

Analisis Segmentasi Pasar Pelayanan Kesehatan Rawat Jalan Non Jiwa di Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Market Segmentation Analysis of Non-Mental Outpatient Health Services at Menur Mental Hospital East Java Province

Yasmine Alisha Tari Syahputri¹, Anif Prasetyorini^{2*}

^{1,2*}Program Studi Administrasi Rumah Sakit, STIKES Yayasan Rumah Sakit DR. Soetomo, Jawa Timur, Indonesia

*Corresponding author

Email: yasminealisha@gmail.com¹, anifrini@mail.com^{2*}

Informasi Artikel

Diterima : 30 Agustus 2024
Direvisi : 7 November 2024
Disetujui : 26 November 2024

Received : 30 August 2024
Revised : 7 November 2024
Accepted : 26 November 2024

Kata kunci:

Pelayanan Kesehatan, Rumah Sakit, Segmentasi Pasar, Rawat Jalan

Keywords:

Health Services, Hospital, Market Segmentation, Outpatient

ABSTRAK

Pendahuluan: Saat ini semakin sulit rumah sakit yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut untuk menarik pasien. Rumah sakit penting melakukan segmentasi pasar untuk memilih strategi pemasaran yang paling tepat dan sesuai dengan kepentingan masing-masing segmen. Namun segmentasi pasar termasuk yang paling tidak diketahui oleh rumah sakit. **Tujuan penelitian:** mengetahui segmentasi pasar berdasarkan karakteristik pengguna jasa pelayanan kesehatan di poli rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur. **Metode Penelitian:** Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Populasi adalah pasien rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur. Sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji cluster non hierarki. **Hasil Penelitian:** menunjukkan bahwa segmentasi pasar di poli rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur terbagi menjadi tiga segmen yaitu segmen I adalah hospital care maximizer, segmen II adalah hospital care minimizer, segmen III adalah hospital care aversion. **Kesimpulan:** Segmentasi pasar di Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur yang memiliki motivasi dan persepsi yang tinggi adalah segmen II.

ABSTRACT

Introduction: Nowadays it is increasingly difficult for hospitals to rely solely on word of mouth to attract patients. It is important for hospitals to segment their markets to choose the most appropriate marketing strategy and suit the interests of each segment. However, market segmentation is one of the things that hospitals know least about. **Purpose of the study:** to determine market segmentation based on the characteristics of health service users in the non-mental outpatient clinic of Menur Mental Hospital, East Java Province. **Research Methods:** This type of research is quantitative research with a cross sectional approach. The population is non mental outpatients at Menur Mental Hospital, East Java Province. The sample was 99 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis used a non hierarchical cluster test. **Research Results:** shows that market segmentation in the non-life outpatient clinic of Menur Mental Hospital is divided into three segments. Segment I is

hospital care maximizer, segment II is hospital care minimizer, segment III is hospital care aversion. **Conclusion:** The market segmentation at Menur Mental Hospital, East Java Province which has high motivation and perception is segment II.

Copyright © 2024 by the authors

PENDAHULUAN

Saat ini, tingkat persaingan antar rumah sakit tidak hanya dipicu oleh pertumbuhan jumlah rumah sakit, tetapi juga dipengaruhi oleh harapan yang tinggi (Wahyuningsih, Nababan and Manurung, 2021). Dengan adanya persaingan rumah sakit maka dapat menghasilkan pelayanan dan efisiensi yang lebih baik. Peningkatan efisiensi dari waktu ke waktu merupakan indikator bahwa rumah sakit telah berhasil dalam strateginya untuk mengurangi pemborosan operasional (Assaf and Josiassen, 2012). Konsekuensi dari persaingan antar rumah sakit diantaranya jika tidak ada persaingan harga, rumah sakit akan bersaing dalam dimensi kualitas. Hal ini menyebabkan lebih banyak sumber daya yang keluar dan dapat menurunkan efisiensi. Peningkatan persaingan mengakibatkan perubahan permintaan yang akan menghasilkan efisiensi yang lebih rendah bagi rumah sakit yang tidak mampu menarik pasien dan efisiensi yang lebih tinggi bagi rumah sakit yang mampu menarik pasien (Chang *et al.*, 2004). Kepuasan pasien sangat penting dalam pasar yang sangat kompetitif. Kepuasan pasien dapat mendorong perubahan di rumah sakit dan pemahaman yang lebih baik tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas melalui studi pemasaran (Al-Durgham and Barghash, 2015).

