

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial adalah bagian media yg digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa oleh suatu pengusaha atau perusahaan. Media sosial menjadi alat promosi sebab mempunyai respon secara eksklusif dengan penggunanya. Selain itu media sosial juga lebih mudah, dan pelaksanaannya yang lebih praktis, cepat, serta dapat menjangkau pengguna internet diseluruh dunia. Maraknya penggunaan media sosial ini mengakibatkan pelaku usaha mulai dituntut untuk bisa bersaing dengan pelaku usaha lain. Media sosial pula banyak digunakan perusahaan-perusahaan swasta maupun negeri untuk menjangkau pasarnya.

Cara pemasaran menggunakan media sosial adalah dengan membuat suatu konten iklan disuatu platform media sosial seperti *Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook, Twitter* dan lain-lain. Media sosial juga sangat efektif sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan. Segala layanan dan produk yang ditawarkan kepada konsumen, media sosial merupakan elemen penting dari setiap strategi pemasaran digital yang mampu diwujudkan.

Saat ini media sosial dipergunakan sebagai salah satu alat untuk promosi mulai dari UMKM, lembaga, komunitas, instansi serta perusahaan ternama. Salah satu instansi yang memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi adalah Rumah Sakit Murni Teguh. Rumah Sakit Murni Teguh sendiri adalah suatu instansi dibidang kesehatan yang berfokus kepada bidang Onkologi dan Kardiovaskuler yang telah terakreditasi A. Dibentuk oleh dr.Mutiara,MKT, Pak Ganda, Pak Tjhin Ten Chun, Ms Jacqueline Sitorus, Ibu Bertha, Mrs Thio Ida, dr.Hendry, SpRad, dr.Adrian, dr.Sry Suryani,M,Kes. Rumah Sakit Murni Teguh sangat mengedepankan budaya keselamatan kesehatan yang didukung oleh fasilitas dan teknologi terkini. Terhitung hingga 12 Desember 2021 Rumah Sakit Murni Teguh telah mendirikan 6 rumah sakit swasta yang berada di seluruh Indonesia yaitu Medan, Jakarta, Tangerang, dan Bali dengan total kapasitas tempat tidur 858 buah. Rumah Sakit Murni Teguh Group memiliki rencana pengembangan rumah sakit secara bertahap ke Daerah lain di Indonesia sehingga dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Rumah sakit Murni Teguh ternyata belum mengalami stabilitas kunjungan pasien kategori general dalam kurun waktu Januari sampai September 2022. Hal ini dapat dilihat dengan naik turunnya minat pengunjung setiap bulannya untuk pasien general. Dalam hal ini, untuk mengetahui perkembangan kunjungan pasien pada bulan Januari sampai September 2022 dapat disajikan pada tabel 1.1. sebagai berikut:

Tabel 1.1. Perkembangan Tingkat Pasien General pada Rumah Sakit Murni Teguh Periode Januari sampai September 2022

NO	BULAN	CARA BAYAR TAHUN 2022						TOTAL	Persentase Pasien General (%)
		GENERAL	ASURANSI	ASURANSI	ASURANSI	JAMINAN COVID	CORPO RATE		
			NON BPJS	BPJS	BPJS TOP UP				
1	JANUARI	3917	1428	12732	40	8	428	18607	21.05
2	FEBRUARI	3994	1136	10620	3	597	377	16727	23.88
3	MARET	4056	1335	12837	22	226	414	18890	21.47
4	APRIL	3414	1392	11371	23	14	467	16681	20.47
5	MEI	3433	1241	11159	39	1	418	16291	21.07
6	JUNI	3814	1525	13680	40	2	433	19494	19.56
7	JULI	3913	1499	13456	16	13	700	19597	19.97
8	AGUSTUS	3889	1578	13970	9	39	506	19991	19.45
9	SEPTEMBER	3851	1708	14224	21	23	541	20368	18.91
TOTAL		34281	12842	114049	213	923	4284	166646	20.57

