Analisa Segmentasi Pasar Rumah Sakit Umum Mitra Delima

Anisa Ramadhani Kusumastiti*, Nofita Dwi Harjayanti, Tita Hariyanti

* Penulis Korespondensi: anisakusumastiti@gmail.com

* Fakultas Kedokteran Gigi Institut Ilmu Kesehatan Bhakti Wiyata Kediri, Indonesia

INDEXING

Keywords:

Segmentation; market segmentation;
Hospital;
market segmentation analysis;

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the market segmentation Mitra Delima Hospital so as to determine the focus of the marketing will be done. The market segmentation is important to understand the hospital's target market. The aim of implement hospitals market segmentation is to focus more on marketing in order to set priorities in serving patients optimally. Market segmentation has not been analyzed and documented. The market segmentation is done by classifying patients based on geographic segmentation, demographic, psychographic and behavioral patient's identity using the form contained in the registration section. Data inputted using a computer program to obtain a predetermined percentage segmentation then analyzed.

Kata kunci:

Segmentasi; segmentasi pasar;
rumah sakit; analisa segmentasi pasar;

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi pasar RSU Mitra Delima sehingga dapat menentukan fokus pemasaran yang akan dilakukan. Segmentasi pasar penting dilakukan untuk memahami pasar sasaran yang bisa dikuasai oleh rumah sakit. Tujuan rumah sakit menerapkan segmentasi pasar adalah untuk lebih memfokuskan pemasaran sehingga dapat menetapkan prioritas dalam melayani pasien secara maksimal. Segmentasi pasar RSU Mitra Delima belum pernah dianalisa dan didokumentasikan. Segmentasi pasar dilakukan dengan mengelompokkan pasien berdasarkan segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku menggunakan formulir identitas diri pasien yang terdapat di bagian pendaftaran. Data diinput menggunakan program komputer untuk didapatkan persentase segmentasi yang telah ditentukan kemudian dilakukan analisa.

© 2017 JMMR. All rights reserved

Article history: received 5 Jun 2017; revised 15 Jun 2017; accepted 25 July 2017

PENDAHULUAN

Jasa pelayanan kesehatan rumah sakit dewasa ini sudah mengalami perubahan yang mendasar yaitu menjadi badan usaha dengan beberapa unit bisnis strategis yang membutuhkan penanganan dengan konsep manajemen yang tepat. Rumah sakit mulai makin memperhatikan pasar dan memperhitungkan perubahan yang terjadi pada lingkungan kesehatan eksternal ketika menyusun strateginya. Penelitian pasar penting bagi rumah sakit sebagai sarana mendapatkan informasi tentang hal-hal yang sebenarnya dicari pasien ketika mereka membutuhkan layanan rumah sakit, dan mengetahui hal yang membuat pasien puas atau tidak puas terhadap jasa rumah sakit yang diterima.¹

RSU Mitra Delima adalah rumah sakit tipe D milik PT. Graha Mitra Delima yang berlokasi di Jalan Raya Bulupayung 1B Kecamatan Bululawang Kabupaten Malang. RSU Mitra Delima berdiri sejak tahun 2010 dan menerima rujukan dari puskesmas dan fasilitas kesehatan tingkat 1 lainnya di wilayah sekitarnya, dengan jumlah tempat tidur 53 TT.

RSU Mitra Delima berada di lokasi yang strategis dengan tingkat transportasi yang baik karena terletak di jalur utama arah Kabupaten Malang bagian timur dan selatan ke Kota Malang. RSU Mitra Delima terletak di Kecamatan Bululawang Kabupaten Malang yang berbatasan dengan Kecamatan Tajinan di sebelah utara, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Wajak, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Turen dan Gondanglegi dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Pakisaji.

