

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Rumah Sakit, rumah sakit adalah fasilitas kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan pribadi secara menyeluruh serta menyelenggarakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit diklasifikasikan menjadi rumah sakit umum dan rumah sakit khusus tergantung pada jenis layanan yang diberikannya. Berdasarkan laporan BPS, rumah sakit diklasifikasikan menjadi tiga kriteria: rumah sakit umum, rumah sakit khusus, dan rumah sakit bersalin. Rumah Sakit Umum Kelas A, B, C, dan D sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) menyelenggarakan pelayanan kedokteran untuk segala bidang dan jenis penyakit.

Rumah sakit di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam bisnis jasa, karena rumah sakit banyak yang menjadi institusi yang bersifat profit oriented. Hal ini dapat dilihat dengan keluarnya Permenkes No. 80/Menkes/Per/II/90 yang menyatakan bahwa badan hukum termasuk perorangan diperkenankan memiliki dan mengelola rumah sakit dengan sifat profit oriented. Oleh karena itu, jumlah rumah sakit di Indonesia semakin meningkat dengan berbagai jenis fasilitas pelayanan yang ada pada segmen pasar yang diperebutkan relatif sama, sehingga menimbulkan persaingan antar rumah sakit (Warda et al., 2022).

Perkembangan rumah sakit yang diiringi dengan tingginya kebutuhan akan pelayanan masyarakat, menyebabkan rumah sakit mencari peluang dan strategi

baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjadi pilihan utama bagi kelompok masyarakat tertentu. Keterbatasan sumber daya manusia, sumber daya, sarana dan prasarana mengharuskan rumah sakit untuk memilih calon pelanggan tertentu untuk produk dan layanan unggulan. Strategi pemasaran rumah sakit membuat kegiatan pemasaran yang dilakukan menjadi lebih komprehensif atau spesifik, serta upaya yang dilakukan menjadi lebih jelas dan tepat sasaran.

Semakin banyaknya jumlah rumah sakit dengan layanan beragam yang menawarkan bermacam keunggulan, baik dari segi teknologi, harga maupun pelayanan membuat rumah sakit harus memiliki strategi yang efektif dalam menciptakan nilai unggul. Disamping itu, tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit telah menjadi masalah mendasar yang dihadapi sebagian besar rumah sakit di berbagai Negara. Oleh karena itu, rumah sakit memerlukan pemasaran untuk menciptakan nilai unggul. Hal ini karena rumah sakit harus menggunakan analisis pemasaran agar posisi organisasinya dapat lebih baik dan bisa mempertahankan eksistensinya di lingkungan yang sangat kompetitif (Windarti et al., 2023).

Berdasarkan Prasetyorini tahun 2024, jumlah rumah sakit umum terbukti memiliki pengaruh terhadap Angka Harapan Hidup secara signifikan dengan p value sebesar 0,021 dan kekuatan pengaruhnya sebesar 0,374. Hasil nilai r square sebesar 0,140, artinya Angka Harapan Hidup dipengaruhi oleh jumlah rumah sakit umum sebesar 14%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Peningkatan jumlah rumah sakit meningkatkan pelayanan yang memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat dan meningkatkan angka harapan hidup (Setiawati, 2020).

Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki jumlah desa/kelurahan terbanyak adalah Kabupaten Lamongan sebanyak 474 desa/kelurahan. Kabupaten Lamongan merupakan kabupaten yang memiliki 16 rumah sakit umum, 1 rumah khusus (Prasetyorini, 2024). Guna mewujudkan indeks kesehatan masyarakat agar lebih baik, di Kabupaten Lamongan kini hadir rumah sakit umum baru, yakni Rumah Sakit Permata Hati. Rumah Sakit Umum type D ini berada di wilayah Kecamatan Tikung tepatnya di jalan raya Tambakboyo Desa Tambakrigadung.

