

Analisis Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Dengan Minat Berkunjung Pasien Umum Pada Layanan Rawat Jalan Di RSUD Ngimbang Lamongan

Putri Mawadah Aulia^{1*}, Enny Mar'atus Sholihah², Muhamad Ganda Saputra³

^{*1,2,3} Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Lamongan

Alamat: Jl. Raya Plalangan Plosowahyu KM 02, Plosowahyu, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding: putriaularsip@gmail.com

Abstract. *The decline in outpatient visits at Ngimbang Lamongan Regional General Hospital (RSUD) poses a challenge to maintaining healthcare service utilization. Implementing marketing strategies specifically segmentation, targeting, and positioning (STP) is one approach to understanding patient characteristics and boosting interest in visiting the facility. This study employed a quantitative design with a cross-sectional approach. Segmentation data were derived from respondent characteristics, targeting data were obtained through interviews with hospital management, and positioning and visit interest were measured using questionnaires. The sample consisted of 97 general outpatients selected via purposive sampling. Data were analyzed using univariate analysis and the Spearman Rank test. The results showed that the majority of patients were female, aged 36–50, self-employed, earned between IDR 1,000,000 and IDR 3,000,000 per month, resided outside the Ngimbang District, and had visited the hospital 2–3 times. Targeting efforts focused on high-potential areas through collaboration with primary healthcare facilities and the development of priority services. The Spearman Rank test revealed a significant positive correlation between positioning and visit interest ($p=0.000$; $r=0.786$), indicating a strong relationship. It is concluded that better positioning of RSUD Ngimbang Lamongan leads to higher visit interest among general outpatients. The hospital is encouraged to maintain and enhance its positioning quality and optimize marketing strategies tailored to patient characteristics to further boost visit interest.*

Keywords: *Hospital, Outpatient, Positioning, Segmenting, Targeting, Visit Interest.*

Abstrak. Penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan di RSUD Ngimbang Lamongan menjadi tantangan dalam mempertahankan pemanfaatan layanan kesehatan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung peningkatan minat berkunjung pasien adalah melalui penerapan strategi pemasaran, salah satunya melalui strategi *segmenting, targeting, dan positioning* (STP) diperlukan untuk memahami karakteristik pasien dan meningkatkan minat berkunjung. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*. Data *segmenting* diperoleh dari karakteristik responden, *targeting* melalui wawancara dengan pihak manajemen rumah sakit, sedangkan *positioning* dan minat berkunjung diukur menggunakan kuesioner. Sampel terdiri dari 97 pasien umum rawat jalan yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Analisis dilakukan secara univariat dan uji Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pasien berjenis kelamin perempuan, berusia 36–50 tahun, bekerja sebagai wiraswasta, berpenghasilan Rp1.000.000–Rp3.000.000 per bulan, berasal dari luar Kecamatan Ngimbang, dan telah berkunjung 2–3 kali. *Targeting* difokuskan pada wilayah potensial melalui kerja sama dengan fasilitas kesehatan tingkat pertama dan pengembangan layanan prioritas. Hasil uji Spearman Rank menunjukkan *Positioning* berhubungan signifikan dengan minat berkunjung ($p=0,000$; $r=0,786$) dengan arah positif dan kekuatan hubungan kuat. Disimpulkan bahwa semakin baik *positioning* RSUD Ngimbang Lamongan, semakin tinggi minat berkunjung pasien umum. Rumah sakit diharapkan mempertahankan dan meningkatkan kualitas *positioning* serta mengoptimalkan strategi pemasaran sesuai karakteristik pasien untuk mendukung peningkatan minat berkunjung.

Kata Kunci: Minat Berkunjung, *Positioning*, Rawat Jalan, Rumah Sakit, *Segmenting, Targeting*.

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan rumah sakit di Indonesia pada era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) menunjukkan perkembangan yang semakin pesat. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan RI, jumlah rumah sakit di Indonesia meningkat hingga mencapai 3.155 unit pada tahun 2023.

Pertumbuhan tersebut menunjukkan semakin besarnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan sekaligus meningkatkan persaingan antar fasilitas pelayanan kesehatan. Persaingan tidak hanya terjadi dalam aspek kualitas pelayanan medis, tetapi juga dalam kemampuan rumah sakit memahami kebutuhan masyarakat, membangun citra, dan mempertahankan minat pasien untuk menggunakan layanan yang tersedia.

Kondisi persaingan tersebut juga terjadi di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024, terdapat 19 rumah sakit di Kabupaten Lamongan yang terdiri atas rumah sakit pemerintah maupun swasta dengan berbagai jenis pelayanan. Banyaknya fasilitas pelayanan kesehatan menyebabkan masyarakat memiliki semakin banyak alternatif dalam memilih tempat memperoleh pelayanan kesehatan. Oleh karena itu, rumah sakit pemerintah tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, tetapi juga perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan daya saing dan menjadi pilihan masyarakat. Salah satu rumah sakit pemerintah yang menghadapi kondisi tersebut adalah RSUD Ngimbang Lamongan, yaitu rumah sakit tipe C yang memiliki wilayah pelayanan terutama bagi masyarakat Lamongan bagian selatan dan daerah sekitarnya.

