

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pentingnya bidang pemasaran bagi rumah sakit di Indonesia baru disadari beberapa tahun belakangan ini. Sebelumnya bidang ini tidak diperlukan karena berbagai persepsi yang keliru. Seiring dengan perubahan waktu, berbagai faktor eksternal telah memicu paradigma yang keliru tersebut. Perubahan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari faktor kebijakan pemerintah sampai faktor meningkatnya harapan masyarakat akan pelayanan rumah sakit yang bermutu. Dapat dikatakan bahwa hampir seluruh perubahan tersebut mengarahkan rumah sakit pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini menjadi elemen penekan bagi organisasi rumah sakit dalam mempertahankan eksistensinya. Salah satu respon adaptif akibat kondisi persaingan tersebut adalah munculnya kecenderungan pergeseran orientasi rumah sakit dari lembaga sosial menjadi lembaga usaha. Sehingga pengelolaan manajemennya pun memerlukan pengelolaan manajemen lembaga usaha.

Lembaga usaha ada yang bersifat *profit* dan *non profit*. Lembaga usaha yang bersifat *profit* yang indikator keberhasilannya dilihat dari keuntungan yang diperoleh. Sedangkan lembaga usaha yang sifatnya *non profit* adalah bukan berarti tidak boleh memperoleh keuntungan. Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi merupakan salah satu lembaga usaha yang bersifat *non profit*. Indikator keberhasilan rumah sakit yang bersifat *non profit* diukur dari segi pencapaian

misinya. Sehingga *profit* dalam hal ini dipandang sebagai aspek yang dibutuhkan dalam meraih keuntungan yang sebenarnya, yaitu pencapaian misi rumah sakit. Salah satu bidang yang memegang peranan penting dalam membantu pencapaian misi rumah sakit tersebut adalah bidang pemasaran.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh rumah sakit pada dasarnya adalah upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan yang membutuhkan jasa pelayanan kesehatan yang disediakan oleh rumah sakit. Salah satunya adalah dengan mendesain karakteristik bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sesuai dengan hal tersebut. Karakteristik bauran pemasaran harus selalu disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan mengingat beberapa hal seperti selera, keinginan, pendapatan, gaya hidup dan kebiasaan pembelian pelanggan akan terus berubah seiring dengan adanya perubahan lingkungan. Bauran pemasaran sendiri merupakan kombinasi unik dari *product*, *price*, *promotion*, *place* yang biasa dikenal dengan 4P. Kemudian untuk menyesuaikan dengan produk jasa, Lupiyoadi(2001) menambahkan bauran tersebut dengan unsur *process*, *people*, *physical evidence*.

RSKB Sinduadi adalah sebuah rumah sakit swasta yang sedang berkembang yang ada di wilayah Sleman, tepatnya di Jln. Wijayakusuma No. 310, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Rumah Sakit ini didirikan pada tanggal 30 Mei 2012 dengan Surat Izin Dinas Kesehatan No. 503/2670/DKS/2012 sebagai salah satu wadah pusat pelayanan kesehatan bagi masyarakat sekitar RSKB Sinduadi secara khusus, dan masyarakat Indonesia secara umum.

Pelayanan yang disediakan oleh RSKB Sinduadi terdiri dari pelayanan 24 Jam yang berupa Instalasi Gawat Darurat (IGD), Pelayanan rawat jalan, Pelayanan Rawat inap. Pelayanan penunjang medik yang tersedia antara lain: pelayanan laboratorium, unit farmasi, radiologi, pelayanan gizi, transportasi dan laundry. RSKB Sinduadi juga memiliki pelayanan poliklinik gigi dan poli spesialis yang terdiri dari spesialis anak dengan 64 pasien, spesialis penyakit dalam dengan 96 pasien, spesialis bedah digestive dengan 276 pasien, spesialis bedah anak dengan 8 pasien, spesialis bedah Urologi dengan 17 pasien, spesialis bedah Onkologi dengan 38 pasien, spesialis bedah syaraf dengan 8 pasien, spesialis obsygn dengan 2 pasien, spesialis bedah Orhto dengan 2 pasien, kamar operasi, fisioterapi, tumbuh kembang, khitan pemeriksaan KIA dan KB, serta *home care*. Sarana dan prasarana atau fasilitas pendukung terdapat tempat parkir, tempat bermain anak, dan memiliki ambulance 24 jam. (Laporan Perkembangan jumlah Pasien RSKB-Sinduadi Tahun 2011)

RSKB Sinduadi adalah rumah sakit swasta milik Yayasan Wijoyo, mempunyai visi Menjadi Rumah Sakit Khusus Bedah pilihan masyarakat Yogyakarta untuk mendapatkan pelayanan bedah yang bermutu. Misi RSKB Sinduadi memberikan pelayanan bedah dasar dan lanjutan serta penunjang medis yang bermutu. Memberikan peluang kerja hasil masyarakat yang mempunyai kopetensi di bidng kesehatan dan kopetensi lainnya yang dibutuhkan. Pada awalnya RSKB Sinduadi Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 2005 merupakan sebuah klinik berupa pelayanan prakter dokter spesialis. Seiring berjalannya waktu, berbagai tantangan dan ujian yang telah dilalui merupakan pelajaran yang

sangat berharga sehingga RSKB Sinduadi dapat tumbuh semakin mantap, dan dapat meningkatkan mutu layanannya.

