

## RINGKASAN

### Upaya Peningkatan Utilisasi Ruang Rawat Inap Berdasarkan Analisis Efektivitas Bauran Promosi

Magdalena Sitorus

Rawat inap merupakan salah satu bagian integral dari kegiatan jasa pelayanan rumah sakit yang memberikan kontribusi yang berarti bagi rumah sakit. Di era persaingan yang ketat diupayakan pengembangan promosi yang tepat untuk peningkatan utilisasi rawat inap khususnya, dan kegiatan rumah sakit umumnya dengan strategi bauran promosi yang disusun berdasarkan masukan yang diperoleh dari pelanggan internal (dokter) dan eksternal (pasien).

Tingkat hunian rawat inap Rumah Sakit Emma yang masih rendah dalam tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2001-2003 memerlukan penelitian marketing lebih lanjut tentang upaya peningkatan utilisasi ruang rawat inap untuk mengetahui respon pelanggan dengan menggunakan konsep AIDA.

Penelitian ini merupakan riset pemasaran yang dilakukan pada pertengahan bulan Juli sampai Agustus 2004 dengan teknik pengambilan sampel secara *simple random assignment*, bertempat di Rumah Sakit Emma dan praktek dokter spesialis luar dengan pasien sebagai responden, diperoleh besar sampel 81 pasien. Pasien dibagi secara proporsional 27 pasien rawat jalan Rumah Sakit Emma, 26 pasien rawat inap Rumah Sakit Emma, dan 28 pasien praktek dokter spesialis konsultan Rumah Sakit Emma yang praktek di luar rumah sakit. Di Rumah Sakit Emma terdapat 21 dokter spesialis konsultan, sehingga seluruh dokter tersebut dijadikan sampel. Kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan skoring dan uji statistik untuk mempelajari karakteristik, persepsi, efek promosi meliputi AIDA, dan sumber informasi bauran promosi serta hubungan persepsi dengan AIDA dari pelanggan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa:

1. Karakteristik pasien dapat digunakan untuk data sasaran marketing rumah sakit.
2. Faktor persepsi dokter dan pasien berhubungan dengan tingkatan respon AIDA bagi dokter dan pasien terhadap Rumah Sakit Emma dapat digunakan untuk melihat perilaku dokter dan pasien dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan ruang rawat inap Rumah Sakit Emma.
3. Tahapan AIDA bagi dokter dan pasien masih rendah pada tingkat *action* dapat digunakan untuk memperbaiki aspek internal rumah sakit.
4. Efektifitas bauran promosi dari dokter kebanyakan karena pendekatan manajemen rumah sakit (hubungan masyarakat), dan pasien dominan karena WOM (*word of mouth*) dari tetangga atau teman.
5. Bauran promosi souvenir yang pernah dilakukan di Rumah Sakit Emma belum berdampak apapun bagi pelanggan. Brosur berdampak sampai *desire* untuk responden dokter dan *action* bagi pasien. Hubungan masyarakat berdampak sangat signifikan bagi dokter.

Beberapa isu strategis yang ditemukan berdasarkan penelitian ini adalah: persepsi dokter yang negatif terhadap ketrampilan perawat dan kecanggihan alat medis berhubungan dengan *interest* dan *desire* dokter terhadap Rumah Sakit Emma. Bauran promosi yang dilakukan Rumah Sakit Emma sampai saat ini berefek sampai *action* masih rendah dan WOM (*word of mouth*) masih cukup signifikan sebagai promosi bagi pasien. Untuk mendapatkan strategi promosi yang efektif bagi pelanggan dalam rangka memberikan rekomendasi untuk peningkatan utilisasi ruang rawat inap rumah sakit, ini semua didiskusikan dalam *focussed group discussion* bersama manajemen Rumah Sakit Emma.

Sebagai kesimpulan dari hasil penelitian dan diskusi kelompok didapatkan suatu hasil yang akan direkomendasi untuk penyusunan strategi marketing yang efektif bagi pelanggan dengan menggunakan bauran promosi yang tepat untuk peningkatan utilisasi rawat inap melalui:

1. Melakukan promosi melalui hubungan masyarakat (*public relation*) dengan mengaktifkan peran hubungan masyarakat rumah sakit sebagai *communication services* ke pelanggan.
2. Mengembangkan promosi melalui media yang lebih luas misalnya koran, internet, brosur yang selalu inovatif, leaflet sebagai alat health promotion.
3. Meningkatkan ICM (*integrated communication marketing*) artinya semua unsur baik dari internal maupun eksternal yang berhubungan dengan jasa pelayanan perlu ditingkatkan secara terintegrasi dan komprehensif.