

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Rumah sakit memiliki sejarah panjang sebagai institusi penting dalam dunia kesehatan. Awalnya, rumah sakit didirikan untuk memberikan perawatan bagi orang sakit yang membutuhkan perhatian khusus, terutama mereka yang kurang mampu. Dalam perkembangannya, rumah sakit tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyembuhan tetapi juga menjadi pusat pendidikan, penelitian, dan inovasi di bidang kesehatan. Di era modern, rumah sakit memainkan peran strategis dalam menyediakan layanan kesehatan yang berkualitas, yang mencakup perawatan preventif, kuratif, dan rehabilitatif, (Saputri, 2024).

Menurut World Health Organization (WHO), rumah sakit merupakan elemen inti dalam sistem kesehatan global. WHO mendefinisikan rumah sakit sebagai institusi yang menyediakan layanan kesehatan tingkat lanjut dan mendukung pelayanan primer. Perannya meliputi penyelamatan nyawa, pengobatan penyakit kompleks, rehabilitasi, serta kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana dan wabah penyakit. Rumah sakit juga menjadi pusat pelatihan bagi tenaga kesehatan dan tempat penelitian medis untuk menghasilkan inovasi yang berdampak luas. Selain itu, WHO menekankan pentingnya rumah sakit dalam mendukung Universal Health Coverage (UHC) dengan memastikan akses layanan yang adil, berkualitas, dan terjangkau bagi seluruh masyarakat, (Kuddi et al., 2024).

Pada tahun 2024 berdasarkan Badan Pusat Statistik, jumlah Rumah Sakit di Indonesia mengalami peningkatan jumlah dengan total sebanyak 3.115 unit rumah sakit yang terbagi menjadi 2 sektor yaitu 2.363 rumah sakit umum dan 519 rumah sakit khusus. Jumlah ini lebih banyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2023 sebanyak 3.072 unit. Pertumbuhan jumlah ini menunjukkan bahwa pada sektor kesehatan khususnya rumah sakit mengalami perkembangan setiap tahunnya, menjadikan rumah sakit sebagai sektor bisnis yang berpotensi memperoleh keuntungan (Statistik, 2024).

Hal ini menunjukkan perubahan konsep awalnya rumah sakit yang berfungsi sosial namun dikarenakan adanya rumah sakit swasta dan menjadikan rumah sakit mengacu pada pelayanan Kesehatan yang berdasarkan pada manajemen pelayanan. Seiring dengan berjalannya waktu pun mulai sudah terjadi persaingan antara rumah sakit milik pemerintah maupun rumah sakit swasta dalam menarik jumlah konsumen atau calon pasien dalam menggunakan jasa yang tersedia di rumah sakit tersebut (Dano, 2023).

Persaingan tersebut antara rumah sakit pemerintah dengan rumah sakit swasta atau sesama rumah sakit swasta, harus memenuhi aturan undang-undang yang berlaku dan diawasi oleh pemerintah daerah dimana rumah sakit tersebut berada. Menurut Undang-undang no.32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah di mana memiliki wewenang dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Agar pelayanan yang diberikan merata maka kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat harus ditingkatkan

dan diinterpretasikan ke rumah sakit sebagai salah satu wadah agar masyarakat mendapatkan pelayanan maksimal (Priyadi, 2024).

Peningkatan jumlah rumah sakit di Indonesia yang tersebar di seluruh provinsi menunjukkan adanya upaya pemerintah dan sektor swasta untuk memenuhi kebutuhan layanan kesehatan masyarakat. Namun, fakta bahwa peningkatan jumlah rumah sakit tidak terjadi secara signifikan di Provinsi Sumatera Utara mengindikasikan adanya beberapa kemungkinan, salah satunya adalah rendahnya kepercayaan masyarakat pada pelayanan yang diselenggarakan oleh rumah sakit lokal khususnya di Provinsi Sumatera Utara. Hal ini didukung dengan data dimana masyarakat di provinsi Sumatera Utara sebanyak lebih dari 3000 orang dalam tahun 2013 melakukan perobatan di luar negeri seperti Singapura dan Malaysia (Sukirno, 2023), selanjutnya didukung dengan pernyataan masyarakat yang memiliki kepercayaan yang rendah pada dokter dan pelayanan kesehatan lokal yang tidak memberikan hasil serta pelayanan tidak sesuai harapan (Faqihah, 2023).

