



ANALISIS SEGMENTASI PASIEN RAWAT JALAN DI RSUD SINGAPARNA MEDIKA CITRAUTAMA KABUPATEN TASIKMALAYA

SEGMENTATION ANALYSIS OF OUTPATIENT IN RSUD SINGAPARNA MEDIKA CITRAUTAMA KABUPATEN TASIKMALAYA

Eka Deta Lestari^{1*}, Andi Suhenda¹

¹Politeknik Kesehatan Kemenkes Tasikmalaya

E-mail: ekadetalestari@gmail.com, andi.suhenda@dosen.poltekkestasikmalaya.ac.id,
andisuhenda@gmail.com

ABSTRAK

Sebagai pengguna jasa layanan kesehatan, pasien memiliki karakteristik yang berbeda sehingga dibutuhkan segmentasi pasien agar dapat menemukan strategi dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik agar mutu rumah sakit meningkat. Tujuan penelitian untuk mengetahui analisis segmentasi pasien rawat jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian adalah data rekam medis pasien rawat jalan bulan Februari 2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* sebanyak 376 data. Metode pengumpulan data menggunakan observasi serta analisis univariat. Hasil penelitian menunjukkan segmentasi geografis tertinggi berasal dari Kabupaten Tasikmalaya (85,4%), Segmentasi demografis tertinggi usia 18-35 tahun (31,6%) dan jenis kelamin perempuan (56,6%), segmentasi psikografis tertinggi kunjungan poliklinik IGD (31,6%) dan cara pembayaran asuransi (82,7%), segmentasi perilaku tertinggi kunjungan pasien lama (66%). Peluang pemasaran rumah sakit dapat menjadikan kabupaten Garut sebagai target, meningkatkan kerjasama dengan pihak asuransi, melakukan evaluasi terhadap media promosi dan strategi. Diharapkan rumah sakit dapat melakukan segmentasi secara berkala untuk menetapkan target dan meningkatkan pelayanan pasien.

Kata Kunci : Rawat Jalan, Segmentasi Pasien

ABSTRACT

As user of health services, patients have different characteristic so that patient segmentation is needed in order to find strategies in improving better services so that the quality of hospitals increase. The purpose of study to determine segmentation analysis outpatients in RSUD Singaparna Medika Citrautama. This research used quantitative with descriptive design. The population in study is the medical record data outpatient in Februari 2020. The sampling techniques with simple random sampling obtained as many as 376 data. The methods of data collection using observation and analysis univariate. Result shows highest geographical segmentation from Tasikmalaya district (85,4%), highest demographic segmentation age 18-35 years (31,6%), female sex (56,6%), highest psychographic segmentation of emergency room polyclinic visits (31,6%), insurance payment methods (82,7%), highest behavior segmentation

of old patient visits (66%). Hospital marketing opportunities Garut regency as a target, increase cooperation with insurance companies, evaluate media promotions and strategies. Hospital are expected to be segmentation regularly to set targets and improve patient services.

Keywords: Outpatient Patient, Segmentation

PENDAHULUAN

Rumah sakit di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat baik segi fasilitas maupun pelayanan yang diberikan pada pelanggannya. Semakin banyak dan meratanya pembangunan rumah sakit yang merupakan harapan pemerintah dan masyarakat Indonesia juga merupakan ancaman tersendiri bagi rumah sakit, yaitu persaingan yang semakin kompetitif. Pelayanan kesehatan yang nyaman dan memuaskan perlu dipahami oleh rumah sakit secara tepat agar bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Harapan dari pelanggan/konsumen dirumah sakit yaitu kesembuhan pasien.

Pasien adalah setiap orang yang melakukan konsultasi masalah kesehatannya untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang diperlukan, baik secara langsung maupun tidak langsung di rumah sakit. Pasien yang berobat dirumah sakit terdiri dari pasien rawat jalan, rawat inap dan gawat darurat. Pasien tidak hanya membutuhkan kesembuhan atau keperluan kesehatan tetapi membutuhkan kenyamanan dalam pelayanan kesehatan. Sebagai pengguna jasa layanan kesehatan, pasien memiliki karakteristik yang berbeda sehingga dibutuhkan segmentasi pasar agar dapat menemukan strategi dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik agar mutu rumah sakit meningkat¹.

