan demikian, kolaborasi antar disiplin ilmu dalam dunia medis akan menghasilkan manfaat besar baik bagi praktisi maupun pasien dalam mencapai tujuan perawatan yang optimal.

Implementasi teknologi dalam praktik pelayanan kesehatan merupakan langkah penting untuk memperbaharui sistem yang ada dan meningkatkan efisiensi layanan. Salah satu aspek teknologi yang dapat diterapkan adalah Sistem Manajemen Rekam Medis Elektronik. Dengan adopsi rekam medis elektronik, data pasien menjadi lebih terjamin keamanannya dan memungkinkan pelacakan riwayat medis dengan cara yang lebih efisien. Misalnya, seorang dokter dapat dengan mudah mengakses catatan medis lengkap pasien secara elektronik, mengurangi risiko kehilangan informasi atau kesalahan manual.

Selain itu, pemanfaatan telemedicine / konsultasi online juga semakin populer dalam industri kesehatan. Telemedicine menghadirkan kemungkinan konsultasi jarak jauh antara dokter dan pasien, menyediakan aksesibilitas layanan kesehatan tanpa batasan geografis. Contohnya, seorang spesialis di sebuah kota besar dapat memberikan diagnosis atau saran pengobatan kepada pasien di daerah terpencil melalui platform telekonferensi. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan layanan kesehatan, tetapi juga membantu pasien yang sulit mengakses fasilitas medis langsung.

Dalam mengimplementasikan teknologi tersebut, penting bagi praktik pelayanan kesehatan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi privasi data pasien serta integritas sistem. Selain itu, pelatihan bagi tim medis tentang cara menggunakan teknologi tersebut secara efektif juga menjadi faktor penting dalam kesuksesan integrasi teknologi di praktik mereka. Dengan kombinasi manajemen rekam medis digital dan telemedicine secara cermat dan terencana, praktik pelayanan kesehatan dapat meningkatkan mutu layanan serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi para pasien mereka.

Menyoroti kualitas layanan dan kepuasan pasien merupakan aspek sentral dalam membangun praktik pelayanan kesehatan yang sukses. Salah satu langkah kunci adalah melalui implementasi program umpan balik pasien rutin. Dengan melakukan survei kepuasan secara berkala, praktik dapat mengevaluasi sejauh mana tingkat kepuasan pasien terhadap layanan yang diberikan. Hasil dari survei ini kemudian dapat menjadi dasar untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan agar lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pasien.

Selain itu, penting juga untuk melakukan penilaian terhadap transparansi biaya dan kemudahan akses informasi bagi pasien. Pasien harus merasa bahwa praktik pelayanan kesehatan memberikan informasi yang jelas terkait biaya-biaya yang dibebankan sehingga tidak menimbulkan ketidakpastian atau kebingungan. Selain itu, mempermudah akses informasi seperti jadwal praktik, prosedur pendaftaran, dan proses pembayaran juga akan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pasien.

Contoh nyata dari implementasi langkah ini misalnya praktik yang menyediakan formulir survei kepuasan online setiap selesai kunjungan pasien atau mengirimkan melalui email untuk diisi secara anonim. Selain

itu, praktik juga dapat membuka saluran komunikasi langsung dengan pasien untuk mendengarkan masukan atau keluhan secara aktif guna terus meningkatkan standar pelayanan. Dengan fokus pada kualitas layanan dan kepuasan pasien, praktik pelayanan kesehatan dapat unggul dalam memberikan pengalaman positif bagi setiap individu yang datang mencari bantuan medis.

Untuk dapat Anda ketahui, Klinikita menghadirkan Aplikasi Rekam Medis Elektronik yang telah terintegrasi dengan Platform Satusihat. Aplikasi RME ini dapat membantu Anda dalam mengembangkan praktik kedokteran yang Anda jalankan atau klinik yang saat ini Anda kelola. Adapun kelebihan dari Aplikasi RME Klinikita adalah

RME Klinikita memiliki beberapa fitur yang dirancang untuk meningkatkan kinerja dan pendapatan klinik atau praktik medis Anda, di antaranya:

1. **Multi Ruangan dan Gudang:** Dengan adanya dukungan untuk pengelolaan multi ruangan dan gudang, RME Klinikita memungkinkan efisiensi dalam pengelolaan stok dan sumber daya, yang dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan pendapatan.
2. **Koneksi Kirim WhatsApp dan Email:** Fitur ini memungkinkan klinik untuk berkomunikasi dengan pasien melalui WhatsApp dan email untuk pendaftaran, nota penjualan, dan survei kepuasan pasien, yang dapat meningkatkan keterlibatan pasien dan mempromosikan layanan klinik.
3. **Chatbot AI:** Chatbot berbasis OpenAI 4.0 dapat membantu dokter dengan menyediakan informasi medis yang relevan, sehingga meningkatkan efisiensi dalam proses konsultasi.

4. **Pasien Dapat Daftar Online dan melakukan konsultasi online:** Kemudahan pendaftaran online dapat meningkatkan jumlah pasien yang mendaftar, memudahkan manajemen antrean, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Fitur Konsultasi online dapat diakses setelah pasien membayar terlebih dahulu melalui link pembayaran yang di berikan dari aplikasi.
5. **Kasir Penjualan Umum dan Cetak Nota Penjualan:** Memudahkan proses transaksi dan pembayaran, serta memberikan kesan profesional dengan nota penjualan yang rapi dan terorganisir. Nota penjualan ini dapat dikirimkan melalui Whatsapp kepada pasien Anda.
6. **Terintegrasi Modul Akuntansi:** Dengan modul akuntansi terintegrasi, klinik dapat mengelola keuangan dengan lebih baik, memantau pemasukan dan pengeluaran, serta membuat keputusan bisnis yang lebih tepat.
7. **Tarif Dokter Terkait dengan Nama Dokter:** Fitur ini memungkinkan klinik untuk menetapkan tarif berdasarkan dokter yang memberikan layanan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dokter dan klinik.
8. **Login Pasien untuk Melihat Rekam Medis:** Dengan memberikan akses kepada pasien untuk melihat rekam medis mereka, klinik dapat meningkatkan kepuasan pasien dan memperkuat hubungan pasien-klinik.
9. **Data Dapat Diimpor/Ekspor Sendiri via Excel:** Memudahkan manajemen data dan laporan, yang dapat membantu dalam analisis bisnis dan strategi peningkatan pendapatan.

10. **Kirim WA Broadcast ke Beberapa Nomor WA Pasien**
Sekaligus: Memungkinkan klinik/ praktik mandiri dokter untuk mengirim informasi promosi atau pengumuman penting

Untuk mempelajari dan mencoba Aplikasi RME Klinikita silakan masuk ke halaman demo ke <https://app.Klinikita.id> dengan user dan kata sandi : demoklinik untuk Akses RME Klinikita untuk klinik kesehatan. Untuk user dan kata sandi : demopraktik untuk Akses RME Klinikita untuk praktik dokter mandiri.

Langkah Keempat.

Mengembangkan tim yang Solid

Dalam membangun praktik pelayanan kesehatan yang berkembang, pengembangan tim menjadi langkah penting. Melalui pelatihan kontinu bagi staf medis dan administratif, praktik dapat terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi medis terbaru. Dengan demikian, tim akan mampu memberikan layanan kesehatan yang optimal kepada pasien.

Selain itu, pengembangan soft skills seperti kemampuan komunikasi interpersonal dengan pasien juga sangat diperlukan. Keterampilan ini membantu menciptakan hubungan yang baik antara pasien dan tenaga medis, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pasien terhadap layanan yang diberikan. Sehingga, melalui tim yang solid dan terus berkembang, praktik pelayanan kesehatan dapat memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat serta bertahan dalam persaingan di dunia kesehatan yang terus berubah.

Sebelum melakukan pengembangan tim sebaiknya hal yang perlu dilakukan adalah penerimaan tim kerja yang bagus. Sumber daya manusia yang tepat dalam organisasi memberikan kesuksesan akan organisasi yang menjalankan klinik atau menjadi tim dari tempat praktik dokter anda. Karena dalam industri pelayanan kesehatan, manusia sangat penting dalam hal ini, karena manusia melakukan proses interaksi langsung dengan para pembelinya.