Rumah sakit ini memberi pelayanan kesehatan yang cukup lengkap dengan dokter umum 10 orang, 13 dokter spesialis dan 1 dokter gigi. Indikator kinerja rumah sakit pada bulan Agustus 2016 yaitu jumlah pasien rawat inap 461, Bed Occupancy Rate (BOR) 60%, Average Length of Stay (ALOS) 3 hari, Bed Turn Over (BTO) 6 kali, dan Turn Over Interval (TOI) 2 hari. Tim Humas dan Marketing dibentuk oleh Direktur RSU Mitra Delima melalui SK Direktur nomor 232/V/SK/RSMD/1506/2015.

Tim Humas dan Marketing terdiri dari ketua, sekretaris dan 6 orang anggota yang mempunyai uraian tugas diantaranya untuk melakukan manajemen keluhan pasien dan keluarga serta masyarakat sekitar terkait pelayanan kesehatan di RSUD Mitra Delima, memperkenalkan pelayanan kesehatan RSUD Mitra Delima kepada masyarakat sekitar, melakukan komunikasi dan kerjasama dengan badan usaha serta fasilitas kesehatan lain di sekitar RSUD Mitra Delima, dan melakukan analisa keluhan serta menyampaikan hasil investigasi dari komplain maupun konflik yang terkait dengan pelayanan di RSUD Mitra Delima.

Segmentasi pasar akan membagi pasar ke dalam kelompok pelanggan yang mempunyai persamaan perilaku atau persamaan kebutuhan. Masing-masing kelompok akan dipilih sebagai pasar sasaran yang akan dicapai dengan strategi pemasaran yang berbeda. Hal tersebut dilakukan rumah sakit semata-mata untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar persepsi pelanggan terhadap rumah sakit semakin baik dan mendapatkan posisi terbaik di benak pelanggan². Oleh karena itu analisa segmentasi yang terdokumentasi dengan baik sangat dibutuhkan oleh rumah sakit.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan analisa segmentasi pasar dari RSUD Mitra Delima dan membuat dokumentasi dari segmentasi pasar sehingga diharapkan dapat membantu proses pemasaran di RSUD Mitra Delima.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang³.

Studi pendahuluan dilakukan dengan telaah dokumen, observasi lapangan, dan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan dengan manajemen dan sejumlah staf terkait, kemudian dilakukan analisa fishbone dari permasalahan yang diangkat yaitu turunnya angka BOR. Berikut adalah hasil analisa fishbone tentang penurunan BOR yang dilakukan pada studi pendahuluan.

Gambar 1. Analisa fishbone

Kemudian dilakukan proses focus group discussion (FGD) bersama manajemen RSUD Mitra Delima untuk mengkonfirmasi hasil analisa awal fishbone dan mendapatkan tambahan pendapat maupun koreksi sehingga dapat menyempurnakan analisa fishbone yang telah ada.

Berdasarkan hasil penentuan prioritas masalah dengan metode Focussed Group Discussion (FGD) dan metode Urgency, Seriousness, Growth (USG), didapatkan permasalahan yang diprioritaskan untuk diselesaikan yaitu program kerja marketing yang belum komprehensif, terutama terkait marketing internal sehingga harus segera dicari alternatif solusi untuk pemecahan masalah ini.

Berikut hasil FGD dan USG yang dilakukan bersama pihak manajemen RSUD Mitra Delima:

Tabel 1. Hasil FGD dan USG

NO	MASALAH	U	S	G	TOTAL
1	Belum terlatih <i>service excellence</i>	5	3	2	10
2	Program kerja <i>marketing</i> belum komprehensif, terutama terkait <i>marketing</i> internal	4	4	3	11
3	Banyak pegawai <i>fresh graduated</i>	2	1	1	4
4	Budaya menjaga kebersihan masih kurang	1	2	4	7
5	Komunikasi terhadap pasien belum terstandarisasi	3	5	5	13

Inti dari marketing tercakup dalam sembilan elemen pemasaran, yaitu segmenting, targetting, positioning, differentiating, marketing mix (product, place, promotion, price), selling, brand, service dan process⁴. Jika menggunakan pendekatan sembilan elemen pemasaran tersebut, maka langkah pertama yang dapat dilakukan tim humas dan marketing berkenaan dengan program pemasaran adalah melakukan analisa segmentasi pasar dari RSUD Mitra Delima.

