

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan rumah sakit ditentukan oleh kemampuan manajemennya dalam memanfaatkan peluang yang terdapat di masyarakat dan mengelola bauran pemasaran yang ada. Dalam perusahaan jasa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan faktor yang dapat mempengaruhi dan mendorong seorang konsumen untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Kebutuhan pengetahuan terhadap faktor bauran pemasaran semakin diakui karena dengan strategi bauran pemasaran yang jitu suatu rumah sakit dapat mencapai tujuannya. (Rizki, 2018)

Pemanfaatan rawat inap di rumah sakit dapat digambarkan oleh data BOR rumah sakit. BOR (*Bed Occupancy Rate*) merupakan salah satu indikator kinerja rumah sakit yang menyatakan prosentase pemakaian tempat tidur pada satu satuan waktu tertentu. Indikator ini memberikan gambaran tinggi rendahnya tingkat pemanfaatan tempat tidur rumah sakit. Nilai BOR yang ideal adalah 60-85% sesuai dengan standart Depkes. BOR yang masih rendah mengindikasikan bahwa keputusan pasien untuk memanfaatkan rawat inap di rumah sakit masih rendah. Data BOR yang rendah merupakan salah satu dasar manajemen untuk melakukan upaya perbaikan efisiensi tempat tidur di rumah sakit. (Dwiki, 2018)

Dalam menarik minat kunjungan pasien, rumah sakit perlu melakukan strategi pemasaran, salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk untuk membuat keputusan menggunakan pelayanan kesehatan adalah penggunaan bauran pemasaran atau disebut *marketing mix*.

Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai suatu perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang merupakan usaha pokok rumah sakit yang erat hubungannya dengan perilaku *passion* untuk melakukan pemanfaatan pelayanan. Elemen bauran pemasaran terdiri *dari product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality* (Lovelock & Wright, 2008)

Rumah Sakit Islam Surabaya merupakan salah satu rumah sakit swasta tipe B yang berada di kota Surabaya. Rumah sakit ini menyediakan pelayanan instalasi gawat darurat serta perawatan rawat jalan dan rawat inap. Salah satu indikator mutu pelayanan di rawat inap adalah tingkat pemanfaatan tempat tidur (BOR), untuk standar BOR yang digunakan di Rumah Sakit Islam Surabaya adalah 85%.

Sesuai dengan perarturan Surat Keputusan Direktur Nomor AY.A.SKR.0211.01.19, akan tetapi capaian kegiatan diketahui nilai BOR tahun 2017 sampai dengan 2019 masih dibawah standart yang ditetapkan oleh Rumah Sakit Islam Surabaya. Secara terperinci untuk BOR di Rumah Sakit Islam Surabaya pada tahun 2017-2019 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Nilai BOR Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Surabaya tahun 2017-2019.

Bulan	BOR Tahun 2017 (%)	BOR Tahun 2018 (%)	BOR Tahun 2019 (%)
Januari	67,71	79,02	73,03
Pebruari	58,69	78,03	76,9
Maret	68,82	76,47	81,94
Triwulan I	65,29	46,17	77,74
April	70,42	55,29	79,53
Juni	59,58	39,29	61,94
Triwulan II	70,81	48,51	71,19
Agustus	65,07	52,15	62,38

Bulan	BOR Tahun 2017 (%)	BOR Tahun 2018 (%)	BOR Tahun 2019 (%)
September	70,27	59,01	64,28
Triwulan III	70,11	54,15	60,91
Oktober	80,71	65,75	63,51
Nopember	72,25	65,81	69,73
Desember	76,59	64,06	76,37
Triwulan IV	76,56	65,57	69,87
TOTAL	71,64	53,65	69,88
Penurunan	Tahun 2017-2018 turun 17,99 %		
Kenaikan	Tahun 2018-2019 naik 16,33 %		

Sumber : Data Rekam Medis tahun 2019

Pada Tabel 1.1 Capaian BOR pada Tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 17,99% dari tahun 2017. Kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 16,33% dari tahun 2018, dan tingkat capaian BOR dari tahun 2017-2019 termasuk fluktuatif. Maka dapat disimpulkan bahwa BOR Rumah Sakit Islam Surabaya masih belum memenuhi standar yang ditentukan Rumah Sakit Islam Surabaya yaitu sebesar 85%.

