

## BAB 1 : PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 merumuskan bahwa pembangunan kesehatan bertujuan agar seluruh masyarakat mampu hidup sehat untuk peningkatan derajat kesehatan, sebagai investasi bagi pembangunan sumber daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menyediakan upaya kesehatan yang terjangkau dan diterima oleh seluruh lapisan masyarakat, dengan keterlibatan berbagai pihak termasuk masyarakat sendiri yang mengambil peran dalam pembangunan kesehatan.<sup>(1)</sup>

Rumah Sakit merupakan institusi yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang meliputi pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Pelayanan yang didapatkan di Rumah Sakit terdiri dari promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif.<sup>(2)</sup> Rumah Sakit dalam melaksanakan tugasnya sebagai penyedia layanan kesehatan telah bekerjasama dengan BPJS untuk mendukung tercapainya tujuan dari Jaminan Kesehatan Nasional (JKN).<sup>(3)</sup>

Efisiensi pelayanan dirawat inap menjadi salah satu indikator yang mendukung Rumah Sakit agar dapat memberikan pelayanan paripurna. Pemakaian dan keterisian tempat tidur dalam suatu periode memberikan pengaruh pada efisiensi rawat inap pada Rumah Sakit tersebut. Salah satu masalah yang masih dialami oleh Rumah Sakit adalah rendahnya pemanfaatan tempat tidur yang ada. Hal ini diolah dalam statistik Rumah Sakit untuk pemantauan aktivitas hunian yang ada. Untuk mengukur pemanfaatan tempat tidur disuatu Rumah Sakit, dapat dilihat pada beberapa parameter yaitu BOR, LOS, TOI dan BTO yang kemudian lebih jelas

dengan pemanfaatan grafik Barber Johnson agar dapat mengetahui efisiensi pemanfaatan tempat tidur disetiap unit Rumah Sakit.<sup>(4)</sup>

Presentasi angka BOR yang rendah pada rumah sakit diantaranya Mitra Medika Bondowoso tahun 2019 pada bulan oktober sebesar 57%, bulan November sebesar 55% dan Desember sebesar 57%.<sup>(5)</sup> RS Panti Wilasa Citarum Semarang mengalami penurunan BOR setiap tahun dari 2015-2019 sebesar 2,53%.<sup>(6)</sup> Penurunan angka BOR juga dialami Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta, tahun 2016 sebesar 62,99%, 2017 sebesar 62,19% dan tahun 2018 turun sebesar 57,75%.<sup>(7)</sup>

Efisiensi layanan rawat inap dapat ditingkatkan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Pihak Rumah Sakit harus mempunyai suatu strategi yang berorientasi pada pemasaran. Bauran pemasaran dapat dijadikan alat untuk bersaing dalam pelayanan kesehatan. Bauran pemasaran yang diterapkan dengan baik akan diikuti dengan strategi yang baik juga. Bauran pemasaran yang diperkenalkan terdiri dari 7P yaitu : *Product, price, place, promotion, process, people, physical evidence*.<sup>(8)</sup>

Penelitian terdahulu oleh Ratna Wardani (2015) dalam jurnal penelitiannya menyebutkan adanya loyalitas pengunjung lama dan rata-rata kunjungan baru ke rumah sakit meningkat dikarenakan rumah sakit HVA Toeloengredjo melakukan *marketing mix* yaitu ekstra melakukan promosi dan peningkatan kualitas serta fasilitas penunjang pelayanan.<sup>(9)</sup> Puji Lestari (2018) “Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (*Marketing Mix 7P*) terhadap Tingkat Kunjungan Pasien” , menyimpulkan bahwa *marketing mix* memiliki hubungan dengan tingkat kunjungan RS Sahid Sahirman, kecuali faktor Harga.<sup>(10)</sup> Udut Tarihoran dkk (2020) dalam “*Marketing Mix 7P Application to Increase Patient Re-visits*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh sebesar 70,65% terhadap peningkatan

kunjungan, bauran pemasaran sangat membantu rumah sakit untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasiennya.<sup>(11)</sup>

Rumah Sakit Universitas Andalas (RS UNAND) adalah salah satu rumah sakit Pendidikan di kota Padang dibawah pengelolaan Universitas Andalas. Secara geografis terletak di komplek Universitas Andalas, jalan Universitas Andalas, Limau Manis, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat. Rumah Sakit Unand terdaftar sebagai rumah sakit Tipe C, namun telah mendapatkan akreditasi Paripurna dengan layanan instalasi rawat inap, pelayanan kamar operasi, pelayanan UGD, instalasi farmasi, pelayanan pasien rujukan, pelayanan ICU, ambulance, pelayanan penunjang (radiologi, laboratorium dan gizi) serta dilengkapi fasilitas radioterapi yang sangat modern.<sup>(12)</sup>

