

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fasilitas pelayanan kesehatan merupakan suatu tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya pelayanan kesehatan, baik promotif, preventif, kuratif, maupun rehabilitatif yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat. Fasilitas pelayanan kesehatan dibagi menjadi pelayanan kesehatan tingkat pertama, pelayanan kesehatan tingkat kedua, dan pelayanan kesehatan tingkat ketiga. Fasilitas pelayanan kesehatan tersebut dilaksanakan oleh pihak Pemerintah, Pemerintah daerah, dan swasta. Setiap fasilitas pelayanan kesehatan wajib memberikan akses yang luas bagi kebutuhan penelitian dan pengembangan di bidang kesehatan dan mengirimkan laporan hasil penelitian dan pengembangan kepada pemerintah daerah atau Menteri.⁽¹⁾

Institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna dan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat salah satunya adalah Rumah Sakit. Suatu Rumah Sakit diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan didasarkan kepada nilai kemanusiaan, etika dan profesionalitas, manfaat, keadilan, persamaan hak dan anti diskriminasi, pemerataan, perlindungan dan keselamatan pasien, serta mempunyai fungsi sosial. Selain itu Rumah Sakit juga harus memenuhi persyaratan lokasi, bangunan, prasarana, sumberdaya manusia, kefarmasian, dan peralatan.⁽²⁾

Menurut *World Health Organization* (WHO), Rumah Sakit adalah suatu bagian menyeluruh (integral) organisasi sosial dan medis, yang mempunyai fungsi memberikan pelayanan kesehatan lengkap kepada masyarakat baik kuratif maupun preventif pelayanan keluarnya menjangkau keluarga dan lingkungan rumah. Rumah

sakit juga merupakan pusat untuk latihan tenaga kesehatan dan penelitian bio-psiko-sosioekonomi-budaya yang padat karya dengan latar belakang pendidikan berbeda-beda. Selain dalam prosesnya menghasilkan jasa medis dan perawatan, rumah sakit juga menghasilkan jasa perhotelan dalam bentuk rawat inap tapi lebih kompleks dibandingkan jasa perhotelan di hotel itu sendiri.⁽³⁾

Kementerian Kesehatan menyatakan bahwa Rumah sakit publik di Indonesia dikelola oleh Kementerian Kesehatan, Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten/Kota, TNI/Polri, kementerian lain serta swasta non profit (organisasi keagamaan dan organisasi sosial). Jumlah rumah sakit publik di Indonesia sampai dengan tahun 2014 sebanyak 2.406 unit, yang terdiri atas Rumah Sakit Umum (RSU) berjumlah 1.855 unit dan Rumah Sakit Khusus (RSK) berjumlah 551 unit. Berbeda dengan rumah sakit publik, rumah sakit privat dikelola oleh BUMN dan swasta. Jumlah rumah sakit umum dan rumah sakit khusus pada tahun 2014 adalah 1.855 unit RSU dan 551 unit RSK. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun 2013 yang masing-masing sebesar 1.725 dan 503.⁽⁴⁾

Kategori Rumah Sakit berdasarkan jenis pelayanan yang diberikan dibagi menjadi Rumah Sakit Umum (RSU) dan Rumah Sakit Khusus (RSK). Rumah sakit umum adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan semua bidang dan jenis penyakit. Sedangkan rumah sakit khusus adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan utama pada satu jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit, atau kekhususan lainnya. Sedangkan menurut kelas yang dilihat berdasarkan fasilitas dan kemampuan pelayanan, rumah sakit umum dibagi menjadi kelas A, kelas B, kelas C, dan kelas D. Pada tahun 2014, terdapat 60 unit RS kelas A, 308 unit kelas B, 803 unit RS kelas C, 537 unit RS kelas

D, dan sebanyak 700 unit RS lainnya belum ditetapkan kelas. Rumah Sakit Khusus juga dibagi menjadi tiga kelas, yaitu Rumah Sakit Khusus kelas A, Rumah Sakit Khusus kelas B, dan Rumah Sakit Khusus kelas C.^(2, 4)