Salah satu faktor internal rumah sakit yang mempengaruhi nilai BOR yaitu pemasaran, penurunan pasien rawat inap dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran (*marketing mix*) ataupun dapat berpindah sesuai dengan rujukan yang telah diatur. Penting sekali rumah sakit melihat bauran pemasaran untuk meningkatkan pasien rawat inap dan pendapatan rumah sakit. Karena apabila jumlah pasien rawat inap berkurang dan pendapatan rumah sakit berkurang, maka akan berdampak pada kegiatan operasional rumah sakit menjadi terganggu dan pelayanan yang diberikan kepada pasien menjadi tidak maksimal.

Rumah Sakit Islam Surabaya melakukan pengembangan yang cukup pesat. Setelah dioperasikannya gedung baru pada tahun 2018, pasar menengah keatas juga menjadi target pasar yang cukup penting. Pengembangan layanan ini juga

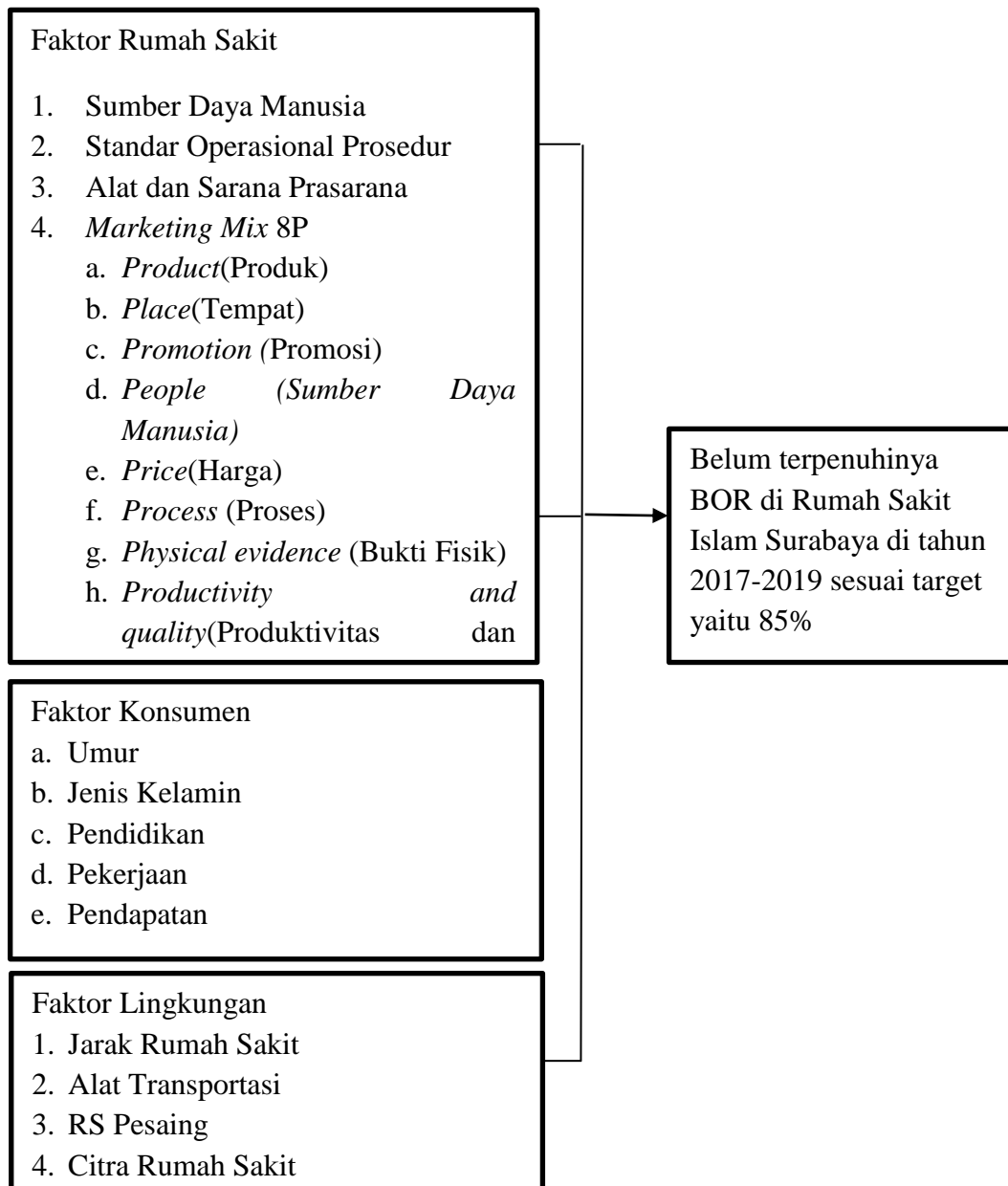
didukung sarana dan prasarana yang memadai. Kualitas jasa pelayanan menjadi masalah yang penting sebagai suatu strategi bersaing dengan rumah sakit lain, dengan harapan bisa mendapatkan pasien sebanyak-banyaknya sehingga tercapainya tujuan rumah sakit. Melihat banyaknya rumah sakit swasta di Surabaya maka disadari atau tidak telah terjadi persaingan dalam merebut konsumen, sehingga diperlukan strategi pemasaran jasa rumah sakit yang efektif agar pelanggan yang ada tidak beralih kepada rumah sakit lain.