Analisa segmentasi pasar RSUD Mitra Delima dilaksanakan di RSUD Mitra Delima pada tanggal 11-17 Oktober 2016. Sampel pada penelitian ini adalah pasien rawat inap RSUD Mitra Delima yang diambil menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria inklusi 1) Pasien baru yang datang selama kurun waktu penelitian; 2) Data identitas pasien diisi dengan lengkap. Sedangkan kriteria eksklusi sampel adalah 1) Pasien yang datang tidak pada waktu penelitian; 2) Data identitas pasien tidak diisi dengan lengkap. Dalam kurun waktu penelitian didapatkan sampel yang memenuhi kriteria inklusi yaitu sebanyak 67 sampel.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari pengisian formulir identitas diri pasien di bagian pendaftaran pada saat pasien akan menggunakan rawat inap di RSUD Mitra Delima. Persiapan yang dilakukan pertama kali adalah membuat program komputer menggunakan excel untuk melakukan analisa segmentasi

pasar dan membuat tambahan formulir untuk data yang dibutuhkan pada saat melakukan analisa segmentasi pasar yang belum tercantum pada formulir identitas pasien yang ada. Selanjutnya melakukan sosialisasi pelaksanaan penelitian magang kepada seluruh petugas pendaftaran. Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober 2016 dan dihadiri seluruh petugas pendaftaran yaitu 6 orang petugas pendaftaran. Dari data yang diperoleh dilakukan pemilihan formulir yang terisi dengan lengkap dan yang tidak lengkap. Formulir yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel kemudian di input ke dalam program. Setelah didapatkan persentase segmentasi pasar kemudian dilakukan analisa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Formulir identitas diri pasien rawat inap RSUD Mitra Delima yang dikumpulkan selama 7 hari berjumlah 67 formulir diinput ke program excel yang telah dibuat dan didapatkan hasil yang dipaparkan pada tabel-tabel sebagai berikut.

Segmentasi Geografis Pasien RSUD Mitra Delima

Segmentasi geografis pasien RSUD Mitra Delima dilakukan dengan cara mengelompokkan responden berdasarkan wilayah tempat tinggalnya. Berikut data wilayah tempat tinggal pasien yang berkunjung ke RSUD Mitra Delima.

Tabel 2. Wilayah tempat tinggal pasien rawat inap RSUD Mitra Delima.

Tempat Tinggal	Jumlah Responden	Persentase
Kec. Bululawang	17	25.37%
Kec. Gondanglegi	15	22.39%
Kec. Bantur	7	10.45%
Kec. Gedangan	4	5.97%
Kec. Tajinan	4	5.97%
Kec. Tirtoyudo	4	5.97%
Kec. Turen	4	5.97%
Kec. Pagelaran	2	2.99%
Kec. Sumawe	2	2.99%
Kec. Ampelgading	2	2.99%
Kec. Wajak	2	2.99%
Kec. Tumpang	1	1.49%
Kec. Poncokusumo	1	1.49%
Kota Malang	1	1.49%
Lainnya	1	1.49%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSUD Mitra Delima, 2016

Analisa segmentasi geografis

Hasil analisa segmentasi geografis didapatkan wilayah terbanyak yang menggunakan jasa pelayanan rawat inap di RSUD Mitra Delima adalah Kecamatan Bululawang dan Kecamatan Gondanglegi. Hal ini sesuai dengan lokasi RSUD Mitra Delima yang berada di Kecamatan Bululawang dan berbatasan langsung dengan Kecamatan Gondanglegi di sebelah selatan dengan jarak +11km, sehingga kedua daerah ini dapat dijadikan target untuk melakukan pemasaran lebih lanjut dan dapat meningkatkan kunjungan masyarakat daerah tersebut ke RSUD Mitra Delima. Segmentasi geografis dilakukan sesuai dengan lima syarat pokok pelayanan kesehatan yang salah satunya adalah mudah dicapai masyarakat terutama dari segi lokasi.⁵