Saat ini, semakin sulit bagi rumah sakit untuk hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut untuk menarik pasien, sehingga manajemen rumah sakit perlu melakukan upaya ekstra dalam mengukir citra rumah sakit dan meningkatkan visibilitas rumah sakit. Dengan kata lain, banyak orang setuju bahwa pemasaran rumah sakit telah berevolusi dari pemasaran yang halus menjadi agresif. Pemasaran dapat dipandang sebagai seni menarik dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan. Rumah sakit tidak boleh berusaha mengejar dan memuaskan setiap pelanggan (Helgesen, 2007).

Komponen utama riset pemasaran adalah segmentasi pasar dan pengelompokan pelanggan. Segmentasi sangat penting bagi organisasi yang ingin mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran global yang sukses (Steenkamp and Ter Hofstede, 2002). Segmentasi penting untuk memilih strategi pemasaran yang paling tepat dan lebih sesuai dengan kepentingan masing-masing segmen terutama jika segmen dapat dicirikan berdasarkan karakteristik demografi atau kualitas dan persepsi (Sepúlveda, Maza and Mantecón, 2010). Segmentasi pasar adalah alat bisnis yang berguna untuk mengidentifikasi cara-cara baru dan untuk meningkatkan layanan dan pendapatan. Keunggulan pasar dapat ditentukan berdasarkan tiga kategori utama yaitu karakteristik demografi, kategori penyakit dan lokasi geografis (Alan and Johnson, 2002). Penelitian menemukan bahwa meskipun segmentasi pasar dianggap penting bagi rumah sakit, namun segmentasi pasar termasuk dalam tiga tugas teratas yang paling tidak diketahui oleh rumah sakit (Kennett *et al.*, 2005).

Dalam melakukan segmentasi pasar, rumah sakit perlu mempertimbangkan beberapa hal yakni kemampuan untuk memasuki segmen pasar yang ada dengan mengidentifikasi

jumlah, ukuran, dan cakupan segmen pasar. Rumah sakit perlu memperhatikan segmen-segmen pasar yang telah ditetapkan sebagai fokus perhatian. Segmentasi pasar dapat dibedakan menjadi empat variabel, yaitu geografis, demografis, perilaku, dan psikografis. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, rumah sakit dapat mengarahkan strategi pemasaran mereka dengan lebih tepat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar yang dituju (Hasan, Rusyidi and Andayanie, 2022).

Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur merupakan rumah sakit khusus jiwa milik Pemerintah Provinsi Jawa Timur yang menjalankan tugas dan fungsi pelayanan kesehatan kepada masyarakat khususnya di wilayah Provinsi Jawa Timur. Saat ini Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur merupakan rumah sakit khusus jiwa yang tidak hanya menyediakan layanan kesehatan jiwa tetapi juga menyediakan layanan kesehatan non jiwa. Berdasarkan data rekam medis Rumah Sakit Jiwa Menur 2023 yang diperoleh, diketahui bahwa jumlah kunjungan poli rawat jalan jiwa sebanyak 29.679 dan jumlah kunjungan poli rawat jalan non jiwa sebanyak 15.400. Hal ini berarti bahwa angka kunjungan pasien pada poli rawat jalan non jiwa lebih rendah jika dibandingkan dengan angka kunjungan pasien pada poli rawat jalan jiwa tahun 2023.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian dilaksanakan di poli rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur. Populasi penelitian ini adalah pasien rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur. Sampel sebanyak 99 responden. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah pertanyaan segmentasi demografi sebanyak 7 butir, pertanyaan segmentasi geografi sebanyak 2 butir, pertanyaan segmentasi perilaku sebanyak 4 butir, pertanyaan psikografi sebanyak 13 butir. Kuesioner dikutip dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Warda et al., 2022). Analisis data menggunakan uji kluster non hierarki.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik responden berdasarkan segmentasi demografi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Menur Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang (57,6%) responden, berumur >45 tahun sebanyak 53 orang (53,5%) responden, berpendidikan SMA sebanyak 53 orang (53,5%) responden, bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 61 orang (61,6%) responden, memiliki pendapatan <Rp 4.725.479 sebanyak 56 orang (56,6%) responden dan memiliki ukuran keluarga 5-6 orang sebanyak 51 orang (52,5%) responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Demografi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Karakteristik Responden		N	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42,4
	Perempuan	57	57,6
Umur	12-25 Tahun	5	5,1
	26-45 Tahun	41	41,4
	>45 Tahun	53	53,5
Pendidikan	Tidak Sekolah	0	0