Segmentasi, yaitu pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri². Segmentasi ini dapat digunakan rumah sakit agar lebih efisien dan efektif dalam memberikan pelayanan baik barang maupun jasa yang diberikan. Dengan semakin majunya pendidikan, tingkat sosial maupun ekonomi, pelanggan rumah sakit semakin kritis menilai pelayanan yang diberikan rumah sakit. Penelitian ini penting bagi rumah sakit untuk mengetahui segmentasi pasien yang berobat dirumah sakit sebagai dasar untuk menentukan bagaimana strategi yang harus

dilakukan rumah sakit agar mendapat pandangan baik dimata masyarakat. Dapat juga digunakan rumah sakit untuk memahami sasaran yang dikuasai rumah sakit.

Strategi pemasaran rumah sakit Indonesia perlu melakukan perbaikan dan pengkajian terhadap pelayanan yang diberikan didalam negeri, mengapa masih adanya pasien yang melakukan pengobatan diluar negeri, strategi pemasaran rumah sakit dimulai dari melihat segmentasi dari pengguna layanan, yaitu agar tidak terlalu luas, namun dapat terfokus pada salah satu segmentasi pasar agar dapat dilayani secara efektif. Dalam melakukan analisa segmentasi ini juga perlu menyesuaikan dengan regulasi yang berlaku seperti regulasi jaminan kesehatan yang berlaku di Indonesia³.

Hasil penelitian didapatkan analisis segmen pelanggan berdasarkan faktor demografi: sebagian besar adalah perempuan sebanyak 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 dari Kecamatan Bululawang sebesar 25%, kemudian Kecamatan Gondanglegi 22%, dan Kecamatan Bantur 10%. Berdasar faktor psikografis: pasien membayar dengan uang pribadi (umum) sebesar 61%. Segementasi perilaku: pemilihan kelas perawatan kelas 3 sebesar 65,67%. Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran yang akan dilaksanakan diharapkan fokus terutama pada segmen pasar yang telah dipilih menjadi target⁴.

Pada tahun 2019 baru dilakukan segmentasi geografis berdasarkan kecamatan yang diperoleh tiap bulan berdasarkan penyakit terbanyak. Laporan hasilnya diserahkan ke bagian komite mutu rumah sakit. Berdasarkan laporan diperoleh penyakit terbanyak yaitu *Diarrhoea and gastroenteritis of presumed*

infectious origin yang berada di kecamatan Leuwisari, Salawu dan Singaparna.

METODE

Jenis penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah kunjungan pasien rawat jalan bulan Februari 2020. Populasi diambil menggunakan data sekunder SIMRS didapatkan jumlah pasien sebanyak 6.243 pasien. Teknik pemilihan sampel menggunakan pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*). Instrumen menggunakan lembar observasi (*check list*) yang digunakan untuk mendapatkan data melalui pengamatan di lapangan. Cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung pada SIMRS data rekam medis pasien rawat jalan bulan Februari tahun 2020. Analisis data dengan analisis univariat.

HASIL

1. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Geografis. Segmentasi Geografis Berdasarkan Tempat Tinggal dibedakan menjadi 4, yaitu Kabupaten Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kabupaten Garut, dan Lainnya (diluar wilayah Tasikmalaya dan Garut). Pembagian tempat tinggal berdasarkan 4 wilayah dikarenakan letak rumah sakit selain berada di wilayah Tasikmalaya, juga berdekatan dengan kabupaten Garut. Selain itu, posisi rumah sakit yang strategis berada pada jalur antar kota, kabupaten maupun provinsi menjadikan rumah sakit dapat dikunjungi oleh siapa saja yang membutuhkan penanganan medis baik dari daerah manapun.

