

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010, rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Dalam era globalisasi sekarang ini kita melihat aspek rumah sakit dari sudut pandang yang berbeda. Pada awalnya rumah sakit didirikan dengan tujuan yang bersifat sosial tetapi seiring berjalannya waktu, tujuan rumah sakit sudah mengarah kepada tujuan komersial. Meskipun mayoritas rumah sakit swasta di Indonesia sudah bergeser ke arah *profit oriented* namun agar dapat bersaing dengan kompetitornya, maka rumah sakit berlomba untuk terdepan dalam memberikan pelayanan dan merespon tuntutan yang berkembang di masyarakat.

Rumah Sakit Umum (RSU) Royal Prima Medan sebagai salah satu rumah sakit rujukan yang terkenal di kota Medan memberikan pelayanan terbaik bagi pasien. Sebagai salah satu subsistem pelayanan kesehatan, Rumah Sakit Umum Royal Prima menyelenggarakan dua jenis pelayanan untuk masyarakat yaitu pelayanan kesehatan dan administrasi. Pelayanan kesehatan mencakup pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, rehabilitasi medik dan pelayanan perawatan. Pelayanan tersebut dilaksanakan melalui unit gawat darurat, unit rawat jalan, dan unit rawat inap.

Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh RSU Royal Prima Medan adalah pemeriksaan kehamilan. Pemeriksaan kehamilan di fasilitas pelayanan kesehatan merupakan kebutuhan esensial yang harus didapatkan oleh ibu hamil. Bentuk pemeriksaan yang dilakukan terhadap ibu hamil berupa USG. Berdasarkan standar *World Health Organization* (WHO), ibu hamil perlu melakukan minimal empat kali pemeriksaan kehamilan di fasilitas kesehatan. Pada trimester pertama sebanyak satu kali, trimester kedua sebanyak satu kali dan trimester ketiga sebanyak 2 kali. Hal tersebut dilakukan agar kondisi kesehatan ibu hamil dan janin dapat dipantau secara periodik. Pemeriksaan kehamilan yang tidak dilakukan sesuai aturan akan menyebabkan risiko tinggi terhadap kondisi kesehatan pada ibu hamil. Risiko-risiko tersebut, seperti keguguran, gangguan psikis, anemia, preeklampsia, eklampsia, bayi lahir prematur, bayi lahir dengan berat badan rendah dan kematian (Nurriszka, 2021).

Berdasarkan observasi awal, Rumah Sakit Royal Prima memiliki total pasien ibu hamil sebanyak 196 orang selama 2 tahun terakhir. Data pasien ibu hamil pada RSU Royal Prima Medan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data pasien ibu hamil yang berkunjung ke RSU Royal Prima Medan Tahun 2021 dan 2022

No	Tahun	Jumlah Pasien Ibu Hamil
1	2022	95
2	2021	101
Total		196

Sumber : Data rekam medik RSU Royal Prima Medan tahun 2021-2022

Disamping fungsi sosialnya dalam memberikan layanan kesehatan kepada masyarakat, RSU Royal Prima Medan harus tetap menjalankan fungsi bisnisnya untuk bertumbuh dan berkembang. Dalam pengelolaan rumah sakit, baik dalam aspek manajemen maupun operasional sangat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal maupun internal yang dapat membuat ibu hamil tertarik untuk mengambil keputusan dalam melakukan pemeriksaan di RSU Royal Prima Medan, diantaranya sarana promosi yang digunakan dan juga bentuk pelayanan yang diberikan.

