

Pemanfaatan *Budgeting* Dalam Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Efektivitas Program Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Abcd

Hanna Susila Ningsih Palupi¹, Dr. Minto Yuwono², Etty Susilowati³

Universitas budiluhur¹⁻¹2331600516@student.budiluhur.ac.id¹

²yuwono.minto@yahoo.com²

³Ettysslwt@gmail.com³

Abstract- *This study aims to explore effective financial management strategies to support promotion programs or health programs at ABCD Hospital. By analyzing hospital financial data and conducting surveys and interviews with related staff, this research identifies inefficient spending patterns and evaluates their impact on the effectiveness of promotional programs in the healthcare industry. As a result of the research, the findings show that smarter financial management can increase the allocation of funds for more effective promotions, while also identifying areas where increased efficiency is needed. It is hoped that the results of this research will provide valuable insight for parties involved in hospital financial management, including administrators, financial managers and health practitioners. By implementing best practices in fund management, hospitals can increase the effectiveness of their health promotion programs, which in turn will contribute to improving overall community health*

Keywords: *Budgeting, Financial management, Effectiveness and Health programs*

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan Perkembangan saat ini, dalam industri kesehatan menuntut setiap rumah sakit untuk mengoptimalkan pengelolaan keuangannya untuk terus dapat mengikuti perkembangan globalisasi guna mencapai visi misi rumah sakit, mulai dari manajemen keuangan termasuk program promosi kesehatan. Manajemen keuangan rumah sakit yang efektif memegang peranan penting dalam memastikan keberhasilan program promosi kesehatan di rumah sakit. Salah satu aspek di dalam manajemen keuangan adalah pemanfaatan budgeting atau penganggaran. Penganggaran yang tepat dapat membantu rumah sakit dalam mengalokasikan sumber daya keuangan secara optimal untuk mendukung program-program promosi kesehatan.

Promosi kesehatan merupakan komponen penting dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang gaya hidup sehat dan pencegahan penyakit. Rumah Sakit berperan penting dalam memberiksan edukasi kesehatan kepada seluruh lapisan masyarakat di indonesia. Edukasi kesehatan dan mendorong perubahan perilaku positif di masyarakat luas di dunia khususnya di indonesia sendiri. Namun, program promosi kesehatan seringkali menghadapi tantangan dalam hal pendanaan yang terbatas. Pemanfaatan budgeting dalam manajemen keuangan dapat memberikan beberapa manfaat signifikan dalam meningkatkan efektivitas program promosi kesehatan di rumah sakit, antara lain: Perencanaan Budgeting yang lebih baik karena dengan budgeting yang baik, rumah sakit dapat merencanakan secara sistematis kebutuhan anggaran untuk program promosi kesehatan, seperti alokasi dana untuk kampanye akan kesadaran kesehatan, bahan edukasi, media promosi, dan sumber daya manusia yang terlibat.

Budgeting dapat mengendalikan biaya yang efisien rumah sakit untuk memantau dan mengendalikan pengeluaran rumah sakit terlebih lagi yang terkait dengan operasional rumah sakit contohnya adalah program promosi kesehatan, sehingga dapat mencegah pemborosan sumber daya pendanaan sehingga dapat memastikan penggunaan dana secara efisien. Dengan adanya anggaran biaya promosi yang jelas, rumah sakit dapat mengevaluasi efektivitas program promosi kesehatan secara lebih akurat dan transparan, serta mempertanggungjawabkan penggunaan dana kepada pemangku kepentingan. Budgeting sangat membantu rumah sakit dalam memprioritaskan program promosi kesehatan yang paling penting yang akan di lakukan dan mengalokasikan sumber daya keuangan secara strategis untuk memaksimalkan dampak dan cakupan program promosi yang berjalan.

Dengan budgeting yang baik, rumah sakit dapat dengan mudah menyesuaikan anggaran sesuai dengan perubahan kebutuhan atau prioritas program promosi kesehatan, sehingga dapat

beradaptasi dengan cepat terhadap tantangan atau peluang baru yang munculan di antara kompetitor layanan kesehatan atau rumah sakit. Oleh karena itu, pemanfaatan budgeting dalam manajemen keuangan merupakan aspek yang sangat penting untuk meningkatkan efektivitas program promosi kesehatan di rumah sakit untuk dapat melayani seluruh kebutuhan pasien di seluruh lapisan masyarakat. Dengan penganggaran yang tepat, rumah sakit dapat mengoptimalkan sumber daya keuangan yang tersedia, memastikan transparansi dalam pengelolaan anggaran tersebut, dan meningkatkan dampak positif dari program-program promosi kesehatan bagi masyarakat

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam jurnal ini dilakukan melalui Survei Kualitatif. Data kualitatif dapat diperoleh melalui wawancara secara langsung kepada manajer keuangan, staf marketing dan manager marketing terkait program promosi kesehatan di Rumah Sakit ABCD. Wawancara akan berfokus pada pemahaman mereka tentang strategi pengelolaan keuangan saat ini dan persepsi mereka tentang efektivitas program promosi kesehatan.

