

Strategi Menjadikan Rumah Sakit Sebagai Pilihan Utama Masyarakat: Studi Kasus Di RSUD Anugerah Sehat Afiat Kota Depok

Faridah, Iva Nur

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=138994&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar belakang: Dalam era persaingan layanan kesehatan yang semakin ketat, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dituntut tidak hanya menjalankan fungsi sosial, tetapi juga mampu bersaing dengan rumah sakit swasta dalam hal kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. RSUD Anugerah Sehat Afiat (ASA) Kota Depok sebagai rumah sakit milik Pemerintah Kota Depok memiliki tantangan dalam meningkatkan pemanfaatan layanan dan memperkuat posisinya sebagai pilihan utama masyarakat di wilayah timur Kota Depok. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih rumah sakit, menganalisis permasalahan yang dihadapi RSUD ASA dalam menarik minat masyarakat, serta merumuskan strategi yang tepat agar RSUD ASA dapat menjadi rumah sakit pilihan utama masyarakat. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain studi kasus. Data kuantitatif dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pasien dan masyarakat, sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan dari manajemen rumah sakit. Analisis dilakukan berdasarkan lima dimensi utama yang menjadi variabel independen, yaitu availability, affordability, accessibility, accommodation, dan acceptability. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi acceptability, yang meliputi kepercayaan pasien, reputasi rumah sakit, dan kualitas pelayanan, merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi preferensi masyarakat. Dimensi accessibility dan availability juga berpengaruh signifikan, sedangkan affordability dan accommodation memberikan pengaruh sedang terhadap keputusan masyarakat dalam memilih rumah sakit. **Kesimpulan:** Upaya untuk menjadikan RSUD ASA sebagai pilihan utama masyarakat perlu diarahkan melalui pendekatan Strategic Healthcare Marketing, yang menekankan bahwa preferensi pasien terhadap rumah sakit dibentuk oleh persepsi nilai yang terdiri atas bauran kualitas layanan, aksesibilitas, citra rumah sakit, dan interaksi pasien selama proses pelayanan. Pendekatan berbasis nilai ini diharapkan mampu meningkatkan mutu layanan secara berkelanjutan, memperkuat kepercayaan publik, serta meningkatkan daya saing RSUD ASA di dalam sistem pelayanan kesehatan regional. **Kata kunci:** Preferensi masyarakat, utama, availability, accessibility, acceptability, rumah sakit, strategi.

Background: In an increasingly competitive healthcare environment, public hospitals are required not only to fulfill their social functions but also to compete with private hospitals in terms of service quality and patient satisfaction. RSUD Anugerah Sehat Afiat (ASA) Depok, as a local government-owned hospital, faces challenges in improving service utilization and strengthening its position as the preferred choice for the community in the eastern region of Depok City. **Objectives:** This study aims to identify the factors influencing community preferences in choosing hospitals, analyze the challenges faced by RSUD ASA in attracting public interest, and formulate effective strategies to make RSUD ASA the primary hospital of choice for the community. **Methods:** The study employs a mixed-methods approach with a case study design. Quantitative data were collected through questionnaires distributed to patients

and community members, while qualitative data were obtained through in-depth interviews with key informants, including hospital management and local health officials. The analysis was conducted based on five key dimensions: availability, affordability, accessibility, accommodation, and acceptability. Results: The findings reveal that acceptability, which includes patient trust, hospital reputation, and service quality, is the most dominant factor influencing community preference. The dimensions of accessibility and availability also have significant effects, while affordability and accommodation show a moderate influence on hospital choice. Conclusion: Efforts to establish RSUD and ASA as the main choice of the community should adopt the Strategic Healthcare Marketing approach, which emphasizes that patient preference for a hospital is shaped by perceived value derived from the combination of service quality, accessibility, hospital image, and patient interaction throughout the care process. This value-based approach is expected to foster continuous quality improvement, strengthen public trust, and enhance the hospital's competitiveness within the regional healthcare system.