Jika anda dapat menguasai secara detail mengenai manusia ini, hampir 60 persen dalam pengelolaan organisasi ini akan terkendali. Manusia

bukan aset bagi anda, namun manusia yang tepatlah yang merupakan aset terpenting dalam perusahaan.

Ciri-ciri manusia yang tepat menurut Jims Collins adalah :

1. Orang-orang tersebut tidak perlu di motivasi, mereka hanya perlu di rem untuk berhenti mengerjakan pekerjaan mereka. Biasanya mereka orang-orang yang senang bekerja dan selalu mendapatkan apa yang di inginkan
2. Pembinaan hanya dilakukan untuk orang yang tepat supaya menjadi lebih baik lagi/dahsyat. Pembinaan tidak digunakan untuk orang-orang yang tidak tepat menjadi orang-orang yang tepat.
3. Tujuan insentif bukan untuk mendapatkan tingkah laku yang tepat dari orang-orang yang tidak tepat/salah, melainkan untuk mendapatkan orang yang tepat dan menyimpan mereka agar bertahan di anda.

Sedangkan menurut bapak Jack Welch, Mantan CEO General Electric, dalam memilih manusia sebagai karyawannya dia mempunyai kriteria dan harus lolos dari uji di bawah ini sebelum menandatangani kontrak kerja:

1. Uji integritas. Integritas menurut beliau adalah orang yang mau mengutarakan kebenaran, menepati janjinya, bertanggung jawab atas tindakannya, mengakui kesalahannya dan memperbaikinya, mereka paham atas norma, dan hukum yang ada dan mereka mematuhi, mereka berusaha untuk berhasil dengan cara yang benar dan mengikuti aturannya. Bagaimana cara mengujinya? Jika mereka dari luar anda, anda dapat meminta reputasi dan referensinya, jika mereka berasal dari dalam anda bisa mengamati pekerjaannya yang dilakukan

selama ini. Jadi anda harus mengembangkan naluri dalam mengamati integritas karyawan anda, bagaimana anda bisa melihat akan kesungguhannya dalam melakukan sesuatu, ketulusannya, kemauan untuk memperbaiki diri jika melakukan kesalahan dan kebijaksanaannya dalam menyikapi suatu peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

2. Uji kecerdasannya. Memang kecerdasan ini masih anda perlukan dalam pekerjaan yang anda akan serahkan kepada mereka. Kecerdasan tidak hanya terlihat dari selembur ijazah yang dibawanya, namun juga seberapa luas pengetahuan mereka untuk pekerjaan yang akan dia kerjakan. Uji kecerdasan ini yang paling mudah menggunakan tes IQ yang bisa anda dapatkan dari tes psikologi. Namun jika anda ingin mengetahui secara mendalam adalah dengan memberikan tugas untuk mengerjakan sesuatu tes kehidupan yang meliputi tes IQ, EQ dan SQ sebelum mereka menjadi karyawan tetap mereka atau pada masa on the job training.
3. Uji Kedewasaan. Untuk menjadi dewasa tidak tergantung berapa usia mereka, ada yang telah dewasa di usia yang muda dan bahkan ada orang yang tidak pernah dewasa. Untuk mendefinisikan orang tersebut sudah dewasa adalah dengan mengamati apakah orang itu pribadi yang tahan memikul tekanan yang besar, menangani stress dan mengalami kemunduran, jika mengalami masa-masa yang luar biasa, mereka menikmati kegembiraan dan kerendahan hati yang setara. Mereka menghargai emosi orang lain, mereka merasa percaya diri tetapi tidak arogan, dan mereka suka humor, terutama humor mengenai dirinya, tidak merasa malu akan dirinya sendiri

Setelah mereka lulus dari ke 3 ujian di atas, bapak Jack Welch mempunyai kriteria lagi bagi karyawannya yakni :

- Energi positif. (Energic)

Mereka mempunyai sifat sifat sebagai berikut : mudah berteman, memulai hari dengan antusias, mengakhiri hari dengan antusias juga, jarang mengeluh & kelelahan dalam bekerja, mereka senang bekerja, mereka ekstrovert dan optimis menghadapi tantangan didepannya. Yang jelas orang yang mempunyai energi positif mereka senang bermain dan mereka senang hidup

- Memberi semangat (Energize).

