

## HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DENGAN MINAT KUNJUNGAN ULANG RAWAT JALAN PASIEN NON BPJS DI RUMAH SAKIT DUSTIRA KOTA CIMAHI

Ayu Laili Rahmiyati<sup>1\*</sup>, Vivi Trestiani<sup>2</sup>, Agus Riyanto<sup>3</sup>, Gunawan Irianto<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>. Prodi Kesehatan Masyarakat, Universitas Jenderal Achmad Yani

\*Correspondensi: ayu.laili@lecture.unjani.ac.id

### ABSTRAK

Berdasarkan data kunjungan pasien rawat jalan non BPJS di Rumah Sakit Dustira mengalami penurunan, pada bulan Januari tahun 2024 sebanyak 1.629 pasien, pada bulan Februari sebesar 1.564 pasien, pada bulan Maret sebesar 1.481 pasien dan pada bulan April jumlah kunjungan rawat jalan pasien non BPJS sebesar 1.454 pasien. Berkurangnya jumlah kunjungan pasien non BPJS di rumah sakit dapat berdampak pada penurunan pendapatan rumah sakit serta menghambat operasional rumah sakit dan tidak maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit kepada pasien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) terhadap minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian *cross sectional*. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *accidental sampling* dan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan univariat dengan distribusi frekuensi dan analisis bivariat dengan uji *chi-square*. Terdapat sebanyak 88 responden (70.4%) yang berminat untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu tidak ada hubungan *product* dengan nilai *p-value* sebesar 0.154 ( $p > 0.05$ ), ada hubungan *price* dengan nilai *p-value* sebesar 0.039 ( $p < 0.05$ ), ada hubungan *place* dengan nilai *p-value* sebesar 0.014 ( $p < 0.05$ ) dan tidak ada hubungan *promotion* dengan nilai *p-value* sebesar 0.601 ( $p > 0.05$ ) dengan minat kunjungan ulang. Untuk meningkatkan minat kunjungan ulang pasien, diharapkan Rumah Sakit Dustira dapat lebih memperhatikan, menerapkan dan meningkatkan kualitas bauran pemasaran (4P) dengan baik.

**Kata Kunci** : Minat Kunjungan Ulang, Bauran Pemasaran, Rumah Sakit

### ABSTRACT

Based on data on non BPJS outpatient visits at Dustira Hospital has decreased, in January 2024 there were 1,629 patients, in February there were 1,564 patients, in March there were 1,481 patients and in April the number of outpatient visits of non BPJS patients was 1,454 patients. The reduction in the number of visits by non BPJS patients at the hospital can have an impact on reducing hospital revenue and hampering hospital operations and not maximizing the services provided by the hospital to patients. This study aims to determine the relationship of the marketing mix (*product, price, place, promotion*) to the interest in re-visiting outpatient non BPJS patients at Dustira Hospital. The type of research used is quantitative research using *cross sectional* research design. The sampling technique was *accidental sampling* and the sample size was 125 respondents. The instrument in this study used a questionnaire. Data analysis using univariate with frequency distribution and bivariate analysis with *chi-square* test. There were 88 respondents (70.4%) who were interested in making repeat visits. The results obtained are that there is no *product* relationship with a *p-value* of 0.154 ( $p > 0.05$ ), there is a *price* relationship with a *p-value* of 0.039 ( $p < 0.05$ ), there is a *place* relationship with a *p-value* of 0.014 ( $p < 0.05$ ) and there is no *promotion* relationship with a *p-value* of 0.601 ( $p > 0.05$ ) with repeat visit interest. To increase patient revisit interest, it is hoped that Dustira Hospital can pay more attention to, implement and improve the quality of the marketing mix (4P) properly.

**Keywords** : Repeat Visit Interest, Marketing Mix, Hospital

## PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan adalah pelayanan jasa, jasa tidak sama dengan barang. Jika barang didefinisikan sebagai benda, alat atau objek, maka jasa didefinisikan sebagai perbuatan atau kinerja. Tidak mungkin untuk menilai manfaat dari jasa sebelum seseorang merasakan manfaatnya sendiri. Pasien akan melakukan perbandingan antara apa yang mereka harapkan dan apa yang mereka dapatkan saat di rumah sakit setelah mendapatkan perawatan medis. Pasien akan merasa tidak puas dan tidak akan loyal kepada rumah sakit jika layanan yang mereka terima tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Oleh karena itu, jika pasien menerima layanan yang memuaskan atau bahkan melampaui harapan mereka, mereka akan merasa sangat bahagia dan puas serta mereka akan cenderung tetap berkomitmen untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan rumah sakit dan menjadi pasien yang setia dan loyal (Astrina et al., 2021).