Dilihat dari tabel 1.1 bahwa kunjungan pasien general Rumah Sakit Murni Teguh masih naik turun persentasenya dari bulan Januari sampai September 2022. Dapat dilihat bahwa persentase kunjungan pasien general pada bulan Januari sebesar 21,05%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan Februari sebesar 23,88%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan Maret sebesar 21,47%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan April sebesar 20,47%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan Mei sebesar 21,07%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan Juni sebesar 19,56%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan Juli sebesar 19,97%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan Agustus sebesar 19,45%. Persentase kunjungan pasien general pada bulan September sebesar 18,91%. Data kunjungan pasien general terus mengalami penurunan dari bulan Januari sampai September 2022. Sementara itu jumlah pasien pengguna jasa BPJS semakin bertambah. Hal ini bedanya pasien general dan pasien BPJS adalah pasien general merupakan pasien yang membayar biaya pengobatan sendiri dengan tarif yang sudah ditentukan. Sedangkan pasien BPJS adalah pasien yang sudah memiliki kartu BPJS dan berhak mendapatkan pelayanan kesehatan, bukan dari biaya pribadi. Menurunnya jumlah kunjungan pasien general dapat disebabkan banyak hal. Salah satunya bisa karena strategi promosi rumah sakit Murni Teguh masih belum dapat menarik minat pengunjung.

Oleh karena itu, untuk memikat daya tarik pasien general diperlukan strategi pemasaran yang baik dari pihak rumah sakit Murni Teguh. Jika dilihat dari data kunjungan pasien general yang kian menurun, maka salah satu penyebabnya adalah strategi pemasaran yang belum efektif. Salah satu strategi pemasaran rumah sakit Murni Teguh adalah melalui sosial media instagram. Dalam bidang kesehatan tentunya sangat dibutuhkan promosi agar lebih memikat masyarakat untuk mendatangi, apalagi dengan banyaknya instansi kesehatan yang telah dibuka sehingga *kompetitor* lebih banyak. Untuk lebih memperkenalkan layanan yang dimiliki, Rumah Sakit Murni Teguh melakukan beberapa cara promosi seperti melakukan kerja sama dengan berbagai perusahaan, klinik, serta beberapa asuransi. Dengan melihat perkembangan sosial media yang semakin meningkat Rumah Sakit Murni Teguh menggunakan beberapa platform media sosial seperti *Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook*. Dengan harapan pengunjung Rumah Sakit Murni Teguh semakin meningkat.

Rumah sakit merupakan suatu organisasi yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Akan tetapi, rumah sakit juga mempunyai misi untuk menjalankan fungsi bisnisnya agar dapat tumbuh dan berkembang. Dalam hal ini, strategi pelayanan rumah sakit juga dapat dilakukan melalui sosial media. Hal ini dikarenakan banyaknya rumah sakit yang tersebar di seluruh kota membuat masyarakat harus memilih layanan rumah sakit yang sesuai dengan minat mereka. Semakin banyaknya pesaing dalam menjangkau pasar, sebuah rumah sakit dituntut untuk mampu mengetahui apa yang menyebabkan timbulnya minat dari konsumen pada produk tertentu, kemudian berusaha untuk dapat memenuhi minat konsumen tersebut.