Untuk selanjutnya, daerah yang berbatasan langsung dengan RSUD Mitra Delima seperti Kecamatan Turen, Pakisaji, Tajinan dan Wajak juga perlu dilakukan usaha pemasaran agar dapat menjadi segmen pasar dari RSUD Mitra Delima. Keterjangkauan masyarakat termasuk jarak akan fasilitas kesehatan akan mempengaruhi pemilihan pelayanan kesehatan. Jarak merupakan komponen kedua yang memungkinkan seseorang untuk

memanfaatkan pelayanan pengobatan terutama pada ibu hamil untuk dapat melakukan pemeriksaan kehamilan untuk persalinannya. Ibu yang bertempat tinggal jauh dari jangkauan fasilitas kesehatan cenderung sulit melakukan pemeriksaan kesehatan sehingga risiko saat persalinan tidak mudah terdeteksi, serta ibu akan lebih memilih bersalin dirumah dan ditolong oleh dukun.⁶

Persebaran asal domisili pasien ini menunjukkan bahwa RSUD Mitra Delima telah dikunjungi oleh pasien dari berbagai wilayah di Kabupaten Malang. Kondisi ini merupakan keuntungan tersendiri bagi RSUD Mitra Delima, karena keberadaan RSUD Mitra Delima telah dikenal ke daerah lintas kecamatan dan kota. Tentu saja keberadaan pasien-pasien dari berbagai wilayah tersebut perlu mendapatkan perhatian serius terutama untuk meningkatkan BOR rumah sakit.

Segmentasi Demografis Pasien RSUD Mitra Delima

Segmentasi demografis membagi responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan per bulan, pekerjaan, pendidikan, agama, dan suku bangsa.

Tabel 3. Jenis pekerjaan pasien rawat inap yang berkunjung ke RSUD Mitra Delima.

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Tidak Bekerja	8	12%
Tidak Bekerja (IRT)	41	61%
Wiraswasta	11	16%
Petani	3	4%
Pegawai Swasta	2	3%
Pensiunan	1	1%
PNS / TNI / Polri	1	1%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSUD Mitra Delima, 2016

Analisa segmentasi demografis

Pekerjaan

Hal ini berhubungan dengan jumlah pasien terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan usia terbanyak adalah 18-35 tahun dimana usia tersebut merupakan usia produktif. Hal ini menandakan bahwa ibu-ibu usia produktif yang merupakan ibu rumah tangga

adalah target potensial pasar RSUD Mitra Delima. Jika dikaitkan dengan jenis kelamin responden yang mayoritas perempuan, maka terjadi kesesuaian karena pada umumnya para wanita lebih banyak yang menjadi IRT. Jumlah wanita pekerja akan meningkat namun tidak semua wanita akan memilih bekerja karena mereka akan lebih berkonsentrasi untuk mengurus anak-anak dan rumah tangganya.⁷

Tabel 4. Pendidikan terakhir pasien rawat inap yang berkunjung ke RSUD Mitra Delima.

