

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekarang ini banyak dijumpai rumah sakit khusus seperti rumah sakit gigi dan mulut (RSGM) yang khusus memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut. Berdasarkan fungsinya RSGM dibedakan atas RSGM pendidikan dan RSGM non pendidikan. RSGM pendidikan adalah RSGM yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan gigi dan mulut, yang juga digunakan sebagai sarana proses pembelajaran, pendidikan dan penelitian bagi profesi tenaga kesehatan kedokteran gigi dan tenaga kesehatan lainnya dan terikat melalui kerja sama dengan fakultas kedokteran gigi. RSGM pendidikan juga harus menyediakan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang meliputi pelayanan medik dasar, spesialistik dan atau subspecialistik. Sedangkan RSGM non pendidikan adalah RSGM yang harus memberikan pelayanan medik gigi minimal pelayanan medik dasar (Permenkes Nomor 1173/MENKES/PER/X/2004).

RSGM Baiturrahmah Padang adalah rumah sakit gigi dan mulut pendidikan tempat dimana para dokter gigi muda dari Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Baiturrahmah (FKG UNBRAH) Padang menempuh pendidikan profesi dokter gigi. RSGM Baiturrahmah merupakan RSGM yang didirikan oleh Yayasan Pendidikan Baiturrahmah Padang, memiliki bangunan gedung baru berlokasi di Jl. Raya By Pass KM.14 Sei Sapih, Kota Padang, Sumatera barat, terdiri atas 3 lantai dengan fasilitas perawatan gigi dan mulut lengkap dan memadai ditunjang dengan tenaga medis dan spesialis yang kompeten di bidangnya. RSGM Baiturrahmah merupakan RSGM pertama yang ada dan beroperasi di kota Padang, Sumatera Barat. Selain itu, RSGM Baiturrahmah Padang juga menyediakan pelayanan kesehatan gigi VIP yang langsung dilakukan oleh dokter gigi dan dokter gigi speliasis.

RSGM Baiturrahmah Padang ini mendapatkan izin pada tanggal 26 Oktober 2015 lalu yaitu keluarlah Keputusan Gubernur Sumatera Barat Nomor: 445-767 Tahun 2015 tentang Izin Mendirikan Rumah Sakit Khusus Gigi dan

Mulut bagi RSGM Baiturrahmah Padang. Selanjutnya, pada tanggal 15 Maret 2016 keluar Keputusan Gubernur Sumatera Barat Nomor: 445-305 Tahun 2016 tentang Izin Operasional Penyelenggaraan Rumah Sakit Khusus Kelas “B” Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah. Sedangkan, izin RSGM menjadi rumah sakit pendidikan sedang dalam pengurusan untuk menuju akreditasi RSGM pendidikan.

Jumlah kunjungan pasien Instalasi Rawat Jalan RSGM Baiturrahmah Padang pada tahun 2016 yaitu sebanyak 27.933 kunjungan. Pada tahun 2017 mengalami penurunan yaitu menjadi sebanyak 16.288 kunjungan. Sedangkan, pada tahun 2018 mengalami sedikit peningkatan yaitu menjadi sebanyak 16.884 kunjungan. Pasien yang berkunjung ke RSGM Baiturrahmah Padang kebanyakan karena diminta datang oleh mahasiswa pendidikan profesi agar bersedia menjadi pasien untuk memenuhi *requirement* yaitu berbagai kasus perawatan gigi dan mulut selama pendidikan profesi dokter gigi. Sehingga, pelayanan pendidikan lebih dominan dari pada pelayanan non pendidikan.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti pada 11 orang mahasiswa pendidikan profesi dokter gigi FKG UNBRAH Padang, diketahui bahwa 81,8 % mengeluhkan kesulitan mencari pasien. Pasien mahasiswa pendidikan profesi tersebut 54,5 % tinggal di Kecamatan Kuranji dan 36,4 % tinggal di Kecamatan Koto Tangah (masih di sekitar RSGM Baiturrahmah Padang). Hampir semua pasien mahasiswa pendidikan profesi berkunjung ke RSGM Baiturrahmah Padang karena diminta datang oleh mahasiswa pendidikan profesi tersebut.

Pendapatan RSGM Baiturrahmah Padang pada tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 782.526.500. Pada tahun 2017 pendapatan meningkat 5,8% yaitu menjadi sebesar Rp. 827.656.100. Sedangkan, pada tahun 2018 pendapatan mengalami penurunan 23,5% yaitu menjadi sebesar Rp. 633.129.850.

Setiap rumah sakit harus dapat membuat suatu strategi pemasaran yang tepat dan dapat membuat suatu perencanaan untuk dapat bersaing dimasa sekarang dan akan datang. Strategi tersebut diperlukan untuk dapat meningkatkan daya saing di antara perusahaan yang sejenis. Usaha tersebut tidak mudah dikarenakan rumah sakit harus memiliki strategi bersaing yang tepat dalam usahanya mencapai keunggulan kompetitif. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang

digunakan perusahaan sebagai unit bisnis dalam mencapai tujuan perusahaan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat mempunyai peran penting dalam mewujudkan loyalitas pasien terhadap pelayanan jasa rumah sakit. Bentuk pelayanan jasa berbeda dengan produk fisik, dimana pelayanan jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar atau diraba sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol dan harga. Hal ini menuntut rumah sakit untuk dapat mempresentasikan kualitas jasa melalui bukti dan jaminan atas layanan jasa kesehatan yang diberikan (Kotler, 2009).

Situasi perkembangan zaman yang selalu berubah-ubah dapat menjadikan peluang peningkatan usaha atau bahkan menjadi ancaman bagi rumah sakit. Salah satu upaya untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi rumah sakit adalah dengan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat digunakan untuk menyebarkan strategi yang dikembangkan dalam rangka untuk menjadi sukses di lingkungan global di masa depan (Aslan, 2014).

Analisis SWOT adalah metode dalam riset pemasaran yang digunakan dalam menganalisis faktor lingkungan yang kompetitif. Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi rumah sakit. Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi rumah sakit dimulai dengan memahami *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) pada aspek internal serta mengenali *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang terkandung dalam lingkungan eksternal perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu bersaing dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Scotti dan Pietrantonio, 2013; Kotler dan Keller, 2009; Rangkuti, 2013).

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis SWOT pada RSGM Baiturrahmah Padang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, rumusan masalahnya yaitu: Apakah strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh RSGM Baiturrahmah Padang berdasarkan analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Diketahuinya strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh RSGM Baiturrahmah Padang berdasarkan analisis SWOT.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui kekuatan (*strengths*) RSGM Baiturrahmah Padang.
- b. Mengetahui kelemahan (*weaknesses*) RSGM Baiturrahmah Padang.
- c. Mengetahui peluang (*opportunities*) RSGM Baiturrahmah Padang.
- d. Mengetahui ancaman (*threats*) RSGM Baiturrahmah Padang.

D. Manfaat Penelitian

a. Secara Akademik

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Rumah Sakit khususnya dalam menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh suatu Rumah Sakit Gigi dan Mulut berdasarkan analisis SWOT.

b. Secara Praktikal

Meningkatkan jumlah kunjungan pasien yang datang ke RSGM Baiturrahmah Padang, sehingga dapat mempercepat mahasiswa pendidikan profesi dokter gigi dalam memenuhi *requirement*. Selain itu, membantu RSGM Baiturrahmah Padang untuk dapat terus bertahan dan berkembang dengan baik.