Data kualitatif dari hasil wawancara tersebut akan dilakukan analisis dengan cara menggunakan pendekatan analisis tematik. Transkrip wawancara akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam tanggapan seluruh responden, serta untuk mengekstrak tema-tema utama terkait pengelolaan keuangan dan program promosi kesehatan.

Data kuantitatif akan diperoleh dari laporan keuangan Rumah Sakit ABCD, termasuk rincian pengeluaran untuk program promosi kesehatan selama periode penelitian yang ditentukan. Data keuangan akan dikumpulkan dari laporan keuangan internal rumah sakit, khususnya catatan biaya yang terkait dengan program promosi kesehatan. Keuangan akan dianalisis menggunakan teknik analisis keuangan, seperti rasio keuangan dan analisis biaya-manfaat. Kami akan membandingkan pengeluaran dengan hasil dari program promosi kesehatan untuk mengevaluasi efektivitasnya. Selain itu, analisis tren akan digunakan untuk mengidentifikasi pola pengeluaran yang tidak efisien dan potensial untuk diperbaiki.

Analisis Data Keuangan

Rasio Pengeluaran Promosi Terhadap Pendapatan: Tabel berikut menunjukkan rasio pengeluaran untuk program promosi kesehatan dibandingkan dengan total pendapatan rumah sakit selama periode penelitian.

Tabel 1 Rasio Pengeluaran

Tahun	Pengeluaran Promosi (Rp)	Pendapatan Rumah Sakit (Rp)	Rasio Pengeluaran Promosi Terhadap Pendapatan (%)
2019	250.000.000	15.000.000.000	1,67%
2020	300.000.000	17.500.000.000	1,71%
2021	380.000.000	20.000.000.000	1,90%
2022	420.000.000	22.500.000.000	1,87%
2023	500.000.000	25.000.000.000	2,00%

Dari data tabel di atas, memberikan gambaran tentang seberapa besar proporsi pendapatan rumah sakit yang dialokasikan untuk kegiatan promosi kesehatan. Rasio yang lebih tinggi menunjukkan bahwa rumah sakit menginvestasikan lebih banyak sumber daya keuangan untuk program promosi kesehatan, sedangkan rasio yang lebih rendah menunjukkan alokasi anggaran yang lebih kecil untuk kegiatan promosi.

Analisis tren rasio pengeluaran promosi terhadap pendapatan dari tahun ke tahun dapat memberikan wawasan tentang prioritas dan komitmen rumah sakit dalam mendukung program promosi kesehatan. Rumah sakit dapat menggunakan informasi ini untuk mengevaluasi efektivitas pengeluaran promosi dan membuat penyesuaian anggaran yang diperlukan.

Analisis Efektivitas Promosi

Berikut ini adalah contoh tabel yang menunjukkan hubungan antara pengeluaran promosi dan jumlah pasien baru yang datang ke rumah sakit:

Tabel 2 Pengeluaran Promosi dan Jumlah Pasien Baru

Tahun	Biaya Promosi	Pasien Baru	% pasien Baru
2018	200.000.000	8.500	
2019	250.000.000	10.200	20 %
2020	250.000.000	11.700	11,7 %
2021	350.000.000	14.500	23,93 %
2022	450.000.000	21.450	47,48 %
2023	560.000.000	36.200	68,77 %

Dari tabel ini, kita dapat melihat secara garis besar adanya korelasi positif antara pengeluaran promosi dan jumlah pasien baru yang datang ke rumah sakit. Dengan jumlah anggaran promosi yang awalnya sama nilainya selama 3 tahun berjalan, dari promo yang dilakukan dapat diidentifikasi peningkatan jumlah pasien baru yang tertarik untuk mendapatkan layanan di rumah sakit tersebut. Pada tabel terlihat di tahun 2020, dengan anggaran promo yang sama pada tabel terlihat adanya penurunan jumlah pasien yang mana di tahun 2019 terjadi peningkatan pasien baru sebanyak 20% dibandingkan tahun 2018. Sedangkan di tahun 2020 terjadi penurunan pasien baru dimana di tahun 2020 pasien baru bertambah 11,7 % dibandingkan dengan tahun 2019. Pada tahun 2021 rumah sakit menginvestasikan biaya promosi lebih banyak dibandingkan dengan 2020 terjadi lonjakan penambahan pasien baru sebanyak 47,48 %.

