

ABSTRACT

Background: *One of the efforts of hospital management to increase the number of patient visits is to design a hospital marketing strategy. Marketing is one of the main activities that must be carried out by the hospital in order to maintain the survival of its business. Patient visit data at H. Abdurrahman Sayoeti Hospital is known to fluctuate in 2018-2022. Based on this, this study was conducted to analyze marketing strategies to increase patient visits at RSUD H. Abdurrahman Sayoeti Jambi City in 2023.*

Methods: *This study used qualitative methods through in-depth interview techniques to 8 informants selected by purposive sampling. Data analysis was done manually using content analysis method and triangulation of methods and sources.*

Results: *The product strategy of hospital services is quite good from the availability of specialist doctors, medical support services, availability of medicines. The place strategy is less strategic because it is located in Jambi City Sebrang so that many people do not know the hospital. The promotion strategy carried out by the hospital has not been optimized so that the hospital has not been widely recognized by the community. The people strategy is good starting from professionalism, friendliness, neatness and cleanliness of officers when providing services.*

Conclusion: *Lack of optimal promotion strategy so that people do not know the hospital has a good service product.*

Keywords: *Marketing Mix, Hospital, Patient Visit*

ABSTRAK

Latar Belakang : Upaya manajemen rumah sakit untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien salah satunya adalah dengan mendesain strategi pemasaran rumah sakit. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh rumah sakit agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Data kunjungan pasien di RSUD H. Abdurrahman Sayoeti diketahui adanya fluktuasi pada tahun 2018-2022. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk melakukan analisis strategi pemasaran terhadap upaya peningkatan kunjungan pasien RSUD H. Abdurrahman Sayoeti Kota Jambi Tahun 2023.

Metode : Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui metode *teknik in-depth interview* (wawancara mendalam) kepada 8 informan dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data dilakukan secara manual dengan metode *content analysis* dan triangulasi metode dan sumber.

Hasil: Strategi *product* layanan rumah sakit sudah cukup baik dari ketersediaan dokter spesialis, pelayanan penunjang medis, ketersediaan obat-obatan. Strategi *place* kurang strategis karena terletak di Jambi Kota Sebrang sehingga banyak masyarakat yang belum tahu rumah sakit. Belum optimal nya strategi *promotion* yang dilakukan oleh rumah sakit sehingga rumah sakit belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Strategi *people* sudah baik mulai dari profesional, keramahan, kerapian dan kebersihan petugas saat memberikan pelayanan.

Kesimpulan: Kurang optimalnya strategi *promotion* sehingga masyarakat tidak mengetahui rumah sakit telah memiliki produk pelayanan yang sudah baik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Rumah Sakit, Kunjungan Pasien