Rumah Sakit Islam Surabaya berada di pusat kota yang cukup strategis, sementara tarif yang berlaku cukup terjangkau, didukung dengan peralatan modern dan personil yang berkompetensi untuk menunjang pelayanan. Namun pada kenyataannya nilai BOR yang dicapai Rumah Sakit Islam Surabaya masih dibawah standart yang telah ditetapkan.

Berdasarkan latar belakang penurunan nilai BOR pada tahun 2017-2018 dari nilai 71,64% menjadi 53,65% mengalami penurunan sebesar 17,99%, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 8P Dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Surabaya”. Masalah dari penurunan capaian BOR di tahun 2017-2018 dapat dikaji menggunakan strategi bauran pemasaran agar meningkatkan pemanfaatan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Surabaya.

1.2 Kajian Masalah

Banyak faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan instalasi rawat inap di rumah sakit, sehingga angka pencapaian BOR di RS Islam Surabaya rendah.



Gambar 1.1 Identifikasi Penyebab Masalah belum terpenuhinya BOR di RSI A.Yani Surabaya.

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat dijabarkan yang dapat menyebabkan rendahnya BOR di Rumah Sakit Islam Surabaya disebabkan oleh tiga faktor. Berikut penjelasan ketiga faktor tersebut :

1. Faktor Rumah Sakit :

a. Sumber Daya Manusia

Rendahnya sumber daya manusia baik secara kualitas maupun kuantitas akan berdampak pada pelayanan kesehatan yang diberikan, sehingga kualitas dan kuantitas tenaga yang tidak sesuai akan membawa dampak terhadap pelayanan rumah sakit baik itu dari segi medik maupun non medik.

b. Standar Operasional Prosedur (SPO)

SOP sangat penting dalam melaksanakan proses pelayanan kesehatan di pelayanan instalasi rawat inap. Maka SOP sebagai acuan sekaligus sebagai penggerak terhadap tenaga kesehatan medis maupun non medis dalam memberikan pelayanan kesehatan khususnya pada pelayanan rawat inap.

c. Alat dan Sarana Prasarana

Pelayanan yang mengandalkan alat dan sarana prasarana yang lengkap dan memadai akan mempengaruhi minat pasien untuk berobat.

d. Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997)