Tabel 1. Distribusi frekuensi segmentasi geografis berdasarkan tempat tinggal pasien rawat jalan RSUD Singaparna Medika Citrautama Tahun 2020

No.	Tempat Tinggal	Jumlah	
		F	%
1.	Kabupaten Tasikmalaya	321	85,4
2.	Kota Tasikmalaya	26	6,9
3.	Kabupaten Garut	15	4,0
4.	Lainnya	14	3,7
	Jumlah	376	100

Sumber: Data Sekunder SIMRS Pasien Rawat Jalan RSUD Singaparna Medika Citrautama Tahun 2020

Pada tabel 1 diketahui hasil penelitian bahwa tempat tinggal pasien dari 376 sampel yang diambil berasal dari Kabupaten Tasikmalaya sebanyak 321 pasien atau 85,4%. Kota Tasikmalaya sebanyak 26 pasien atau 6,9%, Kabupaten Garut sebanyak 15 pasien atau 4%, Wilayah "Lainnya" sebanyak 14 pasien (Ciamis, Banjar, Bandung, Cimahi, Jakarta, dan Purwakarta) atau 3,7%.

2. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Demografis.
a. Segmentasi Demografis berdasarkan Usia.

Usia dikategorikan menjadi 7 kelompok.

Tabel 2. Distribusi frekuensi segmentasi demografis berdasarkan usia pasien rawat jalan RSUD Singaparna Medika Citrautama Tahun 2020

No.	Usia	Jumlah	
		F	%
1.	0 - 28 hari	12	3,2
2.	29 hari - 5 Tahun	16	4,3
3.	6 - 17 Tahun	34	9,0
4.	18 - 35 Tahun	119	31,7
5.	36 - 55 Tahun	102	27,1
6.	> 56 Tahun	93	24,7
	Jumlah	376	100

Sumber: Data Sekunder SIMRS Pasien Rawat Jalan RSUD Singaparna Medika Citrautama Tahun 2020

Pada tabel 2 hasil penelitian diketahui dari 376 sampel yang diambil sebagian besar berusia 18-35 tahun sebanyak 119 pasien atau 31,6%, Usia 36-55 tahun sebanyak 102 pasien atau 27,15%, Usia >56 tahun sebanyak 93 pasien atau 24,7%, Usia 5-17 tahun sebanyak 34 pasien atau 9%, Usia 29 hari-5 tahun sebanyak 16 pasien atau 4,35% dan yang terahir usia 0 – 28 hari sebanyak 12 pasien atau 3,2%.

b. Segmentasi Demografis berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 3. Distribusi frekuensi segmentasi demografis berdasarkan jenis kelamin pasien rawat jalan RSUD Singapura Medika Citrautama Tahun 2020

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	
		F	%
1.	Perempuan	213	56,6
2.	Laki-Laki	163	43,4
	Jumlah	376	100

Sumber: Data Sekunder SIMRS Pasien Rawat Jalan RSUD Singapura Medika Citrautama Tahun 2020

Pada tabel 3 diketahui bahwa dari 376 sampel yang diambil berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi sebanyak 213 pasien atau 56,6%, dan laki-laki sebanyak 163 pasien atau 43,4%.

3. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singapura Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Psikografis.
 - a. Segmentasi Psikografis berdasarkan Poliklinik yang Dituju
Poliklinik yang dituju dibagi menjadi 17 klinik yang berada di RSUD Singapura Medika Citrautama termasuk IGD.

Tabel 4. Distribusi frekuensi segmentasi demografis berdasarkan klinik yang dituju pasien rawat jalan RSUD Singapura Medika Citrautama Tahun 2020

No.	Poliklinik Yang Dituju	Jumlah	
		F	%
1.	IGD	119	31,6
2.	Klinik Dalam	67	17,8
3.	Klinik DOTS	6	1,6
4.	Klinik Matahari	5	1,3
5.	Rehab Medik	6	1,6
6.	Klinik Gigi	4	1,1
7.	Klinik Kulit Kelamin	7	1,9
8.	Klinik Syaraf	20	5,3
9.	Klinik Jiwa	18	4,8
10.	Klinik Mata	31	8,2
11.	Klinik Kebidanan	31	8,2
12.	Klinik Bedah	29	7,7
13.	Klinik Anak	19	5,1
14.	Klinik THT	4	1,1
15.	Klinik MDR	3	0,8
16.	Klinik Pemkes	5	1,3
17.	Klinik Hemodialisa	2	0,5
	Jumlah	376	100