Berdasarkan studi pendahuluan di RSUD Ngimbang Lamongan, kunjungan pasien rawat jalan pada periode Januari–Mei 2026 didominasi oleh pasien BPJS sebanyak 9.705 kunjungan (71,91%), sedangkan pasien umum hanya sebanyak 3.790 kunjungan (28,09%). Selain jumlahnya lebih rendah, kunjungan pasien umum juga menunjukkan pola yang berfluktuasi, yaitu sebanyak 931 kunjungan pada Januari, menurun menjadi 601 kunjungan pada Maret, meningkat menjadi 828 kunjungan pada April, kemudian kembali menurun menjadi 689 kunjungan pada Mei. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan rawat jalan oleh pasien umum belum menunjukkan perkembangan yang stabil. Meskipun data kunjungan tidak secara langsung menggambarkan minat pasien, fenomena tersebut menjadi dasar penting untuk mengkaji faktor yang berkaitan dengan keputusan masyarakat dalam memilih dan menggunakan layanan rawat jalan RSUD Ngimbang.

Minat berkunjung pasien merupakan salah satu aspek penting bagi keberlanjutan pemanfaatan pelayanan kesehatan. Pasien umum memiliki keleluasaan yang lebih besar dalam menentukan fasilitas kesehatan yang akan digunakan, sehingga keputusan mereka dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, aksesibilitas, biaya, citra rumah sakit, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu rumah sakit mengenali karakteristik dan kebutuhan pasien, menentukan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran pelayanan, serta membangun posisi dan citra rumah sakit yang sesuai dengan harapan pasien. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah strategi *Segmenting*,

Targeting, dan *Positioning* (STP). Melalui *Segmenting*, rumah sakit dapat mengidentifikasi karakteristik dan kebutuhan kelompok pasien; *Targeting* membantu menentukan segmen yang paling potensial untuk dilayani; sedangkan *Positioning* bertujuan membentuk persepsi positif mengenai keunggulan layanan rumah sakit di benak masyarakat.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dan STP memiliki peranan dalam memahami pasar dan meningkatkan pemanfaatan layanan kesehatan, meskipun hasil penelitian mengenai pengaruhnya terhadap minat berkunjung masih beragam. Penelitian Sari (2022) menunjukkan bahwa segmentasi pasar yang tepat membantu rumah sakit memahami kebutuhan pasien sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan keinginan untuk kembali berkunjung. Giusman dan Nurwahyuni (2021) juga menunjukkan pentingnya strategi STP dalam menentukan pasar potensial untuk meningkatkan kunjungan rawat jalan. Namun, Hariyono (2025) menemukan bahwa bauran pemasaran dan segmentasi pasar tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat berkunjung, tetapi dapat berpengaruh melalui kualitas pelayanan sebagai variabel intervening. Adanya perbedaan hasil tersebut serta fenomena fluktuasi kunjungan pasien umum di RSUD Ngimbang Lamongan menjadi dasar perlunya penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Strategi *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* dengan Minat Berkunjung Pasien Umum pada Layanan Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Ngimbang Lamongan”, dengan tujuan menganalisis penerapan *Segmenting* dan *Targeting* serta menganalisis hubungan *Positioning* dengan minat berkunjung pasien umum pada layanan rawat jalan di RSUD Ngimbang Lamongan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain deskriptif dan korelasional serta pendekatan *cross-sectional*. Penelitian dilaksanakan di RSUD Ngimbang Lamongan pada Januari 2026 sampai selesai. Populasi penelitian adalah seluruh pasien umum instalasi rawat jalan pada Januari–Mei 2026 sebanyak 3.790 orang, dengan jumlah sampel 97 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 10%. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Variabel yang dianalisis meliputi *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan minat berkunjung. Data *segmenting* diperoleh melalui kuesioner identitas responden, *targeting* melalui wawancara dengan pihak manajemen atau bagian pemasaran rumah sakit, sedangkan data *positioning* dan minat berkunjung diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert empat tingkat. Data yang terkumpul diolah melalui tahap *editing*, *coding*, *scoring*, dan *tabulating*.

Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat. Analisis univariat digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, *segmenting*, *positioning*, dan minat berkunjung dalam

bentuk distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan hasil wawancara mengenai *targeting* dianalisis secara deskriptif naratif. Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui hubungan antara *positioning* dengan minat berkunjung pasien menggunakan uji korelasi *Spearman Rank*, karena kedua variabel menggunakan skala ordinal. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden. Seluruh item kuesioner dinyatakan valid karena nilai *r-hitung* lebih besar daripada *r-tabel* 0,361 dan nilai signifikansi $<0,05$. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,952 untuk variabel *positioning* dan 0,967 untuk minat berkunjung, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel. Penelitian juga menerapkan prinsip etika penelitian melalui *informed consent*, *anonymity*, dan *confidentiality* untuk menjaga hak serta kerahasiaan responden

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

1) Strategi *Segmenting* Pasien Rawat Jalan di RSUD Ngimbang Lamongan

a) Segmentasi Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	n	Persentase (%)
1	Laki-laki	38	39,2
2	Perempuan	59	60,8
TOTAL		97	100

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa sebagian besar responden rawat jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Ngimbang Lamongan berjenis kelamin perempuan yakni sebesar (60,8%).

b) Segmentasi Demografis Berdasarkan Usia

Tabel 2. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Usia

No	Usia	n	Persentase (%)
1	<20 tahun	10	10,3
2	21-35 tahun	22	22,7
3	36-50 tahun	40	41,2
4	≥ 50 tahun	25	25,8
TOTAL		97	100

Berdasarkan hasil dari tabel 2, diketahui bahwa kelompok usia pasien rawat jalan di RSUD Ngimbang adalah hampir sebagian usia 36-50 tahun dengan rasio (41,2%), sementara itu sebagian kecil pasien rawat jalan RSUD Ngimbang hanya terdiri dari usia <20 tahun (10,3%).

c) Segmentasi Demografis Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	n	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	11	11,3
2	PNS	19	19,6
3	Wiraswasta	39	40,2
4	Lainnya	28	28,9
TOTAL		97	100

Berdasarkan hasil data tabel 3. diketahui bahwa hampir sebagian pekerjaan pasien rawat jalan di RSUD Ngimbang adalah sebagai Wiraswasta sebesar (40,2%), sedangkan kelompok Pelajar/Mahasiswa mencakup sebagian kecil (11,3%).

d) Segmentasi Demografis Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	n	Persentase (%)
1	< Rp.1 juta	27	27,8
2	Rp.1 juta - 3 juta	43	44,3
3	Rp.3 juta – 5 juta	25	25,8
4	> Rp.5 juta	2	2,1
TOTAL		97	100

Berdasarkan data tabel 4. menunjukkan bahwa hampir sebagian pasien rawat jalan RSUD sebanyak (44,3%) memiliki penghasilan dari Rp. 1 juta sampai Rp. 3 Juta, kemudian sebagian kecil dengan pendapatan lebih dari Rp. 5 juta, yaitu sebanyak (2,1%).

e) Segmentasi Geografis Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Tabel 5. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

No	Tempat Tinggal	n	Persentase (%)
1	Dalam Kecamatan Ngimbang	45	46,4
2	Luar Kecamatan Ngimbang	52	53,6
TOTAL		97	100

Dari data tabel 5. diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pasien rawat jalan di RSUD Ngimbang sebanyak (53,6%) berasal dari luar kecamatan Ngimbang yakni 52 orang, sementara itu hampir sebagian berasal dari dalam kecamatan Ngimbang berjumlah 45 orang (46,4%).

f) Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Rumah Sakit

Tabel 6. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Rumah Sakit

No	Frekuensi Kunjungan	n	Persentase (%)
1	1 kali	30	30,9
2	2 – 3 kali	39	40,2
3	>3 kali	28	28,9

TOTAL	97	100
-------	----	-----

Dari data tabel 6 diatas, diketahui bahwa hampir sebagian frekuensi kunjungan pasien rawat jalan ke RSUD Ngimbang sebanyak (40,2%) yakni 2 – kali kunjungan, juga hampir sebagian sebanyak lebih dari 3 kali, yakni 28 (28,9%). Berdasarkan hasil analisis segmentasi pasien umum rawat jalan di RSUD Ngimbang Lamongan berdasarkan karakteristik demografis dan geografis, dapat disimpulkan bahwa pasien umum didominasi oleh perempuan, kelompok usia 36-50 tahun, bekerja sebagai wiraswasta, memiliki penghasilan Rp1.000.000-Rp3.000.000 per bulan, serta sebagian besar berasal dari luar Kecamatan Ngimbang. Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar pasien telah melakukan kunjungan sebanyak 2-3 kali.

2) Strategi *Targeting* Pasien Rawat Jalan di RSUD Ngimbang Lamongan

a) Kesesuaian Target Pasar

Pada indikator ini, informan menjelaskan bahwa sasaran pelayanan rawat jalan RSUD Ngimbang Lamongan pada dasarnya mencakup masyarakat di Kecamatan Ngimbang dan wilayah sekitarnya. Informan menyampaikan:

“yang jelas, yang target utama kami adalah seluruh masyarakat Ngimbang dan sekitarnya.”

