

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen merupakan aktivitas yang sangat penting bagi setiap individu maupun kelompok. Salah satunya adalah manajemen dalam pemasaran, yang dimana telah berkembang sejak adanya kebutuhan manusia dan usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Manajemen pemasaran dapat diterapkan pada semua bidang usaha karena melibatkan Analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian barang, jasa dan gagasan (Limakrisna & Parulian, 2017).

Dari tahun ketahun pertumbuhan rumah sakit di Indonesia semakin lama semakin meningkat, dimana ditandai dengan jumlah RS yang semakin bertambah. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS) dari tahun 2002 sampai dengan 2021 terbukti jumlah rumah sakit di negara kita memang mengalami pertambahan jumlah, dimana pada tahun 2021 naik 169,73% yang didominasi oleh rumah sakit swasta (Mutiara, 2023).

Dari jumlah rumah sakit yang semakin meningkat maka persaingan mendapatkan pelanggan semakin besar juga. Untuk itu setiap rumah sakit perlu memperhatikan dan mempelajari bagaimana pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Pemasaran yang kurang berhasil berarti kurang memperhatikan kebutuhan klien dan mengakibatkan rusaknya image suatu rumah sakit (Nurkumala Asih et al., 2021).

Untuk itulah perlu menggunakan strategi pemasaran bagi rumah sakit. Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang terencana dalam mewujudkan tujuan pengembangan keunggulan perusahaan dalam persaingan pasar (Arismen et al., 2019). Bauran pemasaran merupakan usaha pokok rumah sakit yang memiliki keeratan hubungan dengan perilaku pasien (Bayty & Ramlan, 2022). Bauran pemasaran (mix marketing) merupakan kombinasi dari variable yang dapat dikontrol yaitu product, price, place/distribution, promotion (Alma, 2018).

RSU Royal Prima Marelان merupakan salah satu rumah sakit swasta tipe C di Medan dan menjadi rujukan bagi masyarakat khususnya wilayah Marelان Kota Medan dan masyarakat Sumatera Utara pada umumnya. Rumah sakit ini terletak di jalan Marelان Raya Pasar II No.187, Rengas Pulau, Marelان, Kota Medan, Sumatera Utara. Rumah sakit ini terbilang baru karena baru 4 tahun berdiri dan jaraknya cukup jauh dari perkotaan. Rumah Sakit ini merupakan rumah sakit yang berkembang cukup pesat dengan mendapatkan angka kunjungan pasien yang terus meningkat. Walaupun terbilang baru dan merupakan

rumah sakit swasta tipe C namun memiliki keunggulan jumlah spesialis yang banyak. Dari perkembangan jumlah tenaga kesehatan, fasilitas dan angka kunjungan pasien perlu diketahui apakah perkembangannya dipengaruhi oleh sistem manajemen pemasarannya.

Berdasarkan hasil survei awal di RS tersebut dengan cara wawancara mendalam dan observasi data dijumpai hasil kunjungan pasien umum dan pasien asuransi dari bulan Januari 2022-April 2023 masih kurang kunjungannya baik di instalasi rawat inap, maupun pelayanan rawat jalan.

Dari masalah diatas, peneliti tertarik untuk meneliti terkait sistem strategi pemasaran di RSUD Royal Prima Marelan dengan analisis *mix marketing*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis bauran pemasaran *product* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?
2. Bagaimana analisa bauran pemasaran *price* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?
3. Bagaimana analisa bauran pemasaran *place* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?
4. Bagaimana analisa bauran pemasaran *promotion* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bauran pemasaran *product* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?
2. Untuk menganalisa bauran pemasaran *price* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?
5. Bagaimana analisa bauran pemasaran *place* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?
6. Bagaimana analisa bauran pemasaran *promotion* terhadap pengembangan layanan di Rawat inap, rawat jalan, dan pelayanan fisioterapi di RSUD Royal Prima Marelan?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan Penelitian ini akan menambah pengetahuan peneliti dibidang pemasaran khususnya di Rumah Sakit

2. Bagi Perusahaan/Rumah Sakit

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran untuk meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan/Rumah Sakit

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa dan dapat menjadi bahan referensi pada bidang pemasaran jasa khususnya di pemasaran rumah sakit