Karakteristik Responden		N	%
	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA	53	53,5
	Perguruan Tinggi	46	46,5
Pekerjaan	Tidak Bekerja	24	24,2
	PNS	5	5,1
	TNI/Polri	0	0
	Pegawai Swasta	61	61,6
	Wiraswasta	9	9,1
Pendapatan	<Rp 4.725.479	56	56,6
	Rp 4.725.479	23	23,2
	>Rp 4.725.479	20	20,2
Ukuran Keluarga	<4 orang	48	48,5
	5-6 orang	51	52,5
	>7 orang	0	0
Total		99	100

Tabel 2 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan segmentasi geografi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Menur Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa mayoritas bertempat tinggal di dalam kota Surabaya sebanyak 93 orang (93,9%) responden dan memiliki rumah sendiri sebanyak 75 orang (75,7%) responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Geografi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Kategori Responden		N	%
Lokasi Tempat Tinggal	Dalam Kota Surabaya	93	93,9
	Luar Kota Surabaya	6	6,1
Status Tempat Tinggal	Rumah Sendiri	75	75,7
	Rumah Keluarga	20	20,2
	Rumah Kontrakan	3	3,1
	Lainnya	0	0
Total		99	100

Tabel 3 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan segmentasi psikografi menunjukkan bahwa mayoritas memiliki motivasi dan persepsi yang tinggi untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan rumah sakit jiwa Menur Provinsi Jawa Timur.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Psikografi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Kategori Variabel	N	Kategori
Motivasi	3,50	Tinggi
Persepsi	3,60	Tinggi

Tabel 4 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan segmentasi perilaku menunjukkan bahwa mayoritas memilih untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan rumah sakit sebanyak 99 orang (100%) responden, responden ketika sakit ringan

memilih ke puskesmas/dokter keluarga sebanyak 57 orang (57,6%) responden, responden ketika sakit sedang memilih ke puskesmas/dokter keluarga sebanyak 55 orang (55,5%) responden, dan responden ketika sakit berat memilih ke rumah sakit sebanyak 91 orang (91,9%) responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Perilaku di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Kategori Responden		N	%
Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan	Memanfaatkan	99	100
	Tidak Memanfaatkan	0	0
Pola Tindakan Responden Ketika Sakit Ringan	Rumah Sakit	18	18,2
	Puskesmas/Dokter Keluarga	57	57,6
	Beli Obat di Apotek	23	23,2
	Tetap di Rumah	1	1,0
Pola Tindakan Responden Ketika Sakit Sedang	Rumah Sakit	39	39,4
	Puskesmas/Dokter Keluarga	55	55,5
	Beli Obat di Apotek	5	5,1
	Tetap di Rumah	0	0
Pola Tindakan Responden Ketika Sakit Berat	Rumah Sakit	91	91,9
	Puskesmas/Dokter Keluarga	8	8,1
	Beli Obat di Apotek	0	0
	Tetap di Rumah	0	0
Total		99	100

Tabel 5 menunjukkan pembagian pasar menjadi tiga segmen berdasarkan jumlah anggota, dengan masing-masing segmen memiliki jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, ukuran keluarga, lokasi tempat tinggal, status tempat tinggal, dan 14 karakteristik lainnya.