Kota Tebing Tinggi merupakan salah satu Kota dari 33 Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Sumatera Utara dengan jumlah rumah sakit sebanyak 6 rumah sakit, jumlah ini paling banyak dibandingkan dengan Kota lain di Provinsi Sumatera Utara yang menggambarkan bahwa tingkat persaingan antara rumah sakit cukup tinggi di Kota Tebing Tinggi. Dari hasil observasi yang dilakukan pada 6 rumah sakit tersebut, RSU Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Tebing Tinggi menjadi rumah sakit yang memiliki kunjungan dan menerima pasien paling sedikit dibandingkan dengan rumah sakit lain. RSU Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Tebing Tinggi merupakan rumah sakit kelas C yang memberikan pelayanan Kesehatan kepada masyarakat secara holistik dalam upaya pencegahan, pengobatan dan pemulihan Kesehatan sesuai dengan visi dan misi RSU Universitas Prima Indonesia.

Berdasarkan data kunjungan pasien pada RSU Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Tebing Tinggi Tahun 2022 hingga 2024, jumlah pasien pada RSU Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Tebing Tinggi mengalami fluktuasi namun cenderung mengalami peningkatan jumlah pasien pada Tahun 2024. Dari total data jumlah pasien dari Tahun 2022 hingga Tahun 2024 mulai dari Bulan Januari sampai dengan Bulan Desember setiap tahunnya. Data secara keseluruhan jumlah pasien yang diterima dalam 1 bulan pada RSU Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Tebing Tinggi secara rata-rata setara dengan jumlah pasien dalam 1 hari pada rumah sakit lain yang ada di Kota Tebing Tinggi.

Dengan tingginya persaingan rumah sakit di Kota Tebing Tinggi, masing-masing rumah sakit akan berupaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien. Dalam era globalisasi dan digitalisasi ini, rumah sakit perlu melakukan berbagai inovasi, termasuk dalam hal strategi komunikasi, untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu pendekatan yang efektif adalah penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yanas, 2024) menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran terpadu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

peningkatan jumlah pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Utara, selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh (Fattah & Nadjib, 2023) mengukur efektifitas pemasaran melalui media sosial yang merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran terpadu menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan jumlah pasien pada rumah sakit. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Fitri Widyani, 2024) menunjukkan hasil yang berbeda dimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh rumah sakit Rahyan Subang tidak berdampak pada peningkatan jumlah pasien yang berkunjung, sehingga hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan belum sepenuhnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien pada seluruh rumah sakit.

Sebagai salah satu rumah sakit swasta yang berkomitmen memberikan pelayanan kesehatan terbaik, juga menghadapi tantangan sama. Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan pasien, RSUD UNPRI perlu memanfaatkan berbagai alat komunikasi pemasaran secara terpadu untuk menjangkau dan memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat. Setiap orang berhak mendapatkan informasi yang transparan dan akses yang adil terhadap pelayanan kesehatan. Sehingga RSUD UNPRI perlu memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan. Oleh karena hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian atas strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisa strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.
2. Menganalisa hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan bacaan di perpustakaan bagi mahasiswa/i sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembacanya tentang strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di RSUD Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Masyarakat

Untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi.

2. RSUD Universitas Prima Indonesia

Sebagai bahan masukan kepada manajemen RSUD Universitas Prima Indonesia Tebing Tinggi dalam meningkatkan mutu dan *value* pelayanan rumah sakit dan peningkatan jumlah pasien.