Sebagai media promosi yang digunakan RSU Royal Prima Medan adalah media internet, dimana internet merupakan salah satu produk utama dari teknologi informasi dan telekomunikasi dalam bentuk digital. Penggunaan internet atau media digital lainnya merupakan bagian dari strategi pemasaran digital. Suwahyo (2019) mengatakan bahwa sistem penjualan online yang berbasis website e-commerce, dapat membantu penjual dalam memasarkan produk, bertransaksi, dan membuat laporan. Selain itu, Khoziyah (2021) juga mengatakan digital marketing mempunyai pengaruh penting terhadap keputusan pembelian. Komunikasi pemasaran melalui media digital dalam upaya untuk menginformasikan dan mempromosikan suatu merek diharapkan dapat menjangkau konsumen maupun pelanggan secara pribadi dan tepat waktu. Sehingga dengan melakukan komunikasi digital pemasaran maka RSU Royal Prima Medan lebih mudah untuk

mendistribusikan informasi terkini baik berupa blog, foto, video, vlog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial lainnya.

Teknologi digital dianggap telah banyak memberikan manfaat bagi banyak industri termasuk jasa kesehatan, bahkan dengan pendekatan yang tepat, akan tidak terlalu sulit dalam memanfaatkan teknologi ini untuk mendorong pertumbuhan bisnis, meningkatkan profitabilitas, serta meningkatkan prestise perusahaan.

Data yang ditabulasikan pada Tabel 2, menampilkan beberapa upaya promosi pemasaran yang dilakukan RSUD Royal Prima Medan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi digital untuk menyampaikan informasi dan promosi mengenai RSUD Royal Prima Medan secara luas dan lebih cepat kepada masyarakat selama periode 2021-2022.

Tabel 2. Data Penggunaan Sarana *Digital Marketing* pada RSUD Royal Prima Medan Tahun 2021-2022

Tahun	SEO	Content Marketing	Social Media Marketing
2022	55%	45%	Facebook 70% Instagram 30%
2021	50%	50%	Facebook 50% Instagram 50%

Dari hasil pengumpulan data pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa RSUD Royal Prima Medan sampai saat ini belum menerapkan semua bagian dari strategi pemasaran digital. Salah satu strategi utama saat ini adalah memanfaatkan teknik *search engine optimization* atau SEO yang merupakan sebuah proses sistematis mesin pencari yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan. Teknik lain yang digunakan adalah Sosial Media Marketing yakni pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai sarana utama seperti Facebook dan Instagram. Transformasi strategi pemasaran konvensional menuju digital marketing strategy saat ini bukan merupakan hal baru dan banyak industri telah bergerak ke arah itu. Transformasi strategi digital marketing dilihat sebagai proses dalam meningkatkan jangkauan bisnis yang memberi dampak Eksternal (berfokus pada pelanggan), internal (operasional bisnis, pengambilan keputusan dan struktur bisnis), dan holistik (munculnya model bisnis yang sepenuhnya baru) Meskipun demikian tantangan dalam penerapan *Marketing Digital* dalam bisnis adalah keterampilan atau pelatihan yang kurang memadai, kurangnya investasi dalam infrastruktur digital. Transformasi dalam teknologi informasi membawa keunggulan kompetitif dalam membawa bisnis yaitu secara efektif menjangkau pelanggan, diversifikasi aliran pendapatan, dan peningkatan profit. Dalam kondisi bisnis saat ini, konteks digital dalam perkembangan industri akan berpengaruh pada strategi pemasaran yang dijalankan agar mendapat hasil yang memuaskan.

Selain itu, media promosi yang biasa digunakan yakni melalui media komunikasi dari mulut ke mulut atau yang sering kita kenal dengan *Word of Mouth* (WOM). WOM merujuk pada pertukaran pesan, persepsi, respon, dan ide-ide antar konsumen. Pada hakikatnya, *Word of Mouth* yaitu informasi yang berkaitan dengan produk dari suatu perusahaan, ataupun mengenai perusahaan itu sendiri, dalam wujud tanggapan perihal kemampuan produk, kredibilitas, kesupelan, kecepatan dalam pelayanan dan lain-lain yang dirasakan oleh seseorang dan diinformasikan kepada orang lain. situs jejaring sosial menerima peningkatan di- perhatian dari pemasar yang ingin memanfaatkan peluang untuk mempengaruhi niat beli konsumen. Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen di situs jejaring sosial adalah elektronik dari mulut ke mulut (Erkan, I., & Evans, 2016); (Peng, Zhang, Shao, Zhang, 2016), Faktor lain yang berpengaruh adalah kredibilitas media sosial pemberi pengaruh dalam situasi dukungan (Hui, L., Ostriker, J. P., Tremaine, S., & Witten, 2017); (Sokolova, K., & Kefi, 2019).