Tabel 5. Profil Karakteristik Responden pada Pengguna Jasa Layanan Kesehatan di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Karakteristik	Segmen I	Segmen II	Segmen III
Profil Segmen	<i>Hospital Care Maximizer</i>	<i>Hospital Care Minimizer</i>	<i>Hospital Care Aversion</i>
Jenis Kelamin	Laki-laki	Laki-laki	Perempuan
Umur	26-45 Tahun	> 45 Tahun	26-45 Tahun
Pendidikan	Perguruan Tinggi	SMA	SMA
Pekerjaan	Wiraswasta	Wiraswasta	Tidak Bekerja
Pendapatan	> Rp 4.725.479	< Rp 4.725.479	< Rp 4.725.479
Ukuran Keluarga	5-6 Orang	5-6 Orang	< 4 Orang
Lokasi Tempat Tinggal	Dalam Kota Surabaya	Dalam Kota Surabaya	Dalam Kota Surabaya
Status Tempat Tinggal	Rumah Sendiri	Rumah Sendiri	Rumah Sendiri
Pemanfaatan Pola Pengobatan Jika Sakit Ringan	Memanfaatkan Rumah Sakit	Memanfaatkan Beli Obat di Apotek	Memanfaatkan Puskesmas/Dokter Keluarga

Karakteristik	Segmen I	Segmen II	Segmen III
Pola Pengobatan Jika Sakit Sedang	Rumah Sakit	Puskesmas/Dokter Keluarga	Puskesmas/Dokter Keluarga
Pola Pengobatan Jika Sakit Berat	Rumah Sakit	Rumah Sakit	Puskesmas/Dokter Keluarga
Motivasi	Sedang	Tinggi	Sedang
Persepsi	Sedang	Tinggi	Tinggi

Tabel 6 menjelaskan bahwa nilai rata-rata pada hasil uji kluster non hierarki variabel motivasi pada kelompok segmen I sebesar 2,46, segmen II sebesar 2,89 dan segmen III sebesar 2,72. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata motivasi tertinggi ada pada kelompok segmen II dan nilai rata-rata motivasi terendah ada pada kelompok segmen I.

Tabel 6. Hasil Uji Kluster Motivasi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Motivasi	Segmen		
	I	II	III
Pelayanan rumah sakit yang baik dan cepat	3.08	3.72	3.41
Letak rumah sakit yang startegis	3.00	3.63	3.48
Kebersihan dan kerapihan ruangan yang baik	3,21	3.78	3.48
Sarana dan prasarana baik dan lengkap	3.21	3.80	3.31
Petugas rumah sakit yang ramah	3.25	3.76	3.52
Obat-obatan yang selalu tersedia di instalasi farmasi rumah sakit	3,04	3.70	3.48
Motivasi	2,46	2,89	2,72

Tabel 7 menjelaskan bahwa nilai rata-rata hasil uji kuluster non hierarki variabel persepsi pada kelompok segmen I sebesar 2,46, segmen II sebesar 3,00 dan Segmen III sebesar 2,72. Maka disimpulkan nilai rata-rata persepsi tertinggi yaitu kelompok segmen II dan nilai rata-rata persepsi terendah yaitu kelompok segmen I.

Tabel 7. Hasil Uji Kluster Persepsi di Rawat Jalan Non Jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur

Persepsi	Segmen		
	I	II	III
Kelengkapan fasilitas rumah sakit	2,96	3.78	3.55
Jumlah tenaga kesehatan yang memadai	3.17	3.78	3.52
Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	3.00	3.74	3.48
Tarif pelayanan sesuai dengan	3.13	3.85	3.41

Persepsi	Segmen		
	I	II	III
pelayanan yang diterima Kebersihan dan Kerapihan ruang tunggu pasien	3.21	3.98	3.62
Pelayanan yang terampil, profesional dan ramah	3,21	3.98	3.52
Tidak membedakan-bedakan pelayanan kesehatan bagi pasien	3.38	3.98	3.62
Persepsi	2,46	3,00	2,72

