

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan persaingan Rumah Sakit saat ini menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah pasien. Di RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan, penerapan strategi pemasaran yang baik dan pengembangan fasilitas produk alat kesehatan dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pasien. Menurut penelitian yang telah dilakukan, penerapan strategi pemasaran yang meliputi berbagai aspek, seperti produk, harga, lokasi, dan promosi, berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di lingkungan Rumah Sakit (Ahmad et al., 2013; Budiman & Achmadi, 2023).

Implementasi strategi pemasaran yang terintegrasi, khususnya dalam pelayanan kesehatan, mencakup berbagai elemen penting dalam meningkatkan kepuasan pasien, termasuk aspek promosi, kualitas layanan, dan fasilitas yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut dapat meningkatkan daya tarik Rumah Sakit dan membangun citra positif di mata pasien (Fuad et al., 2019). Selain itu, fasilitas alat kesehatan yang memadai di Rumah Sakit berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pasien, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pasien dan mendorong mereka untuk kembali memilih Rumah Sakit tersebut di masa mendatang (Fadhilah & Katmini, 2023).

Di tengah persaingan industri pelayanan kesehatan yang semakin ketat, rumah sakit tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan medis yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menarik dan mempertahankan pasien melalui strategi pemasaran yang efektif. Perubahan perilaku konsumen, meningkatnya kesadaran masyarakat akan hak-hak kesehatan, serta kehadiran rumah sakit swasta yang menawarkan pelayanan premium menjadi tantangan tersendiri bagi rumah sakit milik pemerintah, termasuk RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan (Kotler & Keller, 2016; Lupiyoadi, 2013).

Sebagai rumah sakit daerah, RSUD Dr. Pirngadi memiliki tanggung jawab besar dalam memberikan pelayanan kesehatan yang terjangkau namun tetap berkualitas kepada masyarakat. Dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien, rumah sakit ini perlu menerapkan pendekatan pemasaran yang tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada penguatan produk layanan (termasuk alat kesehatan), kenyamanan, dan kepercayaan masyarakat. Peningkatan jumlah pasien tidak hanya berdampak pada pendapatan rumah sakit, tetapi juga mencerminkan tingkat kepercayaan publik terhadap layanan yang diberikan (Lupiyoadi, 2013; Pohan, 2016).

Fasilitas produk alat kesehatan juga menjadi komponen penting dalam strategi pelayanan rumah sakit. Alat kesehatan yang lengkap, modern, dan berfungsi optimal akan meningkatkan efisiensi tindakan medis, mengurangi waktu tunggu, serta meningkatkan kepuasan pasien. Ketersediaan fasilitas yang memadai sering kali menjadi pertimbangan utama bagi pasien dalam memilih rumah sakit (Fadhilah & Katmini, 2023; Pohan, 2016).

Namun demikian, masih terdapat kendala dalam hal pengelolaan pemasaran dan pengadaan fasilitas kesehatan. Keterbatasan anggaran, kurangnya SDM yang memiliki kompetensi di bidang pemasaran pelayanan kesehatan, serta kurangnya integrasi sistem informasi pemasaran merupakan beberapa hambatan yang perlu diatasi. Penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji sejauh mana strategi pemasaran dan ketersediaan fasilitas produk alat kesehatan dapat memengaruhi jumlah kunjungan pasien, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan layanan di RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan (Kotler & Keller, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh penerapan strategi pemasaran di RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan terhadap jumlah pasien?

2. Bagaimana pengaruh fasilitas produk alat kesehatan terhadap peningkatan jumlah pasien di Rumah Sakit tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah pasien di RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan.
2. Mengidentifikasi pengaruh fasilitas produk alat kesehatan terhadap kepuasan dan peningkatan jumlah pasien di Rumah Sakit tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Rumah Sakit dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan pengembangan fasilitas kesehatan yang dapat meningkatkan jumlah pasien. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan referensi bagi penelitian-penelitian di bidang manajemen kesehatan dan pemasaran Rumah Sakit di masa mendatang.