Word of Mouth ini biasanya cepat diterima oleh konsumen karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayainya, seperti para ahli, teman, keluarga, dan publikasi media masa. Di samping itu, *Word of Mouth* juga cepat diterima sebagai referensi karena konsumen jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dibelinya atau belum dirasakannya sendiri (Tjiptono, 2019)

Merupakan hak bagi setiap individu untuk mendapatkan pelayanan kesehatan medis yang sesuai dengan kemampuannya. Dan rumah sakit mempunyai peran dalam memberikan fasilitas pelayanan kesehatan yang layak dan sesuai dengan kode etik dan norma yang berlaku di masyarakat tanpa adanya perbedaan suku, agama, ras dan kemampuan ekonomi. Sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan rumah sakit, tenaga medis memberikan pengaruh terbesar dalam menentukan

kualitas pelayanan terhadap pasien. Memberikan pelayanan kesehatan bermutu dan profesional merupakan tujuan utama rumah sakit. Namun fasilitas kesehatan rumah sakit juga memegang peranan dalam meningkatkan mutu pelayanan rumah sakit tersebut.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti dan membahas hal ini menjadi sebuah objek penelitian, adapun judul yang diajukan adalah : **“Pengaruh Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Jumlah Pasien Ibu hamil pada kriteria pasien umum yang berkunjung ke RSUD Royal Prima Medan cenderung tidak mengalami peningkatan yang signifikan.
2. Strategi *Marketing Digital* SEO masih belum maksimal.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan masih perlu peningkatan.
4. Banyak pasien yang tidak melanjutkan kunjungan ulang.

1.3 Batasan Masalah

Adapun untuk memperjelas arah penelitian, maka penelitian ini dibatasi hanya pada Ibu Hamil pada RSUD Royal Prima Medan. Karena banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Memilih, maka peneliti memberikan batasan masalah yang dilakukan pada penelitian ini hanya akan membahas tentang Keputusan Memilih, Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Strategi *Marketing Digital* SEO berpengaruh terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan?
2. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan?
4. Apakah variabel yang paling berpengaruh diantara Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Strategi *Marketing Digital* SEO terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling berpengaruh diantara Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan?

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Keputusan Memilih

a. Pengertian Keputusan Memilih

Keputusan adalah tindakan seseorang mengidentifikasi dan memilih alternatif untuk memutuskan pilihan yang merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

b. Indikator Keputusan Memilih

Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh bermacam-macam dorongan. Walaupun keputusan untuk membeli sama sekali tidak bisa dipaksakan oleh produsen. Aaker (2008) merumuskan beberapa indikator keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Pilihan produk
2. Kemantapan membeli
3. Pertimbangan dalam membeli

2.1.2 Strategi Marketing Digital SEO

a. Pengertian Strategi Marketing Digital SEO

SEO adalah upaya pengoptimalan situs web secara online menduduki peringkat teratas pada laman hasil pencarian agar target mudah untuk ditemukan.

b. Indikator Strategi Marketing Digital SEO

Ada beberapa indikator utama SEO, yaitu :

1. Struktur URL
2. Penggunaan SSL/TLS
3. Topik Konten
4. *Search Intent*
5. Struktur Konten
6. *Meta Tags*
7. *Backlink*
8. Kecepatan *Website*

