



PEMBERDAYAAN PRAKTEK MANDIRI BIDAN (PMB) DALAM MENINGKATKAN PROMOSI PELAYANAN KESEHATAN IBU DAN ANAK MELALUI DIGITAL MARKETING

Indrayani¹⁾, Angelina Eleonora Rumengan²⁾, Arum Dwi Anjani³⁾, Devy Lestari Nurul Aulia⁴⁾

^{1,2)}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Batam

^{3,4)}Pendidikan Profesi Bidan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Batam

Email Correspondence: dv.aulia87@univbatam.ac.id

ABSTRAK

Konsep pemasaran digital dianggap penting untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Dilaporkan masih terdapat 70% PMB belum memiliki *platform digital* dalam melakukan pemasaran jasa pelayanan kesehatan khususnya kesehatan ibu dan anak. Pemanfaatan sosial media diharapkan agar PMB tidak tergerus usahanya di era disrupsi 4.0 sehingga pendapatan pemilik PMB dapat meningkat. Tujuan kegiatan untuk pemberdayaan Praktek Mandiri Bidan (PMB) dalam meningkatkan promosi pelayanan kesehatan ibu dan anak melalui *digital marketing*. Manfaat dan potensi kegiatan ini agar PMB dapat menerapkan *digital marketing* pada akun media sosial sehingga mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan informasi pelayanan kesehatan, perlunya adanya sinergi dengan Perguruan Tinggi dalam rangka menjembatani para pemilik PMB untuk dapat melirik teknologi digital. Populasi pada kegiatan ini adalah PMB di Kota Batam berjumlah 180 orang. Dengan sasaran PMB di Kecamatan Batam Kota. Kegiatan dilaksanakan pada Agustus 2023. Metode pelaksanaan berupa pemberian edukasi dan pendampingan tentang Penggunaan media sosial untuk pemasaran jasa pelayanan kesehatan Ibu dan anak. Serta Pembuatan *platform digital* pada akun media sosial (instagram) dengan desain yang menarik untuk membangun *branding* dan membuat promosi yang dapat dengan mudah di ingat oleh pengguna pelayanan kesehatan. Hasil Kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan responden tentang digital marketing dan peningkatan pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi kesehatan.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Praktek Mandiri Bidan, Promosi Kesehatan*

ABSTRACT

The concept of digital marketing is considered important to reach more customers. In the field, there are still 70% of PMB who do not have a digital platform for marketing health services, especially maternal and child health. It is hoped that the use of social media will prevent PMB's business from being eroded in the era of disruption 4.0 so that PMB owners' income can increase. The aim of the activity is to empower the Independent Practice of Midwives (PMB) in increasing the promotion of maternal and child health services through digital marketing. The benefits and potential of this activity are so that PMB can implement digital marketing on social media accounts so as to facilitate public access to health service information. There is a need for synergy with universities in order to bridge PMB owners to be able to look at digital technology. The population for this activity was PMB in Batam City totaling 180 people. With a target of PMB in Batam Kota totaling 23 PMB. activity will be carried out in August 2023. The implementation method is providing education and assistance regarding Using social media to market maternal and child health services. Also Creating a digital platform on social media accounts (Instagram) with an attractive design to build branding and create promotions that can be easily remembered by health service users. The results of the activity showed an increase in respondents' knowledge about digital marketing and increased use of social media as a means of health promotion.

Keywords: *Digital Marketing, Midwife Independent Practice, Health Promotion*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang memberikan kontribusi dalam perkembangan perekonomian dunia. Menurut (Kotler, Philip., 2019) *marketing* adalah alat pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang digunakan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan pemasaran sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan (Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, 2020)(Mahalaxmi, K. R., 2016)

Saat ini, konsep pemasaran digital (*digital marketing*) dianggap penting untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, lebih hemat biaya dan terukur dengan memanfaatkan berbagai *platform digital* baik *website*, media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, Tiktok atau bahkan Youtube) juga memanfaatkan berbagai *platform messenger* termasuk *Whatsapp*, Line, Telegram dan lain-lain. Media sosial adalah sebuah media online yang sangat berperan dalam penyebaran informasi dan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi. (Idah, Y. M., & Pinilih, 2020)

Dikutip dari laporan “we are social”, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Sekitar 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya (Bayu, 2023)

Praktek Mandiri Bidan (PMB) merupakan suatu tempat pelayanan kesehatan tingkat 1, yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan/medik untuk kesehatan ibu dan anak. Fungsi dasar PMB adalah pelayanan kesehatan pada ibu dan anak, yang meliputi pemeriksaan kehamilan, pertolongan persalinan, imunisasi dan KB (Nuraini Indria, 2015).