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SD	25	37%
SMP	19	28%
SMA	15	22%
Tidak/Belum Sekolah	5	7%
Diploma	3	4%
S1	1	1%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSUD Mitra Delima, 2016

Pendidikan Terakhir

Pemberian pelayanan kesehatan harus disesuaikan dengan karakteristik dari pasien tersebut. Salah satu contoh seperti pada saat tenaga kesehatan memberikan penjelasan tentang penyakit maupun memberikan arahan tentang cara perawatan pasien tersebut harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Begitu pula dengan target pasar potensial yang akan diberikan edukasi tentang kesehatannya juga harus diperhatikan cara dan alat komunikasi yang digunakan. Wanita dengan tingkat pendidikan rendah, menyebabkan kurangnya pengertian mereka akan bahaya yang dapat menimpa ibu terutama dalam hal kegawatdaruratan kehamilan dan persalinan.⁷

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, menyatakan bahwa pendidikan ibu yang rendah ($\leq$ SMP) mempunyai risiko 6 kali lebih tinggi untuk mengalami partus lama dibandingkan ibu dengan pendidikan tinggi ($>$ SMP).⁶ Pendidikan biasanya berpengaruh pada pendapatan dan pekerjaan seseorang.

Pendidikan juga akan berpengaruh terhadap intelektualitas seseorang yang akan mempengaruhi keputusannya dalam memilih suatu produk yang dalam hal ini adalah pemilihan layanan rawat inap di suatu rumah sakit. Pendidikan juga harus menjadi pertimbangan dalam membuat suatu strategi komunikasi dimana penggunaan teknologi dapat diterapkan pada kelompok dengan pendidikan menengah dan tinggi, misalnya dengan menggunakan SMS dan internet.⁸

Untuk variabel strata pendidikan dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara strata pendidikan terhadap disiplin kerja perawat dan bidan di RSUD Trikora Kabupaten Banggai Kepulauan. Dari data yang didapat 18,6% pegawai dengan tingkat pendidikan sarjana memiliki tingkat disiplin yang baik, selebihnya terdapat 13,9% memiliki tingkat disiplin kerja yang sedang. Sedangkan untuk pegawai dengan tingkat pendidikan diploma terdapat 2,3% memiliki tingkat disiplin yang baik, 48,8% dengan kinerja yang sedang dan selebihnya 16,4% dengan tingkat kedisiplinan yang kurang.

Tabel 5. Jenis kelamin pasien rawat inap yang berkunjung ke RSUD Mitra Delima.

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
P	56	84%
L	11	16%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSUD Mitra Delima, 2016

Jenis Kelamin

Persentase responden yang berjenis kelamin wanita lebih banyak dibandingkan responden pria. Dalam penelitian tentang pengaruh jenis kelamin terhadap

kepuasan yang pernah dilakukan sebelumnya, didapatkan hasil bahwa wanita cenderung lebih mudah puas akan pelayanan rumah sakit dibandingkan laki-laki, dimana laki-laki mempunyai tuntutan lebih besar sehingga cenderung untuk tidak puas dibandingkan dengan wanita.

Masyarakat banyak beranggapan bahwa wanita dianggap lemah, tidak rasional, dan kurang berpengalaman, sedangkan laki-laki dianggap lebih kuat, rasional dan berpengalaman, sehingga laki-laki cenderung membutuhkan pelayanan yang lebih untuk mencapai kepuasan.⁹

Pengguna jasa pelayanan rawat inap yang mayoritas berjenis kelamin perempuan karena selain mengurus

urusan rumah tangga juga membantu suami mencari nafkah sehingga memiliki resiko lebih besar untuk terpapar penyakit. Selain itu, kaum perempuan juga menggunakan jasa pelayanan rawat inap karena harus melalui proses persalinan yang memang disediakan oleh rumah sakit.⁵

Tabel 6. Status perkawinan pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Status Perkawinan	Jumlah Responden	Persentase
Kawin	55	82%
Belum kawin	11	16%
Janda	1	1%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016

Status Perkawinan

Pasien yang telah menikah ini berada pada rentang usia produktif, sehingga secara biologis akan potensial dalam menghasilkan keturunan di masa mendatang

Tabel 7. Usia pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Usia	Jumlah Responden	Persentase
18 - 35 Tahun	30	45%
36 - 55 Tahun	16	24%
≥ 56 Tahun	11	16%
5 - 17 Tahun	6	9%
0-28 hari	2	3%
28 hari -5 Tahun	2	3%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016

Usia

Kelompok umur usia produktif cenderung lebih banyak menuntut dan berharap lebih banyak terhadap kemampuan pelayanan dasar dan cenderung mengkritik⁹.