Dari hasil kinerja RSKB Sinduadi tahun 2011 dan 2012 dapat diketahui data-data sebagai berikut:

Tabel 1.1 Indikator Pelayanan Rawat Inap RSKB Sinduadi tahun 2011 dan 2012

Indikator	Pencapaian kinerja (per tahun)	
	2011	2012
Tempat Tidur	25	25
<i>Bed Occupancy Rate</i> (BOR)	28%	28%
<i>Average Length of Stay</i> (AVLOS)	6 hari	5 hari
<i>Turn Over Interval</i> (TOI)	15 hari	12 hari
<i>Bed Turn Over</i> (BTO)	17x	22 x

Sumber: Data Rekam Medis RSKB Sinduadi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui untuk pencapaian *Average Length of Stay/AVLOS* terjadi penurunan dari 6 hari menjadi 5 hari pada tahun 2012. Pencapaian *Turn of Interval/TOI* mengalami penurunan dari 15 hari menjadi 12 hari pada tahun 2012. Angka perputaran tempat tidur atau *Bed Turn of Over /BTO* mengalami kenaikan dari 17 kali menjadi 22 kali.

Tabel 1.2 Indikator Pelayanan Rawat Inap RSKB Sinduadi tahun 2011 dan 2012

Pasien Rawat Inap	Jumlah
Tahun 2011	518
Tahun 2012	508

Sumber: Data Rekam Medis RSKB Sinduadi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah pasien rawat inap di RSKB Sinduadi pada tahun 2011 sebesar 518 pasien dan pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi 508 pasien. Penurunan pasien ini menunjukkan

semakin berkurangnya masyarakat yang menggunakan jasa RSKB Sinduadi dalam pengobatan dan jumlah bed yang tersedia yaitu 25.

Kondisi menurunnya pasien rawat inap menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh pihak rumah sakit. Jumlah pasien yang menurun akan berpengaruh terhadap pemasukan rumah sakit. Semakin sedikit pasien rawat inap maka semakin sedikit pendapatan yang diperoleh rumah sakit. Upaya yang dapat dilakukan manajemen rumah sakit untuk meningkatkan jumlah pasien rawat inap, salah satunya dengan promosi kepada masyarakat.

RSKB Sinduadi dalam hal bauran pemasaran sudah melakukan kegiatan *promotion* kepada masyarakat dengan cara temu pasien dan memberikan ceramah mengenai kesehatan, serta mengadakan kegiatan bakti sosial. Strategi pemasaran yang tepat dan dapat meningkatkan mutu pelayanan rumah sakit pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan jasa.

Strategi *process* juga diusahakan oleh RSKB Sinduadi dengan meningkatkan atau memperbaiki proses dari pelayanan jasa yang dilakukan terhadap pasien. Langkah ini ditunjukkan dengan kecepatan pelayanan karyawan (*people*) dalam menangani pasien, ketepatan pelayanan dan prosedur pelayanan baik administrasi maupun perawatan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien menggunakan Jasa Rawat Inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi* ”. Penelitian ini merupakan langkah awal kegiatan pemasaran jasa dalam upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Informasi yang diperoleh

dari penelitian ini dapat digunakan pihak manajemen RSKB Sinduadi Yogyakarta dalam pengambilan keputusan pemasaran, khususnya dalam mendesain bauran pemasaran yang sesuai dengan harapan dan perilaku pelanggan. Sehingga diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan dan poliklinik rawat inap RSKB Sinduadi Yogyakarta di masa yang akan datang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan maka timbul permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh *product* terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?
2. Adakah pengaruh *price* terhadap terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?
3. Adakah pengaruh *place* terhadap terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?
4. Adakah pengaruh *promotion* terhadap terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?
5. Adakah pengaruh *process* terhadap terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?
6. Adakah pengaruh *people* terhadap terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?

7. Adakah pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?
8. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *product* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *price* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *promotion* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *place* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *proses* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *people* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *physical evidence* terhadap Keputusan pasien menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel manakah dari bauran pemasaran yang paling berpengaruh minat pasien dalam menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Khusus Bedah Sinduadi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Rumah Sakit

Sebagai bahan masukan dalam bidang pemasaran, khususnya permasalahan yang menyangkut perilaku konsumen.

3. Bagi Fakultas

Untuk menambah informasi dan perbendaharaan kepustakaan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.