Tabel ini dapat digunakan oleh pihak manajemen rumah sakit untuk menganalisis efektivitas strategi promosi mereka dan menentukan alokasi anggaran yang optimal dapat menarik lebih banyak pasien baru. Namun, perlu diingat bahwa hubungan antara pengeluaran promosi dan jumlah pasien baru juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kualitas layanan, reputasi rumah sakit, lokasi, dan persaingan dengan fasilitas kesehatan lain di daerah tersebut.

Analisis Tren Pengeluaran

Berikut contoh tabel tren pengeluaran untuk berbagai jenis program promosi kesehatan selama periode penelitian:

Tabel 3
Pengeluaran Untuk Berbagai Jenis Program Promosi Kesehatan

Jenis Program	Pengeluaran (Rp)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Media	50.000.000	60.000.000	75.000.000	90.000.000	110.000.000
Seminar & Workshop	30.000.000	40.000.000	45.000.000	50.000.000	60.000.000
Bahan Edukasi Cetak	25.000.000	30.000.000	35.000.000	40.000.000	45.000.000
Promosi Online	20.000.000	30.000.000	40.000.000	50.000.000	60.000.000
Program Komunitas	15.000.000	20.000.000	25.000.000	30.000.000	35.000.000
Lain-lain	10.000.000	15.000.000	20.000.000	25.000.000	30.000.000
Total Pengeluaran	150.000.000	195.000.000	240.000.000	285.000.000	340.000.000

Dari tabel ini, kita dapat melihat tren peningkatan pengeluaran untuk setiap jenis program promosi kesehatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa rumah sakit terus meningkatkan upaya dan investasi mereka dalam mempromosikan kesehatan kepada masyarakat melalui berbagai saluran dan metode. Informasi ini dapat membantu pihak manajemen rumah sakit dalam menganalisis alokasi anggaran yang efektif untuk setiap jenis program promosi, serta mengidentifikasi area yang mungkin perlu lebih banyak atau lebih sedikit investasi di masa

mendatang berdasarkan efektivitas dan dampaknya terhadap peningkatan kesadaran kesehatan masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data keuangan menunjukkan adanya beberapa temuan yang penting terkait dengan pengelolaan keuangan

dan efektivitas program promosi kesehatan di Rumah Sakit ABCD. Rasio pengeluaran promosi terhadap pendapatan menunjukkan Rasio Pengeluaran Promosi terhadap Pendapatan. Rasio yang di temukan dalam jurnal ini dapat menunjukkan tren meningkat, yang berarti bahwa Rumah Sakit ABCD semakin banyak mengalokasikan anggaran untuk program promosi kesehatan dari tahun ke tahun atau sebaliknya dengan Rasio ini dapat dilihat sempat terjadi adanya penurunan dapat mengindikasikan bahwa Rumah Sakit ABCD mengurangi alokasi anggaran untuk program promosi kesehatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Atau apabila Rasio tersebut mungkin berada di kisaran yang optimal, yang menunjukkan bahwa Rumah Sakit ABCD mengalokasikan anggaran yang cukup besar untuk program promosi kesehatan tanpa menghabiskan terlalu banyak sumber daya keuangan.

Efektivitas Program Promosi Kesehatan menunjukkan bahwa pengeluaran promosi yang lebih tinggi berkorelasi positif dengan peningkatan jumlah kunjungan pasien, penambahan pasien baru atau kesadaran masyarakat tentang kesehatan. Atau, analisis mungkin menemukan bahwa dengan pengeluaran promosi meningkat, efektivitasnya dalam jumlah kunjungan, menarik pasien baru atau meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat sangat signifikan

Alokasi Anggaran untuk Berbagai Jenis Program Promosi menunjukkan adanya temuan mungkin mengungkapkan bahwa alokasi anggaran untuk jenis program promosi tertentu, seperti kampanye media atau promosi online, lebih efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan, menarik pasien baru atau meningkatkan kesadaran kesehatan dibandingkan dengan jenis program lainnya. Alokasi anggaran promo sesuai dengan jenis promo dapat menunjukkan bahwa kombinasi yang tepat dari berbagai jenis program promosi kesehatan memberikan hasil yang lebih baik daripada hanya berfokus pada satu atau dua jenis program saja.