Sumber: Data Sekunder SIMRS Pasien Rawat Jalan RSUD Singapura Medika Citrautama Tahun 2020

Pada tabel 4 diketahui bahwa berdasarkan kunjungan klinik yang dituju dari 376 sampel dari yang terbesar yaitu IGD sebanyak 119 atau 31,6%, Klinik Dalam sebanyak 67 atau 17,8%, Klinik Mata sebanyak 31 atau 8,2%, Klinik Kebidanan sebanyak 31 atau 8,2%, Klinik Bedah sebanyak 29 atau 7,7%, Klinik Syaraf sebanyak 20 atau 5,3%, Klinik Anak sebanyak 19 atau 5,1%, Klinik Kulit Kelamin sebanyak 7 atau 1,9%, Klinik Jiwa sebanyak 18 atau 4,8%, Klinik DOTS dan Rehab Medik sebanyak 6 atau 1,6%, Klinik Matahari dan Klinik Pemkes sebanyak 5 atau 1,3%, Klinik Gigi dan Klinik THT sebanyak 4 atau 1,1%, Klinik MDR sebanyak 3 atau 0,8%, Klinik Hemodialisa sebanyak 2 atau 0,5%.

- b. Segmentasi Psikografis berdasarkan Cara Pembayaran

Tabel 5. Distribusi frekuensi segmentasi demografis berdasarkan cara pembayaran pasien rawat jalan RSUD Singapura Medika Citrautama Tahun 2020

No.	Cara Pembayaran	Jumlah	
		F	%
1.	Umum	65	17,3
2.	Asuransi	311	82,7
	Jumlah	376	100

Sumber: Data Sekunder SIMRS Pasien Rawat Jalan RSUD Singapura Medika Citrautama Tahun 2020

Berdasarkan tabel 5 cara pembayaran dengan asuransi menempati angka tertinggi yaitu sebanyak 311 pasien dengan persentase 82,7%, dan cara pembayaran umum sebanyak 65 pasien yaitu 17,3%.

4. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singapura Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Perilaku
 - a. Segmentasi Perilaku berdasarkan Kunjungan Pasien

Tabel 6. Distribusi frekuensi segmentasi demografis berdasarkan kunjungan pasien pasien rawat jalan RSUD Singaparna Medika Citrautama Tahun 2020

No.	Kunjungan	Jumlah	
		F	%
1.	Baru	128	34,0
2.	Lama	248	66,0
	Jumlah	376	100

Sumber: *Data Sekunder SIMRS Pasien Rawat Jalan RSUD Singaparna Medika Citrautama Tahun 2020*

Berdasarkan table 6 kunjungan pasien terbanyak yaitu pasien lama sebanyak 248 pasien dengan persentase 66,0%, dan pasien baru sebanyak 128 pasien dengan persentase 34,0%.

PEMBAHASAN

1. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Geografis. Segmentasi geografis pasien rawat jalan dikelompokkan berdasarkan wilayah tempat tinggal pasien yang berobat. Melalui segmentasi geografis, rumah sakit memahami dimana promosi harus ditujukan diluar wilayah jangkauannya. Segmentasi ini juga dapat menjadikan promosi untuk masyarakat khususnya diluar daerah rumah sakit agar mengetahui keunggulan rumah sakit yang dapat ditawarkan oleh pengguna. Wilayah terbagi menjadi Kabupaten Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kabupaten Garut, dan daerah lainnya. Pembagian tersebut dikarenakan posisi rumah sakit yang strategis dekat dengan Kota Tasikmalaya dan perbatasan Kabupaten Garut. Daerah lainnya merupakan tempat tinggal pasien diluar 3 wilayah tersebut. Berdasarkan hasil penelitian diketahui tempat tinggal terbanyak berasal dari Kabupaten Tasikmalaya (321 pasien), Kota Tasikmalaya (26 pasien), Kabupaten Garut (15 pasien), dan yang terakhir wilayah lainnya (14 pasien). Wilayah lainnya berasal dari Ciamis sebanyak 5 pasien, Banjar sebanyak 1 pasien, Bandung sebanyak 3 pasien, Cimahi sebanyak 1 pasien, Jakarta sebanyak 2 pasien, dan Purwakarta sebanyak 2 pasien. Pasien wilayah lainnya sebagian besar masuk pada klinik IGD. Hal ini