Kemampuan rumah sakit untuk menarik dan mempertahankan pasien baru tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh cara rumah sakit memberikan pelayanan dan membangun reputasi, baik di dalam maupun di luar institusi. Loyalitas pasien sangat penting karena merupakan kunci keberhasilan jangka pendek dan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Pasien yang loyal tidak hanya terus menggunakan layanan yang sama, tetapi juga memiliki komitmen serta sikap positif terhadap rumah sakit, termasuk merekomendasikannya kepada orang lain (Sary et al., 2023).

Pemanfaatan kembali layanan kesehatan pada dasarnya merupakan hubungan antara pengguna dan penyedia layanan (Nurmawaddah et al., 2020). Peningkatan kunjungan ulang pasien dapat dicapai melalui penerapan konsep pemasaran yang terintegrasi dengan perencanaan serta kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan ini, rumah sakit dapat lebih efektif mencapai tujuan seperti meningkatkan kepuasan pasien (Yasni et al., 2020).

Menurut data Dinas Kesehatan Kota Cimahi, total kunjungan rawat jalan rumah sakit di Kota Cimahi mengalami penurunan. Pada tahun 2020 total jumlah kunjungan rawat jalan

mencapai 588.985 pasien, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 424.144 pasien dan pada tahun 2022 total kunjungan rawat jalan di rumah sakit kembali mengalami penurunan hingga 261.138 pasien. Hal ini didukung oleh data kunjungan rawat jalan di Rumah Sakit Dustira yang mengalami penurunan, dilihat dari data kunjungan rawat jalan pada bulan Januari sampai dengan bulan April 2024. Menurut data kunjungan rawat jalan di Rumah Sakit Dustira pada bulan Januari terdapat sebesar 24.819 pasien, bulan Februari sebesar 22.589 pasien, bulan Maret sebesar 23.030 pasien dan pada bulan April mengalami penurunan hingga 21.725 pasien. Tidak hanya itu, kunjungan rawat jalan pada pasien umum (non BPJS) di Rumah Sakit Dustira pun mengalami penurunan yang dapat dilihat pada bulan Januari tahun 2024 jumlah kunjungan rawat jalan pasien umum sebesar 1.629 pasien, pada bulan Februari sebesar 1.564 pasien, pada bulan Maret sebesar 1.481 pasien dan pada bulan April jumlah kunjungan rawat jalan pasien umum sebesar 1.454 pasien.

Penurunan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Dustira ini yang menjadi urgensi dalam penelitian ini. Karena, dengan penurunan kunjungan dapat berdampak pada stabilitas finansial rumah sakit, efektivitas pelayanan kesehatan dan keberlangsungan operasional rumah sakit. Selain itu juga, penurunan kunjungan juga dapat menunjukkan adanya permasalahan dalam aspek pemasaran yang perlu diperbaiki agar minat kunjungan ulang pasien dapat meningkat kembali (Dwike & (Sulistiadi, 2023). Selain itu, penurunan jumlah pasien umum rawat jalan memengaruhi pendapatan rumah sakit secara signifikan, dan ini merupakan tantangan terutama bagi departemen pemasaran rumah sakit karena penurunan pendapatan ini dapat mengakibatkan penurunan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien (Astrina et al., 2021).

## METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian *cross sectional* (potong lintang) dengan menggunakan uji *Chi-square*. Dalam penelitian ini, variabel independen (variabel

bebas) yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* sedangkan pada variabel dependen (variabel terikat) yaitu minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi. Populasi dalam penelitian ini merupakan pasien rawat jalan non BPJS dari bulan Januari hingga April 2024 dengan jumlah 6.128 pasien dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 125 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*.

Berdasarkan hasil analisis hubungan antara *product* dengan minat kunjungan ulang diperoleh hasil uji statistik didapatkan *p value* = 0.154, yang artinya tidak ada hubungan yang signifikan

antara *product* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Hubungan antara *price* dengan minat kunjungan ulang diperoleh hasil uji statistik didapatkan *p value* = 0.039, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *price* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Hubungan antara *place* dengan minat kunjungan ulang diperoleh hasil uji statistik didapatkan *p value* = 0.014, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *place* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Hubungan antara *promotion* dengan minat kunjungan ulang diperoleh hasil uji statistik didapatkan *p value* = 0.601, yang artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara *promotion* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan.