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengelompokan tiga segmentasi pasar pada pasien poli rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya Provinsi Jawa Timur. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa segmen I *hospital care maximizer* adalah kelompok orang yang memaksimalkan pemanfaatan penggunaan pelayanan kesehatan rumah sakit. Hal ini ditunjukkan pada pola pencarian pengobatan responden ketika sakit ringan, sedang dan berat adalah memilih memanfaatkan pelayanan kesehatan rumah sakit. Motivasi dan persepsi segmen I dalam kategori sedang, berusia produktif. Menurut penelitian Lisa, orang-orang berusia produktif paling sering memilih layanan medis di fasilitas kesehatan (Ditasari, Sutriningsih and Ahmad, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa individu dalam segmen I memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Hasil ini selaras dengan penelitian Fatimah dan Indrawati, yang menyatakan bahwa masyarakat berpendidikan tinggi lebih cenderung menganggap kesehatan sebagai hal yang penting, sehingga masyarakat yang berpendidikan tinggi lebih cenderung memanfaatkan pelayanan kesehatan lebih banyak dibandingkan dengan masyarakat dengan tingkat pendidikan yang rendah (Fatimah, 2019). Tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi pengetahuan dan persepsi tentang pentingnya pemanfaatan pelayanan kesehatan, ini karena orang dengan tingkat pendidikan tinggi akan lebih mudah menerima dan memahami pemanfaatan pelayanan kesehatan sehingga mereka dapat menerapkan informasi yang mereka pelajari (Kantohe, 2020).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa segmen II *hospital care maximizer* adalah kelompok orang yang tidak terlalu memanfaatkan penggunaan pelayanan kesehatan rumah sakit. Hal ini ditunjukkan pada pola pencarian pengobatan responden ketika sakit ringan adalah beli obat di apotek, ketika sakit sedang adalah puskesmas/dokter keluarga dan ketika sakit berat adalah rumah sakit. Motivasi dan persepsi segmen II dalam kategori Tinggi. Mayoritas responden pada segmen ini adalah lansia. Tingginya pengobatan pada lansia meliputi pencegahan penyakit hingga pemulihan kesehatan yang diberikan rumah sakit melalui fasilitas dan sarana prasarana yang disediakan sebagian besar bergantung pada perilaku perspektif lansia itu sendiri sehingga (Vinsur and Sutiarysih, 2019). Pada penelitian ini tingkat pendapatan segmen II tergolong rendah. Penghasilan adalah cara yang kuat untuk menunjukkan seberapa mampu seseorang dalam membeli atau memanfaatkan barang dan jasa tertentu, untuk menentukan produk seperti apa dan ke arah mana produk itu akan digunakan, penting untuk memahami besarnya pendapatan (Nursa, Hardisman and Semiarty, 2019). Semakin tinggi penghasilan yang dimiliki seorang individu maka semakin tinggi tingkat kemampuan dalam membayar keperluan yang

dibutuhkan (Wirajaya, 2019). Tarif pelayanan suatu rumah sakit dapat menentukan keputusan pasien dalam penggunaan pelayanan kesehatan rumah sakit, perbedaan harga yang jauh pada setiap rumah sakit akan mempengaruhi pasien dalam pemilihan rumah sakit (Ekawati and Andriani, 2022).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa segmen II memiliki angka persepsi yang tertinggi. Persepsi seorang individu dapat dipengaruhi dari pandangan yang dimiliki melalui pengalaman dan harapan dari individu (Iqbal, 2019). Faktor pertimbangan seorang individu dalam memilih pelayanan kesehatan rumah sakit mencakup pelayanan yang ditawarkan oleh rumah sakit seperti kualitas tenaga kesehatan medis, penyediaan sarana prasarana kegiatan pengobatan dimana tidak semua pelayanan kesehatan memilikinya secara lengkap. Dengan memperoleh informasi yang tepat, seorang individu dapat mengetahui dan memahami produk secara menyeluruh sehingga dapat membuat pilihan yang tepat (Ditasari, Sutriningsih and Ahmad, 2019). Faktor penting dalam penentuan kesehatan adalah pemanfaatan pelayanan kesehatan yang memiliki hubungan khusus sebagai masalah kesehatan dan pembangunan masyarakat (Abas, Marwati and Kurniawan, 2020). Kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong individu dalam penentuan pelayanan kesehatan. Kualitas pelayanan tersebut mencakup pelayanan yang tersedia baik secara internal maupun eksternal (Salim, Hani and Runggandini, 2024). Dalam rangka upaya untuk pengoptimalan fungsi rumah sakit dapat dilakukan pemanfaatan secara maksimal dalam pelayanan administrasi sehingga dapat berdampak pada pelayanan lainnya (Ekawati and Pratama, 2024).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa segmen II memiliki angka motivasi tertinggi. Tingkat motivasi yang tinggi dapat menciptakan pengambilan keputusan kembali untuk memilih memanfaatkan pelayanan rumah sakit menjadi tinggi (Basit, Sukarlan and Lusiana, 2014). Interpretasi seorang individu terhadap suatu penyakit dapat menentukan pemilihan keputusan suatu pelayanan kesehatan yang dituju, dimulai dengan informasi yang didapatkan lalu mempertimbangkan kemungkinan dan konsekuensi dan membuat keputusan pada pemilihan kesehatan yang akan digunakan (Yuliani, Maryuni and Martini, 2020). Pada umumnya pasien akan lebih memilih pelayanan medis yang berpengalaman dan selalu siap sedia (Saragih, 2016).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa segmen III *hospital care aversion* adalah kelompok individu yang lebih cenderung enggan menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Pola pencarian pengobatan responden dengan sakit ringan, sedang, atau berat menunjukkan hal tersebut. Hasil menunjukkan bahwa motivasi di segmen III dalam kategori sedang dengan kategori persepsi tinggi, dan sebagian besar responden di segmen ini berjenis kelamin perempuan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Puryanti, yang menjelaskan bahwa perempuan lebih sering menggunakan pelayanan kesehatan dibandingkan dengan laki-laki (Puryanti and Muhadi, 2020). Diketahui bahwa perempuan memiliki kemungkinan yang lebih besar menderita penyakit dan menggunakan layanan kesehatan dibandingkan dengan laki-laki (Mentari and Susilawati, 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Segmentasi pasar di Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur dikelompokkan menjadi tiga segmen yaitu *hospital care maximizer*, *hospital care minimizer*, dan *hospital care aversion* yang mana segmentasi yang memiliki motivasi dan persepsi yang tinggi adalah segmen *hospital care minimizer*. Saran yang perlu dilakukan adalah melakukan strategi pemasaran yang diarahkan secara khusus pada segmen dengan ukuran terbesar dan