Sumatera Barat memiliki jenis sarana kesehatan yang cukup beragam dan kepemilikannya juga beragam. Untuk rumah sakit dikategorikan atas rumah sakit publik dan rumah sakit privat. Rumah sakit publik terdiri dari 26 Rumah Sakit yang dikelola oleh pemerintah, 12 Rumah Sakit yang dikelola oleh Pemda Kabupaten dan 34 Rumah Sakit yang dikelola oleh Kemenkes, Pemda Provinsi, Pemda Kota, TNI/POLRI, dan Swasta Non Profit. Sedangkan untuk rumah sakit privat, terdapat 14 Rumah Sakit yang dikelola oleh swasta dan satu Rumah Sakit yang dikelola oleh BUMN. Sehingga total rumah sakit di Sumatera Barat tahun 2013 adalah sebanyak 61 rumah sakit.⁽⁵⁾

Kota Payakumbuh dengan jumlah penduduk sebanyak 125.224 jiwa pada tahun 2014, memiliki 3 buah rumah sakit, yaitu satu rumah sakit umum yang dikelola oleh pemerintah daerah, satu rumah sakit umum yang dikelola oleh swasta dan satu rumah sakit khusus bedah yang dikelola oleh swasta serta dua buah rumah bersalin yang dikelola oleh pihak swasta. Pada tahun 2014, satu rumah bersalin berganti menjadi Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak atau disebut juga dengan RSKIA.⁽⁶⁾

Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda yang terletak di jalan Soekarno Hatta, Bulakan Balai Kandi, Kota Payakumbuh, sebelumnya merupakan Rumah Bersalin Sukma Bunda. Jumlah kunjungan pasien di RSKIA Sukma Bunda dari tahun ke tahun cukup mengalami perubahan yang signifikan. Pada tahun 2012 saat masih menjadi Rumah Bersalin Sukma Bunda, kunjungan pasien rawat inap berjumlah sebanyak 535 pasien. Pada tahun 2013 sebanyak 544 pasien. Pada tahun 2014 Rumah Bersalin Sukma Bunda berganti menjadi Rumah Sakit Khusus Ibu dan

Anak Sukma Bunda yang dipersyaratkan memenuhi standarisasi kelas C Rumah Sakit Khusus dan jumlah kunjungan pasien rawat inapnya menjadi 649 pasien. Jumlah kunjungan pasien rawat inap pada tahun 2015 justru turun menjadi 639 pasien bahkan setelah menempati bangunan baru.⁽⁷⁾

Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda memberikan pelayanan dengan alat-alat medis canggih dan fasilitas gedung yang nyaman. Selain itu, Rumah Bersalin Sukma Bunda yang sebelumnya memiliki kapasitas tempat tidur sebanyak tujuh tempat tidur, kemudian berganti menjadi Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda dengan kapasitas tempat tidur bertambah sebanyak empat kali lipat, yaitu menjadi sebanyak 28 tempat tidur. Meskipun begitu, adanya peningkatan tempat tidur tersebut tidak diiringi dengan peningkatan jumlah pasien yang signifikan dan malah menurun.⁽⁷⁾

Berdasarkan survey awal, Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak atau RSKIA Sukma Bunda ini sudah melakukan kegiatan pemasaran. Dari segi produk, harga, tempat, dan proses, sudah sesuai dengan peraturan pemerintah. Strategi promosi yang dilakukan oleh RSKIA Sukma Bunda dengan cara penyebaran brosur rumah sakit kemasyarakat. Kegiatan penyuluhan kesehatan di dalam lingkungan rumah sakit sendiri masih belum dilakukan. RSKIA Sukma Bunda memiliki pegawai dengan total 62 orang dengan tenaga perawat yang berjumlah 21 orang. Jumlah perawat masih kurang sebanyak empat orang dari yang seharusnya 25 orang, berdasarkan Permenkes No. 340 tahun 2010 tentang Klasifikasi Rumah Sakit. Selain itu bukti fisik berupa ruang penyuluhan juga belum tersedia. Unit pemasaran di RSKIA Sukma Bunda bergabung dengan unit administrasi.^(7, 8)