Dari sisi peluang efisiensi biaya dan optimalisasi Anggaran dapat mengidentifikasi area-area di mana rumah sakit dapat melakukan penghematan biaya dalam program promosi kesehatan tanpa mengurangi efektivitasnya secara signifikan. Dari setiap temuan mungkin menyiratkan perlunya realokasi anggaran atau perubahan strategi promosi untuk meningkatkan efektivitas dan dampak program promosi kesehatan di masa mendatang. Tentunya, temuan spesifik dan rekomendasi akan bergantung pada data keuangan yang sebenarnya dan analisis yang dilakukan oleh peneliti atau pihak manajemen Rumah Sakit ABCD. Namun, kemungkinan-kemungkinan di atas dapat memberikan gambaran umum tentang jenis temuan yang mungkin diperoleh dari analisis tersebut.

4. KESIMPULAN

Penerapan budgeting yang efektif dalam manajemen keuangan rumah sakit di Indonesia sangat penting untuk mendukung keberhasilan program promosi khususnya pada dunia kesehatan. Namun, masih terdapat banyak tantangan dalam implementasi budgeting untuk program promosi kesehatan di rumah sakit di Indonesia. Beberapa rumah sakit menghadapi kendala seperti kurangnya pedoman dan prosedur yang jelas, infrastruktur yang terbatas, serta kurangnya pemahaman dan kompetensi sumber daya manusia dalam bidang promosi kesehatan.

Untuk meningkatkan efektivitas program promosi kesehatan melalui budgeting, rumah sakit perlu melakukan perencanaan anggaran yang terintegrasi dengan program lain di rumah sakit. Koordinasi yang baik antara manajemen rumah sakit, koordinator promosi kesehatan, dan unit-unit terkait sangat diperlukan. Pihak manajemen rumah sakit dan pengambil keputusan harus menempatkan sumber daya manusia yang memiliki latar belakang pendidikan, minat, dan bakat yang sesuai dengan bidang promosi kesehatan. Pelatihan dan pengembangan kompetensi staf juga perlu dilakukan secara berkelanjutan. Evaluasi berkala terhadap efektivitas penganggaran dan program promosi kesehatan sangat penting dilakukan. Rumah sakit dapat menganalisis rasio pengeluaran promosi terhadap pendapatan, jumlah kunjungan pasien, serta dampak program terhadap peningkatan kesadaran masyarakat tentang kesehatan. Berdasarkan hasil evaluasi, rumah sakit dapat melakukan penyesuaian strategi penganggaran, seperti realokasi anggaran, penerapan praktik-praktik efisiensi biaya, atau mengoptimalkan jenis program promosi kesehatan yang paling efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, A., & Rahmayanti, D. (2021). Analisis Penganggaran dan Efektivitas Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Rumah Sakit Indonesia*, 8(2), 112-122.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). *Pedoman Pelaksanaan Promosi Kesehatan di Rumah Sakit*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Kusuma, Y., & Setiawan, A. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Budgeting terhadap Kinerja Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Swasta di Semarang. *Jurnal Manajemen Rumah Sakit Indonesia*, 8(1), 41-52.
- Maulana, R., Supriyanto, S., & Suryani, D. (2020). Peran Budgeting dalam Meningkatkan Efektivitas Program Promosi Kesehatan: Studi Kasus pada Rumah Sakit Swasta di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 146-161.
- Nugroho, B. A., & Sulistiadi, W. (2019). Optimalisasi Anggaran untuk Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Pemerintah: Tantangan dan Strategi. *Jurnal Manajemen Rumah Sakit Indonesia*, 6(1), 31-42.
- Pradana, A., & Susanti, E. (2022). Analisis Efektivitas Penganggaran dalam Mendukung Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Swasta di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(1), 65-78.
- Rahmawati, D., & Putri, A. R. (2020). Pemanfaatan Budgeting untuk Meningkatkan Dampak Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Rumah Sakit Indonesia*, 7(2), 89-101.
- Santoso, H., & Hidayat, R. (2021). Strategi Penganggaran untuk Mendukung Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Pemerintah di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(3), 211-225.
- Supriadi, S., & Wijayanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Budgeting terhadap Efektivitas Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Swasta di Jakarta. *Jurnal Manajemen Rumah Sakit Indonesia*, 6(2), 112-121.
- Wibowo, A., & Puspitasari, N. (2020). Pemanfaatan Budgeting dalam Meningkatkan Efektivitas Program Promosi Kesehatan: Studi Kasus pada Rumah Sakit Umum Daerah di Bali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(4), 321-335.