potensial yaitu *hospital care minimizer* dengan memaksimalkan pada promosi dan inovasi pelayanan kesehatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Rumah Sakit Jiwa Menur Provinsi Jawa Timur yang telah mengizinkan penelitian ini. Seluruh dosen, staf dan teman di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Yayasan Rumah Sakit Dr. Soetomo Surabaya yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, R., Marwati, E. and Kurniawan, D. (2020) 'Analisis Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Masyarakat Kelurahan Rum di Wilayah Kerja Puskesmas Rum Balibunga Kota Tidore Kepulauan', *Jurnal Biosainstek*, 2(01), pp. 23–32.
- Al-Durgham, L. M. and Barghash, M. A. (2015) 'Factor and cluster analysis as a tool for patient segmentation applied to hospital marketing in Jordan', *American Journal of Operations Research*. Scientific Research Publishing, 5(4), pp. 293–306.
- Alan, M. and Johnson, T. K. (2002) 'Market Segmentation', *HEALTH PROGRESS*, p. 21.
- Assaf, A. G. and Josiassen, A. (2012) 'Time-varying production efficiency in the health care foodservice industry: A Bayesian method', *Journal of Business Research*. Elsevier, 65(5), pp. 617–625.
- Basit, M., Sukarlan, S. and Lusiana, D. (2014) 'Faktor Psikologi Klien memilih Rumah Sakit Sari Mulia sebagai Pelayanan Rawat Inap', *DINAMIKA KESEHATAN: JURNAL KEBIDANAN DAN KEPERAWATAN*, 5(2), pp. 71–79.
- Chang, H. *et al.* (2004) 'Health care regulation and the operating efficiency of hospitals: Evidence from Taiwan', *Journal of Accounting and Public Policy*. Elsevier, 23(6), pp. 483–510.
- Ditasari, E., Sutriningsih, A. and Ahmad, Z. S. (2019) 'Analisa Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pelayanan pada Pasien One Day Care di Rumah Sakit Panti Waluya Malang', *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 4(1).
- Ekawati, D. and Pratama, R. P. (2024) 'Pengelolaan Barang Alat Tulis Kantor Di Rumah Sakit Bhayangkara Tk. II Sartika Asih Bandung: Overview of Receipt, Storage, and Disbursement of Goods (Office Stationery) at Bhayangkara Tk. II Sartika Asih Bandung', *JOHAR (Journal of Hospital Administration Research)*, 1(01), pp. 38–46.
- Ekawati, S. and Andriani, H. (2022) 'Strategi bauran pemasaran pelayanan kesehatan rumah sakit Yadika Pondok Bambu pada masa pandemi Covid-19', *Jurnal Medika Hutama*, 3(02 Januari), pp. 2073–2083.
- Fatimah, S. (2019) 'Faktor Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan di Puskesmas', *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 3(1), pp. 121–131.
- Hasan, C., Rusyidi, A. R. and Andayanie, E. (2022) 'Gambaran Segmentasi Pasar Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar', *Window of Public*