Survey awal yang juga dilakukan pada 6 pasien di RSKIA Sukma Bunda, menyatakan bahwa 50% pasien memilih pelayanan di RSKIA Sukma Bunda karena

fasilitas di lokasi yang baru ini bagus dan nyaman. Pasien mendapatkan informasi mengenai rumah sakit ini dari keluarga dan teman. Tetapi narasumber juga menyatakan bahwa selain RSKIA Sukma Bunda ini juga terdapat Rumah Bersalin Annisa yang juga memberikan pelayanan kesehatan dengan jenis yang sama.⁽⁷⁾

Kondisi perkembangan usaha rumah sakit yang semakin banyak tentu akan menimbulkan persaingan yang ketat dalam menarik pasien untuk datang ke rumah sakit mereka, serta menimbulkan tantangan-tantangan ataupun hambatan-hambatan yang sangat mempengaruhi bagi pengelola maupun pemilik rumah sakit agar tetap berjalan. Salah satu aspek yang perlu digalakkan untuk menjawab tantangan ataupun hambatan dalam pengelolaan manajemen rumah sakit adalah dengan mengembangkan manajemen pemasaran rumah sakit.⁽⁹⁾

Strategi pemasaran terpadu memiliki salah satu unsur yaitu strategi bauran pemasaran atau disebut juga dengan *marketing mix* yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu yang merupakan pasar sasarannya. Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.⁽¹⁰⁾

Kegiatan pemasaran sangat dibutuhkan oleh setiap organisasi atau perusahaan sebagai ujung tombak bagi kehidupannya. Penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Kafa pada tahun 2013 menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien dalam memilih jasa rumah sakit di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Kotagede adalah pelayanan dan promosi. Sedangkan

produk, lokasi, tarif, dan SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien dalam memilih jasa rumah sakit.⁽¹¹⁾

Penelitian lain yang dilakukan Andi, Darmawansyah, dan Asiah Hamzah pada tahun 2012 yang berjudul hubungan bauran pemasaran dengan keputusan memilih layanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Ibu dan Anak Siti Fatimah Makassar, menyatakan dimensi bauran pemasaran yang mempengaruhi adalah produk, tarif, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Sedangkan tempat yang tidak berpengaruh signifikan.⁽¹²⁾

Yesi Herlinda dalam penelitiannya menyatakan bahwa tempat dan SDM sangat mempengaruhi keinginan memanfaatkan kembali pelayanan di unit rawat inap RSUD Lubuk Basung. Sedangkan dimensi bauran pemasaran berupa produk, biaya, dan promosi tidak berpengaruh.⁽¹³⁾

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Hubungan *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Memilih Pelayanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh**”.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana hubungan *marketing mix* terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan *marketing mix* terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Diketuainya distribusi frekuensi keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
2. Diketuainya distribusi frekuensi variabel harga (*price*) di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
3. Diketuainya distribusi frekuensi variabel tempat (*place*) di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
4. Diketuainya distribusi frekuensi variabel promosi (*promotion*) di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
5. Diketuainya distribusi frekuensi variabel orang (*people*) di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
6. Diketuainya distribusi frekuensi variabel proses (*process*) di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
7. Diketuainya distribusi frekuensi variabel bukti fisik (*physical evidence*) di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
8. Diketuainya hubungan variabel harga terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
9. Diketuainya hubungan variabel tempat terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
10. Diketuainya hubungan variabel promosi terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh

11. Diketuainya hubungan variabel orang terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
12. Diketuainya hubungan variabel proses terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
13. Diketuainya hubungan variabel bukti fisik terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh
Sebagai bahan masukan bagi Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda dalam rangka upaya peningkatan pemasaran untuk menciptakan kepuasan konsumen.
2. Bagi Peneliti
Dapat menambah wawasan dan meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuannya, khususnya mata kuliah manajemen pemasaran yang diperoleh pada perkuliahan.
3. Bagi FKM
Diharapkan dapat menambah kekayaan ilmu dan menjadi masukan bagi dunia pendidikan khususnya manajemen pemasaran.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh. Ruang lingkup penelitian untuk mengetahui hubungan *marketing mix* terhadap terhadap keputusan memilih pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Sukma Bunda Kota Payakumbuh yang dapat dilihat dari aspek harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik.