2.1.3 Word of Mouth

a. Pengertian Word of Mouth

Word of Mouth (WOM) merupakan strategi marketing yang dilakukan melalui komunikasi antara individu maupun kelompok terkait merek suatu produk atau jasa untuk menciptakan kepercayaan terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa.

b. Indikator Word of Mouth

Sernovitz (2019) mengatakan bahwa ada 5 indikator dasar *Word of Mouth* :

1. *Talkers* (pembicara).
2. *Topics* (topik).
3. *Tools* (alat).
4. *Talking part* (partisipasi).
5. *Tracking* (pengawasan)

2.1.4 Kualitas Pelayanan

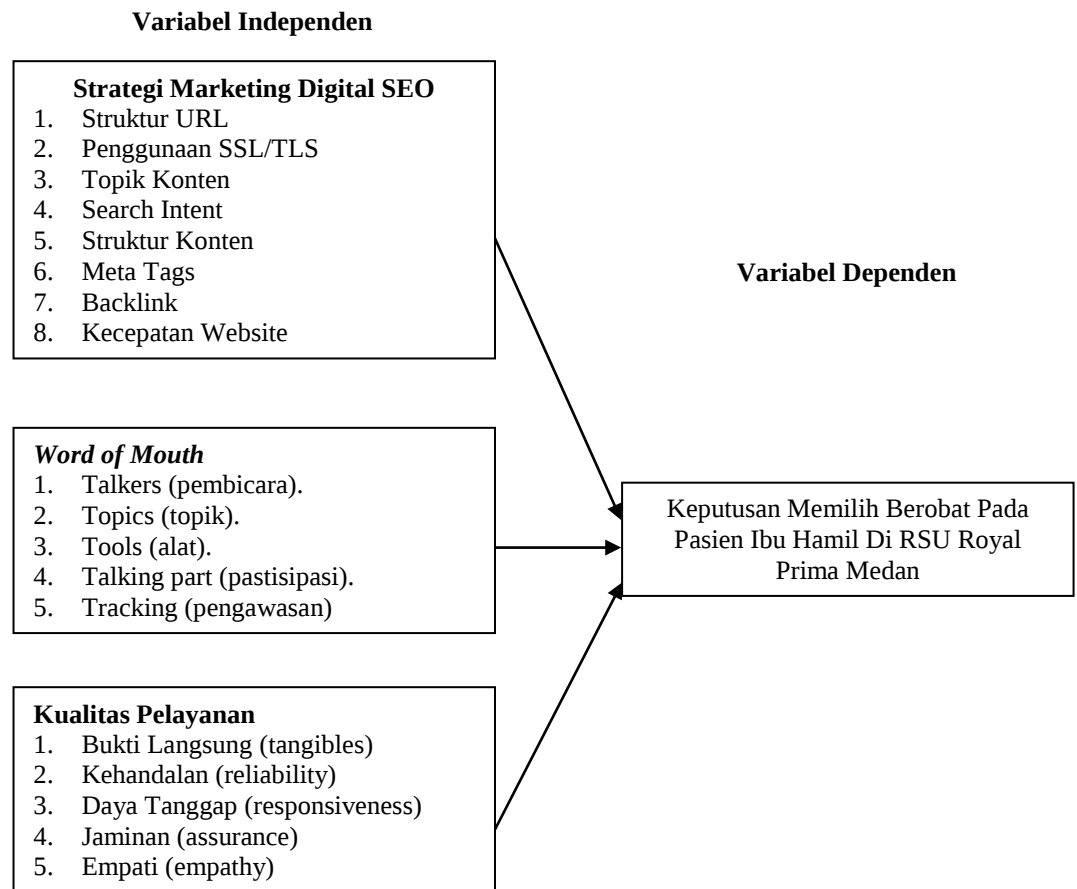
a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

1. Bukti Langsung (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Berdasarkan batasan dan rumusan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah :

1. Strategi *Marketing Digital* SEO berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSU Royal Prima Medan.
2. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSU Royal Prima Medan.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSU Royal Prima Medan.