terjadi karena posisi rumah sakit yang strategis pada jalan raya ramai yang menghubungkan antar kota atau kabupaten yang rawan akan kecelakaan. Sesuai dengan penelitian bahwa segmentasi terhadap pasien rawat jalan menunjukkan kesesuaian antara karakteristik dengan target pasar yang diharapkan. Prioritas pada pasien yang bertempat tinggal dekat dengan rumah sakit merupakan pilihan yang tepat karena pasar harus secara efektif dicapai dan dilayani⁵.

2. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Demografis Segmentasi demografis pada penelitian ini dibagi berdasarkan usia dan jenis kelamin pasien yang berobat di rumah sakit. Melalui segmentasi demografis rumah sakit dapat mengetahui kepada siapa promosi harus ditawarkan. Segmentasi juga dapat mengetahui bagaimana keadaan poliklinik yang banyak dikunjungi sesuai umur dan jenis kelamin sehingga dapat mempersiapkan baik segi fasilitas maupun pelayanan pada bagian tertentu agar pelayanan dapat memuaskan. Untuk menghindari kesenjangan pelayanan, rumah sakit dapat mempersiapkan manajemen yang baik dengan melakukan segmentasi demografis secara berkala karena kebutuhan pelanggan dapat berubah setiap waktu. Apalagi jika terjadi penyakit atau wabah tertentu yang dapat menyerang pada usia dan jenis kelamin tertentu. Usia seseorang terhitung dari saat dilahirkan hingga ulang tahun terakhir. Umumnya, Usia dibedakan menurut balita, anak-anak, remaja, dewasa, dan lanjut usia. Akan tetapi, dalam hal ini peneliti membedakan usia berdasarkan umur tertentu⁴. Hasil penelitian didapat bahwa pengunjung terbanyak yaitu golongan usia 18-35 tahun. Kelompok usia ini tergolong usia produktif yang banyak melakukan aktivitas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa usia produktif cenderung lebih banyak menuntut dan berharap lebih banyak terhadap kemampuan pelayanan dasar dan cenderung lebih banyak mengkritik. Hal tersebut perlu ditinjau secara rutin pasien yang berkunjung agar rumah sakit dapat mempersiapkan pelayanannya secara

matang baik dari segi fasilitas maupun petugas kesehatan yang dibutuhkan⁴. Usia adalah faktor penentu kesehatan yang penting dengan implikasi mendalam pada kebutuhan perawatan kesehatan, keyakinan dan perilaku yang terkait dengan kesehatan, yang merupakan pertimbangan penting untuk integrasi layanan kesehatan dan sosial⁶.

Berdasarkan jenis kelamin, pengunjung perempuan lebih banyak dari laki-laki. Jenis kelamin perempuan lebih mendominasi dikarenakan perempuan lebih lemah dan memiliki resiko lebih besar terpapar penyakit karena selain mengurus rumah tangga juga banyak perempuan yang bekerja membantu suami mencari nafkah. Hal ini juga berkaitan dengan perempuan yang melewati masa kehamilan yang harus mengecek kehamilan secara rutin selama mengandung dan proses persalinan. Banyaknya pasien yang berkunjung ke klinik kebidanan menempati posisi ketiga kunjungan klinik terbanyak sama dengan klinik mata yaitu masing-masing sebanyak 31 pasien

3. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Psikografis
Segmentasi psikografis pada penelitian ini dibagi berdasarkan poli yang dituju dan cara pembayaran. Segmentasi psikografis berhubungan dengan gaya hidup dan kelas sosial masyarakat. Gaya hidup dan kelas sosial pelanggan dapat berpengaruh dalam pemilihan pelayanan yang diperlukan. Melalui segmentasi psikografis, rumah sakit dapat mengetahui bagaimana keadaan pelanggan. Meski beberapa rumah sakit memiliki poliklinik yang sama, tetapi masyarakat dapat memilih pelayanan dimanapun yang menurut mereka nyaman dan memuaskan. Selain pasien menginginkan kesembuhan, pasien ataupun keluarganya juga menginginkan kenyamanan dan kepuasan dalam pelayanan. Hal ini membuat rumah sakit perlu menawarkan pelayanan ataupun fasilitas yang berbeda dengan yang lain agar mampu menarik perhatian pelanggan yang berobat. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa pasien terbanyak masuk pada IGD yang berjumlah 119 pasien, lalu klinik dalam 67 pasien. Hal ini terjadi karena IGD menyediakan penanganan awal pasien

yang membutuhkan secara langsung. Poliklinik terbanyak selanjutnya yaitu klinik dalam. Karena saat ini banyak beberapa masyarakat yang mengalami penyakit dikarenakan salah dalam gaya hidupnya, jarang berolahraga ataupun penyakit keturunan. Poliklinik lainnya dalam kunjungan sesuai dengan keluhan pasien yang dibutuhkan ataupun sesuai rujukan.

Saat ini, masyarakat banyak yang mendaftarkan dirinya bahkan keluarganya pada pihak asuransi untuk memudahkan dan mempersiapkan kesehatan masa depan. Hal ini juga didukung oleh pemerintah yang menyediakan jaminan kesehatan pada masyarakat yang berhak mendapatkan bantuan. Hasil penelitian membuktikan bahwa pasien yang melakukan pembayaran dengan asuransi lebih banyak daripada melakukan pembayaran secara umum yaitu sebanyak 311 pasien.

4. Segmentasi Pasien Rawat Jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Berdasarkan Karakteristik Perilaku
Segmentasi perilaku berdasarkan kunjungan pasien yang berobat di rumah sakit. Segmentasi ini dilakukan untuk mengetahui keadaan pasien yang berobat dan untuk melihat bagaimana sikap pelanggan dalam berkunjung ke rumah sakit. Jika pelayanan dan fasilitas rumah sakit memuaskan sudah pasti banyak pasien yang membutuhkan pengobatan berkunjung untuk kesekian kalinya di RSUD Singaparna Medika Citrautama. Kunjungan pasien dibedakan menjadi 2 yaitu kunjungan baru dan kunjungan lama. Kunjungan baru merupakan pasien yang berobat pertama kali pada rumah sakit, sedangkan kunjungan lama merupakan pasien yang sebelumnya telah berobat di rumah sakit tersebut. Menurut hasil penelitian, pasien kunjungan lama lebih banyak dari kunjungan baru yaitu sebesar 248 pasien. Hal ini membuktikan bahwa banyak pasien yang loyal atau setia kepada rumah sakit untuk melakukan pengobatan.
5. Segmentasi pasien dan peluang pemasaran pasien rawat jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama
 - a. Target Wilayah Potensial
Segmentasi geografis pasien merupakan faktor yang sangat penting karena jarak dan akses yang mudah. Umumnya, masyarakat akan memilih

sarana pelayanan kesehatan yang dekat dan mudah untuk diakses dengan tempat tinggalnya agar cepat mendapat penanganan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, selain berasal dari Kabupaten dan Kota Tasikmalaya, adapula pasien yang berasal dari Garut dan Wilayah lain. Wilayah lain merupakan pasien yang sedang berkunjung atau sedang dalam perjalanan di daerah dekat rumah sakit. Rumah sakit dapat menjadikan Kabupaten Garut sebagai target. Hal ini dikarenakan masyarakat Kabupaten Tasikmalaya sudah pasti memilih fasilitas pelayanan kesehatan terdekat yaitu di RSUD Singaparna Medika Citrautama. Tugas rumah sakit perlu mempertahankan dan meningkatkan pelayanan agar masyarakat di Kabupaten Tasikmalaya puas dan tidak memilih untuk berobat di luar wilayahnya kecuali harus dirujuk ke fasilitas pelayanan kesehatan yang lebih tinggi. Posisi rumah sakit yang strategis berada dekat dengan Kabupaten Garut dapat menjadi salah satu target potensial yang dapat dimanfaatkan rumah sakit untuk melakukan pemasaran promosi di daerah garut.