Rumah Sakit Universitas Andalas sebagai rumah sakit pendidikan yang memiliki fasilitas dan sumber daya rumah sakit yang banyak, memiliki tanggung jawab untuk memberikan dan melayani perawatan dengan jumlah dan kebutuhan layanan yang berbeda-beda. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka diperlukan angka kunjungan yang tinggi. Berdasarkan hasil data sekunder, kunjungan (*visite rate*) rawat inap pasien yang berobat ke RS UNAND masih rendah. Hal ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1 Perbandingan Indikator Keberhasilan Penggunaan Tempat Tidur di Rumah Sakit Universitas Andalas dengan indikator Departemen Kesehatan RI**

Indikator Pelayanan	Tahun			Standar (Kemenkes)	Gap
	2018	2019	2020		
Jumlah Kunjungan	4.945	3.558	3.152	-	-
BOR	15,51 %	23,96 %	25,50 %	60-85 %	34.5% - 44.49%
ALOS	3,02 hari	3,74 hari	4,45 hari	6-9 hari	1.55 - 2.98 hari
BTO	1,28 kali	1,45 kali	1,29 kali	40-50 kali	38,55 – 38,72 kali
TOI	21,01 hari	14,65 hari	16,21 hari	1-3 hari	-13,65 – (-20,01) hari

*Sumber: RS UNAND 2020*

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui angka kunjungan pasien tahun 2018 sampai 2020 mengalami penurunan. Nilai BOR masih jauh dari standar efisiensi Kemenkes RI dengan selisih 34.5% - 44.49%. Nilai ALOS belum memenuhi standar dengan selisih 1.89 -2.98 hari pada tiga tahun terakhir. Nilai BTO dengan selisih 19.58 - 38,72 kali dari standar, artinya frekuensi pemakaian TT pada tiga tahun berturut-turut belum memenuhi standar ideal Kemenkes. Hal yang sama juga terjadi pada nilai TOI yang sangat tinggi standar ideal kemenkes 1-3 hari saja.

Berdasarkan situasi yang dihadapi oleh RS UNAND, agar dapat tercapai efisiensi pemanfaatan instalasi rawat inap maka perlu langkah perbaikan salah satunya dengan mengembangkan strategi pemasaran. Hasil wawancara dengan Kabid Humas dan Promkes, RS UNAND belum sepenuhnya melakukan bauran pemasaran. Selama ini strategi yang dilakukan lebih ke arah menjalin kerjasama (*public relation*) dengan puskesmas, klinik, Universitas Andalas serta melakukan promosi seperti bakti sosial sekaligus penyuluhan, operasi bibir sumbing gratis, operasi katarak dan seminar. Upaya promosi masih belum sepenuhnya mampu menjangkau masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kunjungan rendah sehingga nilai BOR masih dibawah standar indikator efisiensi dari Kemenkes.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dianggap perlu melakukan penelitian dengan judul “Strategi Efisien Layanan Rawat Inap di Rumah Sakit Universitas Andalas”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi efisiensi layanan rawat inap di RS UNAND.

## 1.3 Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi efisiensi layanan rawat inap di RS UNAND.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

1. Diketahui nilai indikator layanan rawat inap yaitu : *Bed Occupancy Ratio* (BOR), *Length of Stay* (LOS), *Turn Over Interval* (TOI), *Bed Turn Over* (BTO) di RS UNAND tahun 2020.
2. Diketahui tingkat efisiensi hunian rawat inap RS UNAND berdasarkan grafik Barber Johnson.
3. Diketuinya strategi peningkatan efisiensi layanan berdasarkan bauran pemasaran pada aspek produk (*physical good features, quality level, accessories, packaging, warrantie, product line, branding*) di RS UNAND.
4. Diketuinya strategi peningkatan efisiensi layanan berdasarkan bauran pemasaran pada aspek promosi (*promotion blend, sales people, training, advertising, media types of ads, copy thrust, sales promotion, publicity*) di RS UNAND.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Andalas, diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam pengembangan ilmu kesehatan masyarakat mengenai strategi efisiensi layanan rawat inap di rumah sakit dan dapat dijadikan bahan rujukan bagi para akademis.
2. Bagi Peneliti, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti serta dapat menganalisis strategi efisiensi layanan rawat inap di RS UNAND.

3. Bagi RS UNAND sebagai bahan masukan dalam meningkatkan pengelolaan dalam penyusunan rencana strategi pemasaran selanjutnya.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini tentang efisiensi layanan rawat inap di RS UNAND. Variabel yang diteliti untuk kuantitatif adalah model efisiensi berdasarkan grafik Barber Johnson serta untuk kualitatif adalah strategi pemasaran yang dibatasi pada variabel produk (*product*) yaitu *physical good features, quality level, accessories, packaging, warrantie, product line, branding* dan promosi (*promotion*) yang terdiri dari *promotion blend, sales people, training, advertising, media types of ads, copy thrust, sales promotion, publicity* di layanan rawat inap. Faktor produk dan promosi dipilih untuk diteliti karena kedua aspek ini yang paling bisa dan memungkinkan dilakukan intervensi untuk pemasaran rumah sakit kedepannya.