Tabel 8. Pendapatan per bulan pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Pendapatan per Bulan	Jumlah Responden	Persentase
300.000-1.000.000	32	48%
1.000.000-2.000.000	21	31%
2.000.000-3.500.000	7	10%
≤ 300.000	6	9%
≥ 3.500.000	1	1%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016

Pendapatan per Bulan

Pada analisa ini diperoleh hasil bahwa sebagian pasien (57%) memiliki pendapatan per bulan kurang dari 1 juta. Artinya sebagian besar pasien RSU Mitra Delima adalah pasien dengan kategori perekonomian menengah-bawah. Jika dilihat dari kelas sosial ekonomi tersebut

maka responden memiliki daya beli yang tinggi karena tingkat pendapatan akan mempengaruhi keinginan para konsumen dan menentukan daya beli mereka⁷.

Tabel 9. Suku bangsa pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Suku	Jumlah Responden	Persentase
Jawa	65	97%
Madura	2	3%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016

Suku Bangsa

Pasar potensial RSU Mitra Delima adalah masyarakat suku Jawa sehingga dapat dipelajari karakteristik serta kebiasaan-kebiasan adat suku Jawa yang dapat dijadikan salah satu usaha pemasaran dari rumah sakit.

Tabel 10. Agama pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Agama	Jumlah Responden	Persentase
Islam	67	100%
Kristen	0	0%
Katholik	0	0%
Hindu	0	0%
Budha	0	0%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016 Agama

Responden yang seluruhnya beragama Islam dapat ditangkap oleh rumah sakit untuk mengembangkan sarana dan prasarana yang berhubungan dengan ibadah umat Islam. Menyediakan tempat yang nyaman dan mencukupi untuk beribadah serta dapat memberikan pendekatan kerohanian agama Islam walaupun tidak harus merubah rumah sakit menjadi rumah sakit Islam.

Segmentasi Perilaku Pasien RSU Mitra Delima Segmentasi perilaku dibuat dengan melihat cara pembayaran responden di RSU Mitra Delima.

Tabel 11. Cara pembayaran pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Cara Pembayaran	Jumlah Responden	Persentase
Umum	41	61%
BPJS	26	39%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016

Analisa Segmentasi Perilaku

Hasil segmentasi didapatkan cara pembayaran terbanyak adalah biaya sendiri atau umum sebanyak 41 responden atau 61% dan dengan menggunakan BPJS sebesar 39%. Kemudian responden juga dibagi menjadi dua yaitu responden yang merupakan pasien baru dan lama. Didapatkan hasil responden baru yaitu 73% sedangkan responden yang merupakan pasien lama sebesar 27%. Hal ini berarti masih tingginya potensi rumah sakit untuk mendapatkan pasien baru sehingga usaha pemasaran baik internal maupun eksternal masih sangat penting untuk segera dilakukan dengan gencar untuk meningkatkan BOR rumah sakit. Segmentasi perilaku dilakukan dengan melihat pemilihan kelas perawatan rawat inap oleh responden di RSU Mitra Delima.

Segmentasi Psikografis Pasien RSU Mitra Delima

Segmentasi psikografis dilakukan dengan melihat pemilihan kelas perawatan rawat inap oleh responden di RSU Mitra Delima.

Tabel 12. Pemilihan kelas perawatan pasien rawat inap yang berkunjung ke RSU Mitra Delima.

Pemilihan Kelas Perawatan	Jumlah Responden	Persentase
Kelas 3	44	65.67%
Kelas 2	16	23.88%
VIP	2	2.99%
Kelas 1	5	7.46%

Sumber: Hasil perhitungan segmentasi pasar RSU Mitra Delima, 2016

Analisa Segmentasi Psikografis

Sejumlah 66% responden memilih untuk dirawat di kelas 3. Hal ini sesuai dengan penghasilan pasien per bulan yang sebagian besar di bawah 1 juta per bulan. Kelas perawatan pasien ini dapat menunjukkan kelas sosialnya di masyarakat⁷.