b. Meningkatkan kerjasama dengan pihak Asuransi

Mayoritas pasien yang berobat di RSUD Singaparna Medika Citrautama 82,7% melakukan pembayaran dengan menggunakan asuransi, sisanya sebesar 17,3% melakukan pembayaran secara umum. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat banyak yang telah menggunakan asuransi kesehatan baik dari pemerintah ataupun asuransi lain. Rumah sakit perlu meningkatkan kerjasama dengan pihak asuransi untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kerjasama ini diharapkan dapat memudahkan pelanggan yang berobat tanpa bermasalah dengan adanya biaya. Khususnya pasien yang menggunakan BPJS seringkali banyak isu yang beredar kesulitan dalam mendapatkan pelayanan di fasilitas kesehatan. Selain itu, rumah sakit perlu meningkatkan sosialisasi kepada petugas agar menangani secara adil

baik pasien asuransi ataupun umum sesuai haknya. Hal ini dilakukan agar tidak ada kesenjangan pelayanan, karena pelayanan jasa pada rumah sakit lebih diutamakan daripada keuntungan yang didapatkan.

c. Melakukan evaluasi terhadap media promosi dan strategi

Kegiatan promosi dapat menjadi sumber informasi yang diperoleh masyarakat tentang rumah sakit. Media promosi dapat dilakukan menggunakan brosur, pamflet, seminar, media sosial, ataupun percakapan langsung antara petugas dan pelanggan saat pengobatan. Promosi kesehatan ke segmen pasar tertentu dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya promosi kesehatan, meningkatkan perawatan yang berpusat pada pasien dan tujuan perawatan kesehatan yang dipersonalisasi, dan lebih mungkin untuk meningkatkan partisipasi konsumen kesehatan dalam mengelola kesehatan mereka sendiri. Selain itu memahami segmen pasar dapat mengidentifikasi segmen yang kurang terlayani dan dapat membantu menghubungkan promosi kesehatan yang ada dengan segmen yang belum dieksplorasi⁷.

Pelayanan yang bermutu juga sangat menentukan daya tarik rumah sakit, karena pelayanan yang bermutu pada pasien akan membuat pasien yang berobat berbagi informasi kepada orang lain yang membuat orang lain tertarik untuk berobat di rumah sakit. Evaluasi dapat dilakukan dengan melakukan segmentasi secara berkala agar mendapat target yang sesuai untuk membuat kebijakan lebih lanjut.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Segmentasi berdasarkan geografis, pasien terbanyak berasal dari Kabupaten Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kabupaten Garut, dan Wilayah Lainnya (Ciamis, Banjar, Bandung, Cimahi, Jakarta, dan Purwakarta).
2. Segmentasi berdasarkan demografis, pasien terbanyak berusia 18-35 Tahun, Usia 36-55 Tahun, Usia >56 Tahun, Usia 5-17 Tahun, Usia 29 hari-5 Tahun, yang terahir usia 0 – 28 hari. Jenis kelamin