Dalam hal ini, pemimpin rumah sakit harus peka terhadap perubahan dan perkembangan perilaku masyarakat sebagai konsumen. Sehingga pihak rumah sakit harus membuat strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya yakni layanan rumah sakit. Diera digital ini sangat mudah bagi rumah sakit untuk melakukan pemasaran. Salah satunya memanfaatkan media sosial instagram. Sebagaimana hasil observasi yang dilakukan pada saat peneliti melakukan kegiatan PKL (praktek kerja lapangan), diketahui bahwa rumah sakit Murni Teguh sudah memiliki layanan promosi melalui sosial media instagram. Pada bulan September 2021, terlihat bahwa akun media sosial instagram Rumah Sakit Murni Teguh sangat membantu pihak rumah sakit dalam mempromosikan hal-hal yang terbaru bagi rumah sakit. Hal ini terbukti pada tahun 2021 sampai 2022 jumlah pengikut (*followers*) instagram Rumah Sakit Murni Teguh mencapai 10.000, mengikuti (*following*) 169, dan postingan sebanyak 795. Dari 759 jumlah postingan ada 69 video biasa, 28 video reels, dan 698 berupa foto. Akun instagram Rumah Sakit Murni Teguh digunakan sejak 8 Mei 2018 dan postingan pertamanya adalah logo dari Rumah Sakit Murni Teguh. Akun instagram Rumah Sakit Murni Teguh ini juga menggunakan fitur *Highlight* yang artinya cerita yang telah dibagikan dapat dilihat lebih dari 24 jam dapat dilihat dari halaman profil akun instagram. Dalam fitur *highlight* Rumah Sakit Murni Teguh lebih memperlihatkan promo-promo, event, seminar, dan tatacara menggunakan aplikasi *telemedicine* (aplikasi untuk konsultasi dengan dokter), perayaan ulang tahun para dokter, testimoni, dan informasi kegiatan instagram live bersama dokter.

Pada akun media sosial instagram yang dikelola oleh salah satu admin Rumah Sakit Murni Teguh, yang sering mereka posting adalah konten edukasi seperti tatacara melakukan penanganan dan pencegahan, tips serta manfaat dan beberapa konten video. Bukan hanya itu saja melalui media sosial instagram mereka juga menyebarkan informasi jadwal praktik dokter serta webinar gratis yang diadakan oleh Rumah Sakit Murni Teguh. dengan cara publikasi yang Rumah Sakit Murni Teguh lakukan membuat pengunjung tertarik untuk mendatangi Rumah Sakit Murni Teguh Hal ini terlihat jelas pada saat saya melakukan kegiatan PKL (praktek kerja lapangan) ada seorang pengunjung yang bertanya mengenai pengobatan penyakit jantung saat ditanya "dari mana mendapatkan informasi," pengunjung menjawab "dari postingan sosial media instagram Rumah Sakit Murni Teguh" oleh karena itu dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa instagram sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung.

Dalam hal pemasaran media sosial tentunya memberikan dampak yang sangat besar, seperti yang telah dilakukan oleh Rumah Sakit Murni Teguh yang mempromosikan jasanya melalui media sosial instagram dan mampu menggaet pengikut pada akun sosial media yang begitu banyak. Terlihat pada jumlah *followers* dan seringnya postingan yang dilakukan Rumah Sakit Murni Teguh di media sosial instagram. Sebuah inovasi dan konten menarik hingga komunikasi yang teratur dan terus menerus merupakan kunci agar dapat memberikan kesan di benak konsumen sehingga membuat konsumen tertarik akan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan Rumah Sakit Murni Teguh melalui akun media sosial instagram yang digunakan Rumah Sakit Murni Teguh dan peneliti ipun mengangkat judul penelitian yaitu "Analisis Strategi Promosi Melalui Sosial Media Instagram Terhadap Minat Pengunjung Rumah Sakit Murni Teguh".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu Apakah promosi melalui media sosial instagram berpengaruh terhadap minat pengunjung Rumah Sakit Murni Teguh?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Dari rumusan masalah diatas, yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh media sosial Instagram terhadap minat pengunjung Rumah Sakit Murni Teguh.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan informasi kepada perusahaan tentang promosi melalui media sosial terhadap minat pengunjung pada Rumah Sakit Murni Teguh.
2. Bagi Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran Internasional kaitannya dengan minat pengunjung.
3. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman, wawasan dan ilmu pengetahuan, dapat melatih kemampuan analisis dan berfikir sistematis serta dapat membandingkan teori-teori yang sudah dipelajari untuk membandingkan relevansinya di lapangan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memberikan informasi dan bahan acuan
5. Bagi yang berminat mengadakan penelitian selanjutnya terhadap masalah yang sama.