## HASIL

**Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Variabel *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi**

No	Variabel	Minat Kunjungan Ulang		PR (95% CI)	P Value
		Tidak Minat	Minat		
1	<b>Product</b>				
	- Kurang baik	21 (36.8%)	36 (63.2%)	0.154	1.566
	- Baik	16 (23.5%)	52 (47.9%)		
2	<b>Price</b>				
	- Mahal	25 (38.5%)	40 (61.5%)	0.039	1.923
	- Murah	12 (20.0%)	48 (80.0%)		
3	<b>Place</b>				
	- Sulit dijangkau	23 (41.8%)	32 (58.2%)	0.014	2.091
	- Mudah dijangkau	14 (20.0%)	56 (80.0%)		
4	<b>Promotion</b>				
	- Kurang baik	19 (32.8%)	39 (67.2%)	0.601	1.219
	- Baik	18 (26.9%)	49 (73.1%)		

## PEMBAHASAN

### Hubungan *Product* dengan Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan Pasien Non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi

Berdasarkan hasil uji statistik pada penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa H0 gagal ditolak yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *product* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Hal ini disebabkan oleh pasien merasa kurang nyaman dengan respon beberapa staff medis yang berbicara dengan nada tinggi. Tidak hanya itu responden juga merasa bahwa ruang tunggu di beberapa poli rawat jalan terkesan sempit dan kurang luas. Namun, responden merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh

dokter, terutama terkait kesesuaian jadwal, ketepatan waktu, dan penjelasan yang sangat jelas.

Sejalan dengan hasil penelitian (Mokoagow et al., 2023) bahwa tidak ada pengaruh pada variabel produk pada minat kunjungan ulang pasien rawat jalan. Karena penilaian yang baik dari pasien terhadap pelayanan administrasi klinik syamsinar lebih cepat dibandingkan fasilitas kesehatan lain, dokter spesialis yang disediakan oleh klinik cukup lengkap.

Hasil penelitian (Sholihah & Susanto, 2015) tidak ada pengaruh yang signifikan antara aspek produk dan minat kunjungan ulang pasien rawat jalan di RSUD Panembahan Senopati. Ini disebabkan oleh kepercayaan masyarakat yang kuat terhadap RSUD Panembahan Senopati,

yang membuat pasien yakin bahwa RSUD dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### **Hubungan *Price* dengan Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan Pasien Non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi**

Berdasarkan hasil uji statistik pada penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa H<sub>0</sub> ditolak yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *price* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Karena biaya yang harus mereka keluarkan dengan apa yang mereka terima selama pelayanan sudah sangat sesuai. Sehingga responden selalu berminat untuk melakukan kunjungan ulang di Rumah Sakit Dustira.

Menurut hasil penelitian (Astrina et al., 2021) terdapat hubungan antara harga dengan tingkat kunjungan pasien umum rawat jalan karena tingkat kunjungan pasien di RSUD Pekalongan sudah baik. Konsumen adalah yang akan memutuskan apakah biaya produk pelayanan kesehatan itu masuk akal atau tidak.

Sejalan dengan penelitian (Shalah & Indrawati, 2021) dan (Mahara, 2021) bahwa terdapat adanya hubungan antara bauran pemasaran aspek harga bahwa sebagian besar pasien dan responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk layanan yang diberikan oleh dokter, perawat, staff farmasi dan petugas pendaftaran.

#### **Hubungan *Place* dengan Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan Pasien Non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi**

Berdasarkan hasil uji statistik pada penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa H<sub>0</sub> ditolak yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *place* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Karena sesuai hasil yang diperoleh dilapangan responden merasa puas dengan letak Rumah Sakit Dustira yang cukup strategis dan mudah untuk ditemukan. Tidak hanya itu, responden juga merasa bahwa teknologi medis, sarana dan prasarana serta loket pendaftaran di Rumah Sakit Dustira sudah cukup lengkap dan baik.

Menurut hasil penelitian (Yasni et al., 2020) terdapat hubungan antara tempat dengan kunjungan ulang, karena responden menyatakan bahwa lokasi RSUD Bahteramang sangat strategis

dan mudah diakses oleh masyarakat, ada hubungan antara lokasi dengan kunjungan ulang pasien. hasil penelitian tambahan yang dilakukan (Astrina et al., 2021) bahwa hubungan bauran pemasaran tempat yang mencakup lokasi bisnis dan distribusi produk kepada pelanggan. Rumah sakit memiliki fasilitas penunjang seperti ATM, kantin, musholla, dan kemudahan untuk menemukan ruang poliklinik, ruang tunggu dan tempat parkir yang luas dan nyaman.

Sejalan dengan penelitian (Nisa & Mudayana, 2019) bahwa ada hubungan antara variabel produk, karena lokasi adalah salah satu komponen penting yang dapat memengaruhi persepsi seseorang tentang keberhasilan suatu bisnis. Sebagian besar pasien mengatakan lokasi Rumah Sakit Universitas Ahmad Dahlan sangat strategis dan mudah diakses.