Dengan menggunakan media sosial untuk promosi, PMB dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan jangkauan yang luas sehingga para pengguna juga dapat mengetahui informasi, keunggulan, kegiatan dan pelayanan di PMB dengan mudah sehingga dapat memberikan para pengguna referensi tempat kesehatan yang ingin dikunjungi.

Tujuan dalam kegiatan ini, adalah 1) memberi edukasi tentang penggunaan media sosial (Instagram, *WhatsApp*, Facebook, dan Tiktok) untuk pemasaran jasa pelayanan kesehatan Ibu dan anak. 2) Pendampingan pembuatan *platform digital* pada akun media sosial

METODE

Metode pelaksanaan berupa pemberian edukasi dan pendampingan tentang:

1. Penggunaan media sosial (Instagram, *WhatsApp*, Facebook, dan Tiktok) untuk pemasaran jasa pelayanan kesehatan ibu dan anak.
2. Pembuatan *platform digital* pada akun media sosial (instagram) dengan desain yang menarik untuk membangun *branding* dan membuat promosi yang dapat dengan mudah di ingat oleh pengguna pelayanan kesehatan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada bulan Agustus 2023 yang bertempat di Wilayah kerja Batam Kota. Adapun peserta dalam kegiatan ini adalah Praktek Mandiri Bidan (PMB) di Kecamatan Batam Kota

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian diawali dengan pembukaan dan pemberian pretest menggunakan kuesioner dan didapatkan hasil skor rata-rata pemanfaatan media social sebesar 5,32 . Setelah itu dilakukan pemberian edukasi dan pendampingan.. Pada saat edukasi, peserta tampak antusias mendengarkan materi dari narasumber. peserta juga tertib dan disiplin selama acara berlangsung. Hal tersebut sangat mendukung kegiatan bisa berjalan dengan lancar. Para peserta juga tidak segan atau malu untuk bertanya, mereka juga mau memberikan pendapat mereka sesuai dengan ilmu serta pengalaman yang sudah mereka miliki.

Untuk mengukur keberhasilan pemberian edukasi dilakukan posttest dan didapatkan hasil skor rata-rata pemanfaatan social media setelah diberikan materi sebesar 7,83. Sehingga dapat disimpulkan terjadi peningkatan skor penggunaan media sosial setelah diberikan edukasi.

Dari hasil kuesioner yang diberikan tersebut terlihat semua peserta memahami materi yang telah diberikan. Mereka juga menilai materi yang diberikan sangat penting bagi tantangan masa depan. Peserta juga setuju bahwa media online yang sangat berperan dalam penyebaran

informasi bagi masyarakat luas karena media sosial diperuntukan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Yacub, R. dan Mustajab, 2020), yang menyatakan digital *marketing* menggunakan Instagram dan Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand awareness*.

Tabel 1 Pemasaran Diri / Personal Branding Dengan Teknik Pengemasan Dan Merk

NO	STRATEGI
1	Membuat nama akun media sosial atau nama brand yang unik, sesuai dengan topik pelayanan yang diberikan atau nama badan yang bersangkutan sehingga memudahkan pengguna mencari dan mengingat BPM tersebut.
2	Merk dapat di identitas kan dengan Logo. Logo berfungsi sebagai ‘tanda’ atau ‘simbol’ dari suatu PMB
3	Melengkapi profil akun seperti menambahkan Bio (slogan unggulan/kelebihan dari BPM), mencantumkan alamat dan nomor yang bisa dihubungi, dan membuat jenis-jenis pelayanan yang tersedia berupa link sehingga memudahkan pengguna untuk mengetahui layanan yang tersedia dia BPM
4	Memiliki pelayanan unggulan/kelebihan yang menarik dan menjadi ciri khas BPM tersebut Contoh: Bidan “Bunga” memiliki pelayanan unggulan yaitu Pre-Postnatal Yoga & Plates, Hynobirthing
5	Membuat promo menarik dengan memberikan souvenir yang bermanfaat gratis kepada pasien sepertitas, buku dll dengan menyertakan nama akun
6	Konsisten dalam mengupload foto/video