2. Faktor Konsumen

a. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, ketrampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang di transfer dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan atau penelitian. Pendidikan umumnya dibagi menjadi tahap seperti prasekolah, sekolah dasar, sekolah menengah dan kemudian perguruan tinggi, universitas atau magang (Depkes RI, 2009). Tingkat pendidikan merupakan faktor yang mempengaruhi pemanfaatan pelayanan dikarenakan jika dengan pendidikan yang tinggi cenderung ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik meskipun harus mengeluarkan biaya lebih, karena lebih mengedepankan kualitas jasa layanan dibandingkan harga.

b. Umur

Umur responden dalam hal ini mempengaruhi dalam pemanfaatan pelayanan rawat inap, karena semakin tua umur pasien maka kebutuhan dalam berobat juga berubah dan bertambah.

c. Jenis Kelamin

Jenis kelamin mempengaruhi dalam penggunaan pemanfaatan pelayanan rawat inap. Perempuan cenderung lebih mempengaruhi laki-laki dalam memilih pemanfaatan pelayanan rawat inap.

d. Pendapatan

Individu yang mempunyai pendapat lebih tinggi seringkali memiliki tingkat ekonomi yang lebih tinggi pula, tingkat ekonomi yang berkecukupan akan mampu menyediakan segala fasilitas yang diperlukan.

e. Pekerjaan

Penghasilan berkaitan dengan pemanfaatan pelayanan rawat inap. Sehingga harga menjadi penentu penggunaan pelayanan kesehatan di rumah sakit.

3. Faktor Lingkungan

a. Citra Rumah sakit

Citra rumah sakit yang kurang baik di masyarakat akan menyebabkan konsumen beralih ke tempat yang akan memberikan pelayanan yang lebih baik.

b. Rumah sakit Pesaing

Adanya kompetitor baru yang muncul dengan berbagai kemudahan yang akan membuat konsumen beralih ke tempat yang lebih baik serta memudahkan bagi konsumen.

c. Jarak Rumah sakit

Jarak rumah sakit dengan tempat tinggal juga dapat menentukan keputusan menggunakan pelayanan kesehatan. Hal ini terjadi karena semakin mudah akses menuju ke rumah sakit maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk datang kembali pada pelayanan kesehatan tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Sakit Islam Surabaya dengan subjek penelitian pasien rawat inap dan berfokus pada Hubungan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 8P dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Surabaya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi penyebab masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diajukan oleh peneliti adalah :

1. Bagaimana karakteristik pasien di Rumah Sakit Islam Surabaya ?
2. Bagaimana unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) 8P di Rumah Sakit Islam Surabaya ?
3. Bagaimana hubungan bauran pemasaran (*marketing mix*) 8Pdengan pemanfaatan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Surabaya?"

1.5 Tujuan Penelitian

1.5.1 Tujuan Umum

Menganalisis hubungan bauran pemasaran (*marketing mix*) 8P dengan pemanfaatan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Surabaya.

1.5.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui karakteristik pasien yang meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan pasien yang berada di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Islam Surabaya.
2. Mengidentifikasi unsur-unsur bauran pemasaran yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi),

people(orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), *productivity and quality* (produktivitas dan kualitas) di Rumah Sakit Islam Surabaya.

3. Menganalisis tentang Hubungan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)8P dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Surabaya.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi Peneliti

Merupakan sarana penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama pendidikan dan menambah wawasan tentang analisis hubungan bauran pemasaran pada pelayanan rawat inap di rumah sakit. Selain itu hasil penelitian ini digunakan sebagai syarat untuk kelulusan sebagai sarjana kesehatan di STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo Surabaya.

1.6.2 Bagi Rumah Sakit

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi terhadap pelaksanaan pelayanan instalasi rawat inap dan diharapkan berguna sebagai masukan bagi pihak rumah sakit dan pihak yang berkepentingan untuk perkembangan dan kemajuan pelaksanaan pelayanan instalasi rawat inap.

1.6.3 Bagi Stikes Yayasan Dr.Soetomo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi bahan kajian atau referensi bagi mahasiswa dan pembaca lainnya mengenai bauran pemasaran.