Berdasarkan hasil analisa diketahui bahwa segmentasi demografi untuk pengguna jasa pelayanan rawat inap RSU Mitra Delima termasuk pada golongan menengah ke bawah berdasarkan pada pendapatannya yang sebagian besar <1 juta, sebagian besar berumur 18-35 tahun dengan jenis kelamin perempuan dan tidak bekerja dimana kegiatan sehari-hari sebagai ibu rumah tangga. Kelompok segmen pasar ini dapat ditangkap oleh rumah sakit sebagai target yang potensial untuk terus dikembangkan di RSU Mitra Delima melalui marketing internal maupun eksternal.

SIMPULAN

Hasil analisis segmen pelanggan RSU Mitra Delima yaitu: berdasarkan faktor demografi: sebagian besar adalah perempuan sebesar 84%, pekerjaan terbanyak adalah tidak Bekerja (IRT) yaitu 61%, pendidikan terakhir SD 37%, status perkawinan adalah kawin sebesar 82%, usia 18 - 35 Tahun sebesar 45%, pendapatan per bulan antara 300.000-1.000.000 sebesar 48%, suku bangsa terbanyak adalah suku Jawa 97% dan dari segi agama yaitu Islam sebesar 100%. Berdasarkan faktor geografi: pelanggan berasal dari Kecamatan Bululawang sebesar 25% kemudian Kecamatan Gondanglegi 22% dan Kecamatan Bantur 10%.

Berdasarkan factor psikografis : pasien membayar menggunakan uang pribadi (umum) sebesar 61%. Segmentasi perilaku: pemilihan kelas perawatan kelas 3 yaitu sebesar 65.67%. Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran yang akan dilaksanakan diharapkan fokus terutama pada segmen pasar yang telah dipilih menjadi target. Gambaran segmen pasar RSU Mitra Delima yang didapat dari penelitian ini sebaiknya dievaluasi secara berkala dan ditindaklanjuti.

DAFTAR PUSTAKA

1. Arifin Z. *Rancang Bangun Perangkat Lunak Performance Dashboard Evaluasi Kinerja Karyawan Rumah Sakit Umum Pemerintah Dengan Metode The Malcom Baldrige National Quality Award (MBNQA)*. Jurnal Informatika Mulawarman (JIM). 2016; 6(3):108-118.
2. Wina O. *Segmentasi Pasar Pada Semen Padang Hospital thesis*]: UPT. Perpustakaan; 2015.
3. Notoatmodjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta; 2005.
4. Kartajaya H. Hermawan Kartajaya on Marketing Mix. Mizan Pustaka; 2007
5. Rovitasari SM. *Analisis Segmentasi Pasar Pengguna Jasa Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit Daerah Kalisat Tahun 2013*. 2013.
6. Harun HM, Abdullah AZ. *Hubungan Karakteristik dan Perilaku Ibu dengan Status Persalinan di Wilayah Pesisir Kecamatan Tallo Makassar*. 2014.
7. Munandar D. *Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit AL-ISLAM Bandung*. Universitas Komputer Indonesia. 2005; 6.
8. Mulyono A. *Analisis Segmen, Targer, Posisi Pasar, dan Alternatif Diferensiasi Layanan di Instalasi Rawat Inap Umum RS Karya Husada Cikampek Tahun 2009*. 2009.
9. Budiman S, Herlina N. *Hubungan Status Demografi Dengan Kepuasan Masyarakat Tentang Pelayanan Jamkesmas Di Wilayah Puskesmas Tanjungsari Kabupaten Bogor Tahun 2010*. Jurnal Kesehatan Kartika. 2010; 27:1989-2009.