- Health Journal*, 3(6), pp. 1061–1069.
- Helgesen, Ø. (2007) ‘Customer accounting and customer profitability analysis for the order handling industry—A managerial accounting approach’, *Industrial marketing management*. Elsevier, 36(6), pp. 757–769.
- Iqbal, M. (2019) ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pasien Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit Bireuen Medical Center Sebagai Tempat Rawat Inap’, *Jurnal Kebangsaan*, 8(16), pp. 35–45.
- Kantohe, I. (2020) ‘Determinan Yang berhubungan Dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Di Wilayah Kerja Puskesmas Pandere Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi’, *Jurnal Ilmiah Kesmas-IJ*, 20(2), pp. 97–106.
- Kennett, P. A. *et al.* (2005) ‘Key tasks in healthcare marketing: assessing importance and current level of knowledge’, *Journal of Health and Human Services Administration*. SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA, 27(4), pp. 414–427.
- Mentari, G. B. and Susilawati, S. (2022) ‘Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Akses Pelayanan Kesehatan di Indonesia’, *Jurnal Health Sains*, 3(6), pp. 767–773.
- Nursa, F., Hardisman, H. and Semiarty, R. (2019) ‘Analisis Segmentasi dan Penentuan Target Pasar Pelanggan Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Universitas Andalas’, *Jurnal Kesehatan Andalas*, 8(3), pp. 650–660.
- Puryanti, P. and Muhadi, M. (2020) ‘Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS. Surabaya’, *Jl-KES (Jurnal Ilmu Kesehatan)*, 3(2), pp. 51–55.
- Salim, N. A., Hani, U. R. M. and Runggandini, S. A. (2024) ‘Hubungan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Rekam Medis Elektronik (RME) di Rawat Jalan RSUD Queen Latifa Yogyakarta: The Relationship between Information Quality and User Satisfaction of Electronic Medical Record Services (RME) in Outpatient Service at RSUD Queen Latifa Yogyakarta’, *JOHAR (Journal of Hospital Administration Research)*, 1(01), pp. 22–31.
- Saragih, M. (2016) ‘Persepsi Nilai Profesional Pasien Rawat Inap Dengan Loyalitas Berkunjung Kembali’, *Idea Nursing Journal*, 7(2), pp. 60–65.
- Sepúlveda, W. S., Maza, M. T. and Mantecón, Á. R. (2010) ‘Factors associated with the purchase of designation of origin lamb meat’, *Meat science*. Elsevier, 85(1), pp. 167–173.
- Steenkamp, J.-B. E. M. and Ter Hofstede, F. (2002) ‘International market segmentation: issues and perspectives’, *International journal of research in marketing*. Elsevier, 19(3), pp. 185–213.
- Vinsur, E. Y. Y. and Sutyarsih, E. (2019) ‘Analisi Faktor yang Mempengaruhi Lansia datang ke Pelayanan Kesehatan’, *Jurnal Ners dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery)*, 6(2), pp. 189–196.

- Wahyuningsih, S., Nababan, D. and Manurung, J. (2021) 'Analisis Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Cut Meutia Kota Langsa', *Journal Of Healthcare Technology and Medicine*, 7(1), pp. 68–78.
- Wirajaya, M. K. M. (2019) 'Gambaran Kemampuan Dan Kemauan Membayar Pasien Rumah Sakit Umum Puri Raharja Denpasar', *HEARTY*, 7(2).
- Yuliani, E., Maryuni, S. and Martini, M. (2020) 'Hubungan Faktor Ekonomi Terhadap Pemilihan Pengobatan pasien Fraktur', *Jurnal Ilmu Keperawatan Indonesia (JIKPI)*, 1(2).