Orang yang dapat memberi semangat adalah orang yang mempunyai energi positif. Mereka senang menyemangati orang lain untuk berhasil, mereka orang yang ramai, mudah berteman dan supel. Mereka juga senang bekerja keras, mereka tidak memikirkan dirinya sendiri dalam bekerja

- Mempunyai keunggulan (Edge)

Orang ini mempunyai keberanian dalam mengambil keputusan yang sulit. Didunia ini penuh dengan nuansa abu-abu yang serba tidak jelas. Keputusan yang penting harus segera diputuskan secepat dan setepat mungkin. orang ini mempunyai banyak pengalaman akan kehidupan dan memutuskan sesuatunya karena pengalamannya. Seolah-olah mempunyai intuisi, orang ini sebenarnya mempunyai ilmunya dan pengalamannya, sehingga dengan mudah memutuskan sesuatu dengan tidak plinplan.

- Melaksanakan tugas (Execute)

Kelemahan dari karyawan biasa-biasa adalah hal ini, mereka jago dalam melakukan perencanaan diatas kertas dan berkomentar hal-hal yang baik dalam rapat, namun mereka sering meluangkan tindakannya yang akan dilakukan agar tugas ini berhasil. Kenali

orang ini dengan pekerjaannya, evaluasi apakah pekerjaannya selalu dilakukan dengan benar dan bisa dipertanggungjawabkan. Melakukan hal ini (execute) adalah keterampilan yang harus dipelajari dilakukan, mereka tahu akan batas-batasnya keberhasilan.

- Mempunyai Passion (antusias)

Sekali lagi passion menjadi kriteria mutlak dalam suatu pekerjaan. Passion ini adalah gairah dari dalam hati, mendalam dan keasliannya dalam suatu pekerjaan. Mereka benar-benar peduli dari dalam hati tentang keberhasilan rekan kerjanya, karyawannya, dan teman-temannya. Mereka senang belajar dan tumbuh. Mereka gembira sekali jika orang di seandainya melakukan hal yang sama. Yang aneh dari orang antusias ini adalah mereka tidak hanya tertarik mengenai pekerjaan, namun mereka tertarik akan segala hal, mereka bukan olahragawan yang berprestasi, dan mereka bukan pendukung sesuatu organisasi secara fanatik dan mereka tidak mahir dalam politik.

Penutup

Terimakasih. Saat kita mencapai bagian akhir dari ebook ini, penting untuk merefleksikan perjalanan transformatif yang Anda mulai dalam mengembangkan praktik mandiri atau klinik kesehatan Anda. Ingat, menutup satu bab berarti membuka bab lain yang penuh dengan kemungkinan dan peluang pertumbuhan tanpa batas. Jadikan momen ini sebagai batu loncatan untuk mewujudkan impian Anda dan menciptakan dampak positif dalam industri kesehatan.

Pengetahuan dan strategi yang dibagikan dalam halaman-halaman ini tidak hanya dimaksudkan untuk diserap secara pasif namun untuk diterapkan secara aktif dalam membentuk jalur profesional Anda. Kuncinya terletak pada mengambil langkah-langkah yang dapat ditindaklanjuti dengan tekad dan ketekunan. Dengan menerapkan 4 langkah penting yang diuraikan dalam ebook ini, Anda meletakkan landasan kokoh untuk kesuksesan yang dibangun di atas semangat, dedikasi, dan komitmen terhadap keunggulan dalam perawatan pasien. Jadi, saat kita mengakhiri perjalanan ini bersama-sama, ingatlah bahwa kekuatan untuk menciptakan perubahan yang bertahan lama dan membangun praktik yang berkembang ada di tangan Anda - majulah dengan percaya diri dan biarkan aspirasi Anda melambung tinggi!

Salam berbagi pasar kesehatan di Indonesia

Dr. Maulana Adrian Sukamto - Pendiri Klinikita Indonesia (klinikita.co.id)

Klinik kesehatan yang telah melayani lebih dari 1 juta masyarakat Indonesia dan mendapatkan penghargaan Waralaba Indonesia yang di serah terimakan oleh Presiden Indonesia di tahun 2016



Penghargaan Waralaba Klinikita