#### **Hubungan *Promotion* dengan Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan Pasien Non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi**

Berdasarkan hasil uji statistik pada penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa H<sub>0</sub> gagal ditolak yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *promotion* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan. Sesuai dengan keadaan dilapangan bahwa peneliti tidak adanya informasi kesehatan, baik itu menggunakan media leaflet atau brosur di masing-masing poli.

Sejalan dengan hasil penelitian (Sary et al., 2023) hasil penelitian mengungkapkan bahwa promosi atau komunikasi pemasaran tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang pasien rawat jalan. Temuan ini menunjukkan bahwa pasien lebih menghargai layanan yang diberikan oleh instalasi rawat jalan, terutama karena informasi yang disampaikan jelas dan papan petunjuk yang mudah diakses.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Ayyub Amin et al., 2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara bauran pemasaran, khususnya promosi, dengan minat kunjungan ulang pasien. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pasien merasa promosi yang dilakukan oleh rumah sakit sudah memadai, karena mereka sudah memperoleh informasi yang jelas mengenai jenis layanan, dokter, dan petugas kesehatan. Selain itu, beberapa pasien juga mendapatkan rekomendasi dari kerabat mereka untuk menggunakan layanan

di Rumah Sakit Umum Daerah Daya Kota Makassar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan di Rumah Sakit Dustira mengenai Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan Pasien Non BPJS di Rumah Sakit Dustira Kota Cimahi, beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Dari 125 responden, sebanyak 88 responden (70.4%) dalam penelitian ini, yang menunjukkan minat untuk melakukan kunjungan ulang rawat jalan di Rumah Sakit Dustira.
2. Tidak ada hubungan yang signifikan antara *product* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara *price* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira.
4. Terdapat hubungan yang signifikan antara *place* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira.
5. Tidak ada hubungan yang signifikan antara *promotion* dengan minat kunjungan ulang rawat jalan pasien non BPJS di Rumah Sakit Dustira.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astrina, T. D., Rahmatullah, S., Zuhana, N., & Ningrum, W. A. (2021). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Tingkat Kunjungan Pasien Umum Rawat Jalan Di RSUD Aro Pekalongan Tahun 2020. *Medical Sains : Jurnal Ilmiah Kefarmasian*, 6(1), 65–74. <https://doi.org/10.37874/ms.v6i1.206>
- Ayyub Amin, M., Anwar, & Haeruddin. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Kembali Pasien Non Asuransi Di Poli Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Daya Kota Makassar. *Jurnal Mitrasedhat*, 8(2), 479–488. <https://doi.org/10.51171/jms.v8i2.207>
- Dwike, A., & Sulistiadi, W. (2023). *Perubahan Strategi Rumah Sakit di Era Pandemi Covid 19 : Literature Review*. 04(02).
- Mahara, E. (2021). Hubungan Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Umum di RSUD Mitra Medika Amplas Medan. *Jurnal Rekam Medic*, 4(1), 26–38.
- Mokoagow, S. M., Samsualam, & Haeruddin. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan. *Journal Of Muslim Community Health (JMCH)*, 4(1), 165– 180.
- Nisa, I., & Mudayana, A. A. (2019). Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Memilih Unit Rawat Jalan Di Rumah Sakit Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Kesehatan Masyarakat*. [http://eprints.uad.ac.id/14768/1/T1\\_1500029347\\_NASKAH\\_PUBLIKASI.pdf](http://eprints.uad.ac.id/14768/1/T1_1500029347_NASKAH_PUBLIKASI.pdf)
- Nurmawaddah, Ekawaty, D., & Insani, Y. (2020). Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Pemanfaatan Ulang Pelayanan Di Unit Rawat Jalan RSIA Pertiwi Makassar. *Jurnal Penelitian Kesehatan Pelamonia Indonesia*, 2507(1), 1–9. <http://journal.umsurabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Sary, W. I., Rusyidi, A. R., & Baharuddin, A. (2023). Pengaruh Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan di RSUD Regional Provinsi Sulawesi Barat. *Journal of Muslim Community Health (JMCH) 2023*, 4(2), 15–29. <https://doi.org/10.52103/jmch.v4i2.1202J> [journalHomepage:https://pascaumi.ac.id/index.php/jmch](https://journalHomepage:https://pascaumi.ac.id/index.php/jmch)
- Shalamah, U. H., & Indrawati, F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang di Balai Kesehatan Masyarakat. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 5(1), 145–157. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia/article/view/35334>
- Sholihah, A. M., & Susanto. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Di Unit Rawat Jalan RSUD Panembahan Senopati Bantul*. 1–24.
- Yasni, Y., Narmi, & Putri, L. A. R. (2020). Hubungan Marketing Mix Terhadap

Kunjungan Ulang Pasien. *Jurnal Keperawatan*, 2507(1), 1–9.  
<http://journal.umsurabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>