- perempuan lebih mendominasi daripada jenis kelamin laki-laki.
3. Segmentasi berdasarkan psikografis, poliklinik yang dituju sebagian besar pasien adalah IGD, Klinik Dalam, Klinik Mata, Klinik Kebidanan, Klinik Bedah, Klinik Syaraf, Klinik Anak, Klinik Kulit Kelamin, Klinik Jiwa, Klinik DOTS, Rehab Medik, Klinik Matahari, Klinik Pemkes, Klinik Gigi, Klinik THT, Klinik MDR, dan yang terakhir Klinik Hemodialisa. Cara pembayaran menggunakan asuransi lebih mendominasi daripada pembayaran secara umum.
 4. Segmentasi berdasarkan perilaku, kunjungan pasien sebagian besar pasien lama lebih mendominasi daripada pasien baru.
 5. Peluang pemasaran rumah sakit dapat menjadikan kabupaten Garut sebagai target, meningkatkan kerjasama dengan pihak asuransi dan melakukan evaluasi terhadap media promosi dan strategi. Rumah sakit melakukan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku secara berkala agar dapat menetapkan target dan meningkatkan pelayanan untuk mengetahui keadaan rumah sakit yang berhubungan dengan pasien agar mendapat tindakan yang lebih lanjut; menetapkan target promosi sasaran geografis, agar dapat menetapkan target diluar wilayah jangkauannya khususnya Kabupaten Garut yang berpotensi besar menarik pelanggan karena lokasinya dekat dengan RSUD Singaparna Medika Citrautama; melakukan peningkatan kerjasama dengan pihak asuransi, agar memudahkan pelanggan yang berobat dan tidak ada kesenjangan antara pelayanan umum dan asuransi khususnya BPJS.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian tentang segmentasi pasien rawat inap di RSUD Singaparna Medika Citrautama.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. H. Iman Firmansyah, selaku Direktur RSUD Singaparna Medika Citrautama Kabupaten Tasikmalaya yang telah memberikan izin dan fasilitasi penelitian;

2. Hj. Ani Radiati, selaku Direktur Politeknik Kesehatan Kemenkes Tasikmalaya yang telah memberikan izin penelitian;
3. H. Dedi Setiadi, selaku Ketua Jurusan Rekam Medis dan Informasi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Tasikmalaya yang telah memberikan izin;
4. Ivan Rizanal Mutaqin, selaku Kepala Unit Rekam Medis RSUD Singaparna Medika Citrautama yang telah memfasilitasi selama pengumpulan data.

DAFTAR PUSTAKA

1. Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018 tentang *Kewajiban Rumah Sakit dan Kewajiban Pasien*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2018.
2. Kotler, P, Armstrong, G. Prinsip-Prinsip Pemasaran (Bob Sabran, Penerjemah. Edisi 12.). Jakarta: Penerbit Erlangga; 2008.
3. Rusli, Peter. Medical Tourism Sebagai Strategi Pemasaran Rumah Sakit: *Narrative Review* [Internet]. Jurnal ARSI (Administrasi Rumah Sakit) Volume 5 Nomor 3: 175-180 Juni 2019 [cited25februari2020]. Tersedia dari: <http://journal.fkm.ui.ac.id>.
4. Kusumastuti, AR, Harjayanti, ND, Hariyanti, T,. Analisa Segmentasi Pasar Rumah Sakit Umum Mitra Delima [Internet]. JMMR (Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Ruman Sakit), 6 (2): 120-127, August 2017 [cited8februari2020]. Tersedia dari: <http://journal.umy.ac.id.index.php/mrs>
5. Nurpeni Evi, F. (2015). Rencana Pemasaran Klinik Eksekutif Rumah Sakit Hermina Depok dengan Pendekatan Balanced Scorecard. Jurnal ARSI (Administrasi Rumah Sakit) Volume 1 Nomor 2. Januari 2015.
6. Low, L.L., Yan Shi, Tan, C.S., Thumboo J., Assessing The Validity Of A Data Driven Segmentation Approach: A 4 Year Longitudinal Study Of Healthcare Utilization And Mortality [Internet]. Journal Plos One. 13(4), April 2018 [cited15februari2020]. Tersedia dari:

<http://doi.org/10.1371/journalpone.019524>
3.

7. E. R. Swenson, Bastian Nathaniel, D., Nembhard Harriet B., Healthcare Market Segmentation and Data Mining: A systematic review [Internet]. Journal Health Marketing Quarterly [cited 20februari2020]. Tersedia dari: <http://doi.org/1080/07359683.2018.151473>
4.