Rumah Sakit yang berdiri pada 3 November 2021 ini memiliki berbagai fasilitas dan layanan unggulan seperti endoskopi dan kolonoskopi, fisioterapi, laboratorium 24 jam, IGD 24 jam, farmasi 24 jam, metode operasi *sectio caesarea* dengan ERACS dan poli eksekutif. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik RS Permata Hati, jumlah kunjungan di RS Permata Hati belum mencapai target. Berdasarkan jumlah followers Instagram rumah sakit tipe D dan sudah berjalan lebih dari 2 tahun di wilayah administratif kota Kab. Lamongan, dapat diketahui bahwa followers IG RS Citra Medika sebesar 2.642, RS Muhamadiyah Kalikapas sebesar 2.376 sedangkan RS Permata Hati yang paling sedikit yaitu sebesar 2.372. Selain itu, jumlah kunjungan pasien secara keseluruhan di RS Permata Hati mengalami fluktuasi.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Pasien di RS Permata Hati Bulan Januari sampai September 2024

Triwulan	Jumlah Kunjungan	Keterangan
I (Januari-Maret)	2611	
II (April-Juni)	3060	Naik sebesar 17,19%
III (Juli- September)	2941	Turun sebesar 3,89%

Sumber: Data Unit Rekam Medis RS Permata Hati Tahun 2024

Berdasarkan Laporan Data Unit Rekam Medik RS Permata Hati menunjukkan bahwa terdapat penurunan jumlah kunjungan pada triwulan ketiga Tahun 2024 sebesar 3%. Selain terdapat penurunan, jumlah kunjungan antar poli sangat tidak seimbang. Jumlah kunjungan terbanyak terdapat pada poli Penyakit Dalam sedangkan poli Jantung Dan Pembuluh Darah merupakan poli dengan jumlah kunjungan terendah selama 9 bulan pada Tahun 2024.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Pasien Berdasarkan Poli Rawat Jalan Januari-September Tahun 2024

Nama Ruangan	Jumlah
Instalasi Gawat Darurat	362
Laboratory	166
Poli Anak	723
Poli Bedah	176
Poli Gigi	3
Poli Jantung	275
Poli Jantung Dan Pembuluh Darah	2
Poli Mata	488
Poli Obgyn	667
Poli Orthopedi	82
Poli Paru	362
Poli Penyakit Dalam	1555
Poli Rehabilitasi Medik	323
Poli Syaraf	170
Poli Umum	151
Radiology	17
Jumlah	5522
Rata-rata jumlah kunjungan per poli	345

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata jumlah kunjungan per poli sebesar 345 pasien.

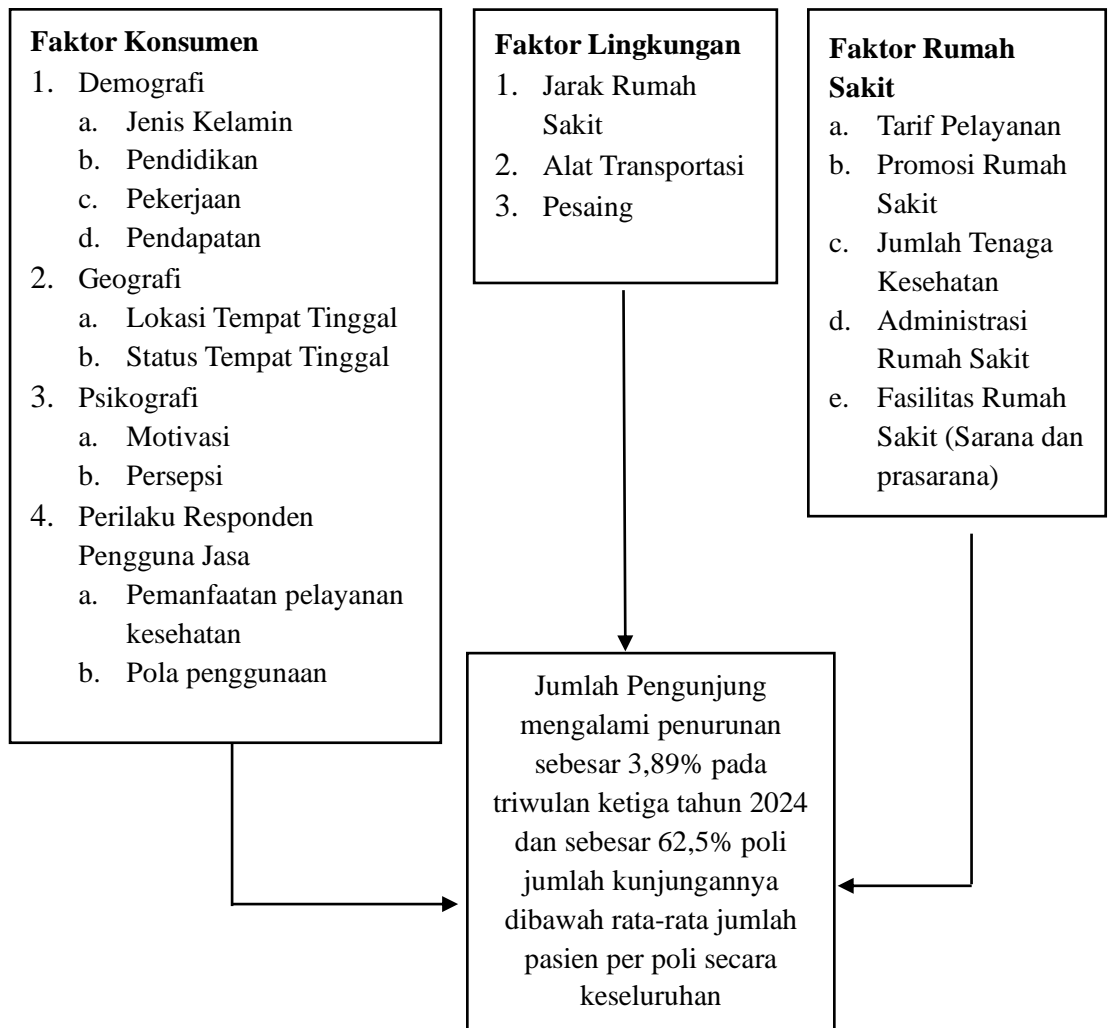
Tabel 1.3 Rekapitulasi Jumlah Poli Berdasarkan Rata-Rata Jumlah Kunjungan Per Ruangan pada Bulan Januari-September 2024