Peserta menyatakan komitmen akan mempromosikan kegiatan dan pelayanan PMB sehingga dapat menjadi referensi bagi pengguna media sosial. Diakhir kegiatan peserta menyampaikan apa yang mereka peroleh dari kegiatan ini kepada teman-teman mereka yang tidak hadir. Kegiatan ini dihadiri oleh 45 PMB yang berada di wilayah kerta Batam Kota. Dengan dokumentasi kegiatan sebagai berikut :



Gambar 1. Pemberian Materi 1

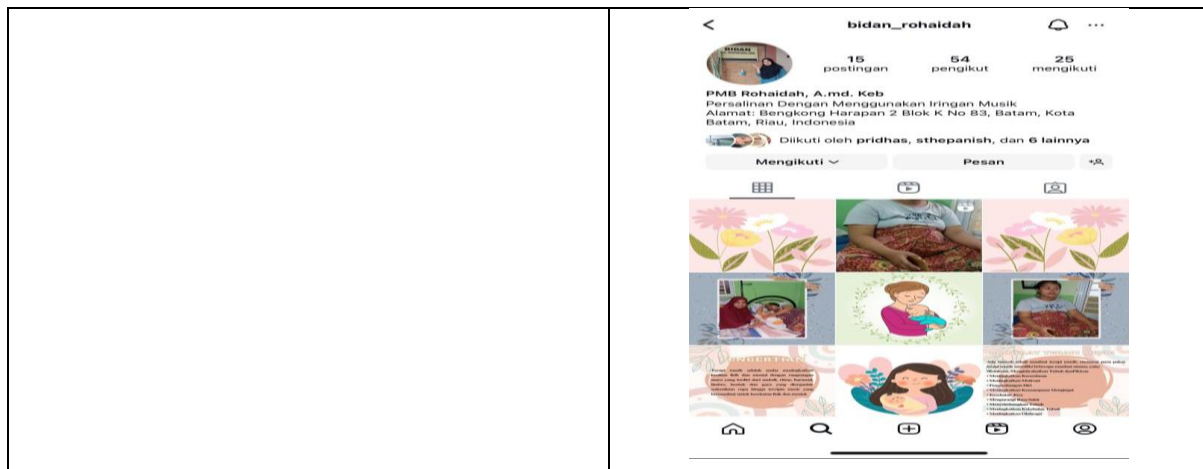


Gambar 2. Pemberian Materi 2



Gambar 3. Peserta Kegiatan

Sosial Media PMB “R” sebelum mengikuti workshop	Sosial Media PMB “R” sebelum mengikuti workshop
Belum memiliki sosial media	Telah Memiliki Sosial media untuk pemasaran PMB , melengkapi keterangan pada biodata terkait jenis pelayanan dll dan membuat postingan secara berkala



KESIMPULAN

kesimpulan dapat diambil dari kegiatan ini, yaitu :

1. Adanya Peningkatan pengetahuan PMB tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran jasa pelayanan kesehatan ibu dan anak.
2. Adanya peningkatan pemanfaatan media sosial oleh PMB
3. Peserta terlihat antusias menerima materi dari narasumber tentang Promosi Pelayanan Kesehatan Ibu Dan Anak Melalui *Digital Marketing* dan berkomitmen untuk memanfaatkan media social sebagai sarana promosi kesehatan
4. Terjalin sinergi antara perguruan tinggi dengan institusi pelayanan Kesehatan tingkat satu untuk bersama-sama membantu pemerintah dalam meningkatkan pelayanan Kesehatan khususnya pada Kesehatan ibu dan anak

SARAN

Saran dalam kegiatan PKM ini diharapkan mampu memotivasi PMB dalam menerapkan promosi pelayanan kesehatan ibu dan anak melalui *digital marketing*, dan diharapkan kegiatan serupa masih harus terus dilakukan secara berkala, agar PMB ini dapat meningkat sehingga terus dapat memberikan pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau masyarakat sehingga dapat terus bersaing dalam meningkatkan pelayanan Kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Teknologi dan Integrasi Akses Permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8, 248–256.
- Bayu. (2023). *data indonesia*.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers: Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan*, 9(1), 195–204.
- Kotler, Philip., dan G. A. (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed*. JAKARTA: Prentice Hall.
- Mahalaxmi, K. R., & P. R. (2016). A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decision in Trichy. *International Journal for Innovative Research in Science &*

Technology, 2(10), 332–338.

Nuraini Indria. (2015). Mutu Pelayanan Bidan Praktek Mandiri Kota Surabaya, 4(1).

Yacub, R. dan Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Manajerial : Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 12(2).