Kategori	n	%
Poli dengan jumlah kunjungan \leq rata-rata jumlah kunjungan secara keseluruhan	10	62,5%
Poli dengan jumlah kunjungan $>$ rata-rata jumlah kunjungan secara keseluruhan	6	37,5%
Total	16	100

Tabel tersebut menjelaskan bahwa sebesar 62,5% poli jumlah kunjungan dibawah 345 (rata-rata jumlah kunjungan poli di RS Permata Hati). Tidak meratanya jumlah kunjungan menunjukkan bahwa masyarakat masih belum memahami jenis pelayanan yang ditawarkan oleh RS Permata Hati.

Seiring dengan bertambahnya rumah sakit di Kabupaten Lamongan, maka sebagai rumah sakit yang baru berdiri perlu ada diferensiasi dan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien. Sehingga perlu ada penelitian khusus yang menjawab tantangan tersebut.

1.2 Kajian Masalah



Gambar 1. 1 Kajian Masalah

Berdasarkan gambar tersebut diketahui bahwa terdapat 3 faktor penyebab jumlah kunjungan pasien poli rawat jalan menurun di RS Permata Hati Triwulan III Tahun 2024 yaitu:

1. Faktor Konsumen

a. Jenis Kelamin

Perempuan memiliki insiden penyakit yang lebih tinggi jika dibandingkan laki-laki dan angka kerja yang lebih rendah, maka dari itu mereka lebih sering mencari pelayanan kesehatan dibandingkan laki-laki

b. Pendidikan

Seseorang dengan tingkat pendidikan yang tinggi cenderung memiliki pemahaman lebih tentang pentingnya kesehatan sehingga mereka lebih banyak menggunakan pelayanan kesehatan.

c. Pekerjaan

Seseorang yang memiliki pekerjaan beresiko tinggi cenderung tinggi dalam pemanfaatan pelayanan kesehatan jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan beresiko rendah cedera.

d. Pendapatan

Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi memiliki peluang untuk mampu membayar pelayanan kesehatan dibanding dengan seseorang yang memiliki pendapatan lebih rendah sehingga seseorang dengan pendapatan tinggi cenderung lebih tinggi dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan.

e. Lokasi Tempat Tinggal

Seseorang dengan lokasi tempat tinggal memiliki jarak yang jauh dari pelayanan kesehatan cenderung lebih rendah dalam pemanfaatan

pelayanan kesehatan dikarenakan faktor aksesibilitas seperti transportasi akan diperhitungkan oleh seseorang, sehingga seseorang dengan lokasi tempat tinggal yang dekat dari pelayanan kesehatan dan memiliki aksesibilitas transportasi yang baik cenderung lebih sering memanfaatkan pelayanan kesehatan.

f. Status Tempat Tinggal

Seseorang dengan kondisi tempat tinggal yang stabil seperti rumah sendiri cenderung untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan secara teratur dibandingkan dengan seseorang dengan kondisi tempat tinggal yang tidak stabil.

g. Motivasi

Seseorang yang memiliki tingkat kesadaran tinggi akan pentingnya tindakan perawatan preventif cenderung lebih sering untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan secara rutin, sebaliknya seseorang yang memiliki tingkat kesadaran rendah akan pentingnya tindakan perawatan preventif akan kurang dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan.

h. Persepsi

Persepsi seseorang terhadap suatu rumah sakit tentang baik atau buruknya kualitas layanan yang diberikan akan membentuk keputusan seseorang dalam pemanfaatan pelayanan kesehatan. Jika seseorang memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas layanan yang diberikan pada rumah sakit maka mereka cenderung untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan secara rutin.

i. Pemanfaatan pelayanan kesehatan

Seseorang yang melakukan pemanfaatan pelayanan kesehatan rumah sakit secara teratur artinya mereka memiliki niat untuk terus menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit

j. Pola Penggunaan

Pola penggunaan pelayanan rumah sakit pada seseorang saat menderita penyakit atau hanya untuk perawatan preventif

2. Faktor Lingkungan

a. Jarak Rumah Sakit

Seseorang dengan jarak tempuh antara tempat tinggal dengan rumah sakit yang dekat akan cenderung untuk lebih sering menggunakan rumah sakit tersebut dibanding dengan seseorang dengan jarak tempuh antara tempat tinggal dengan rumah sakit yang jauh.

b. Alat Transportasi

Untuk mencapai RS Permata Hati sangat mudah, karena wilayahnya di dalam kota dengan banyaknya alat transportasi yang tersedia.

c. Pesaing

Lokasi RS Permata Hati terletak di wilayah kota Kabupaten Lamongan. Posisi tersebut berdekatan dengan rumah sakit lain yang memiliki layanan serupa dan lebih menarik maka tidak menutup kemungkinan pasien akan berpindah ke rumah sakit lain.

3. Faktor Rumah Sakit

a. Tarif Pelayanan Rumah Sakit

Penentuan tarif pelayanan kesehatan pada rumah sakit sangatlah penting, jika tarif pelayanan yang ditentukan terlalu tinggi maka pasien akan mencari alternatif rumah sakit lainnya tetapi jika tarif pelayanan yang ditentukan terlalu rendah maka rumah sakit tidak akan mendapat profit yang baik.

b. Promosi Rumah Sakit

Rumah sakit harus dapat merencanakan promosi yang efektif dalam rangka pengenalan pelayanan kesehatan rumah sakit yang disediakan sehingga masyarakat dapat mengetahui dan tertarik untuk memilih pelayanan kesehatan rumah sakit.

c. Jumlah Tenaga Kesehatan

Penentuan penyediaan sumber daya manusia pada rumah sakit sangatlah penting karena jika penentuan penyediaan sumber daya manusia rendah pada rumah akan menyebabkan beban kerja yang berat sehingga akan menyebabkan kelalaian dan kelelahan, hal tersebut dapat memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien.

d. Administrasi Rumah Sakit

Prosedur pelayanan administrasi pada pelayanan kesehatan rumah sakit yang diberikan kepada pasien harus efisien sehingga pasien merasa nyaman dan akan Kembali untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan pada rumah sakit.

e. Fasilitas Rumah Sakit (Sarana dan Prasarana)

Penyediaan sarana dan prasarana yang baik dan lengkap pada sebuah rumah sakit akan memberikan rasa nyaman dan menambah minat pasien dalam mengunjungi rumah sakit secara teratur.

f. **Strategi Pemasaran**

Pengembangan jumlah kunjungan pelayanan rumah sakit harus mempertimbangkan dan merencanakan strategi pemasaran yang tepat dalam menerapkan promosi pada produk dan pelayanan yang ditawarkan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi penelitian ini hanya pada faktor konsumen yaitu demografi dan psikografi serta faktor lingkungan yaitu kompetitor.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah siapa segmentasi pasar dan kompetitor Rumah Sakit Permata Hati?

1.5 Tujuan

1.5.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah menganalisis segmentasi pasar dan kompetitor Rumah Sakit Permata Hati Kabupaten Lamongan.

1.5.2 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi segmentasi pasar rumah sakit berdasarkan karakteristik demografi di RS Permata Hati
2. Mengidentifikasi segmentasi pasar rumah sakit berdasarkan karakteristik geografi di RS Permata Hati
3. Mengidentifikasi kompetitor RS Permata Hati
4. Menganalisis kompetitor RS Permata Hati.

1.6 Manfaat

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai peran segmentasi pasar pada pemasaran.

1.6.2 Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan terhadap perencanaan program rumah sakit dalam mendukung pemasaran dan kualitas pelayanan rumah sakit.