Informan juga menjelaskan bahwa rumah sakit tidak menetapkan target khusus yang terbatas pada kelompok tertentu, karena pelayanan rumah sakit ditujukan bagi masyarakat yang membutuhkan pelayanan rujukan.

“secara target khusus, kebetulan kita nggak ada. Semuanya saja yang membutuhkan pelayanan rujukan.”

Selain masyarakat Kecamatan Ngimbang dan sekitarnya, rumah sakit juga menerima pasien dari luar wilayah. Namun, terdapat beberapa wilayah yang menjadi perhatian utama karena memiliki hubungan rujukan yang lebih kuat dengan rumah sakit. Informan menjelaskan:

“yang paling banyak merujuk ke kita itu memang dari 5 kecamatan, 5 puskesmas. Ini memang puskesmas binaan kita.”

Informan kemudian menyebutkan wilayah tersebut, yaitu Ngimbang, Sambeng, Sukorame, Bluluk, dan Modo. Berdasarkan pernyataan informan tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa target pasar RSUD Ngimbang Lamongan secara umum adalah seluruh masyarakat yang membutuhkan pelayanan rujukan, khususnya masyarakat Kecamatan Ngimbang dan wilayah sekitarnya. Meskipun rumah sakit tetap menerima pasien dari luar wilayah, prioritas pemasaran lebih diarahkan pada

wilayah yang memiliki hubungan rujukan dan jumlah pasien yang lebih tinggi, yaitu lima wilayah puskesmas yang menjadi binaan rumah sakit.

Target pasar tersebut sesuai dengan hasil segmentasi geografis dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden pasien umum berasal dari luar Kecamatan Ngimbang (53,6%). Hal ini menunjukkan bahwa jangkauan pasien tidak hanya berasal dari dalam Kecamatan Ngimbang, tetapi juga dari wilayah sekitarnya.

b) Fokus Pelayanan

Pada indikator fokus pelayanan, informan menjelaskan bahwa rumah sakit memiliki beberapa pelayanan yang menjadi perhatian dalam pengembangan pelayanan rawat jalan. Informan menyampaikan:

“kalau fokus pelayanan kami, di rawat jalan itu, yang maju banget sekarang itu adalah, Jantung dan Anak.”

Informan menjelaskan bahwa pelayanan jantung merupakan salah satu prioritas rumah sakit. Namun, pengembangan pelayanan unggulan tidak terlepas dari ketersediaan sumber daya manusia dan kebutuhan masyarakat. Informan menjelaskan:

“salah satu target prioritas rumah sakit kita sekarang adalah pelayanan jantung.”

Menurut informan, pengembangan pelayanan jantung masih menghadapi kendala terutama dalam pemenuhan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk membangun pelayanan secara lebih lengkap. Sementara itu, pelayanan anak menjadi perhatian karena jumlah pasiennya masih relative sedikit. Informan menyampaikan:

“anak itu pasiennya dikit banget, makanya kemarin kita jadi menentukan fokus pelayanan itu, kita lihat dari jumlah kunjungan yang sepi.”

Informan juga menegaskan bahwa pelayanan dengan jumlah kunjungan yang rendah menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan fokus pengembangan pelayanan.

“kalau pasiennya sepi, dokternya ada terus, pasti itu langsung jadi fokus perhatian kita.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa fokus pelayanan rawat jalan RSUD Ngimbang Lamongan diarahkan pada pelayanan jantung dan anak. Penentuan fokus tersebut mempertimbangkan kondisi pelayanan yang ada, ketersediaan dokter, serta jumlah kunjungan pasien. Pelayanan anak

menjadi perhatian khusus karena jumlah kunjungannya masih rendah, sedangkan pelayanan jantung merupakan salah satu prioritas pengembangan rumah sakit. Dengan demikian, *Targeting* tidak hanya dilakukan berdasarkan kelompok pasien, tetapi juga mempertimbangkan jenis pelayanan yang perlu dikembangkan berdasarkan kondisi rumah sakit dan kebutuhan pelayanan.

c) Kejelasan Segmen Pasien

Kejelasan segmen pasien dapat dilihat dari upaya rumah sakit dalam mengenali karakteristik pasien dan lingkungan yang menjadi sasaran pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara, informan menjelaskan bahwa data karakteristik yang digunakan dalam penyusunan strategi tidak hanya berasal dari pasien, tetapi juga mempertimbangkan kondisi lingkungan. Informan menyampaikan:

“data karakteristik yang digunakan untuk penyusunan strategi itu tidak hanya mencakup data pasien, tetapi juga data lingkungan. Kalau hanya data karakteristik pasien, cakupannya sebatas segmen demografis, seperti usia dan data kunjungan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa rumah sakit mempertimbangkan karakteristik pasien dan lingkungan dalam menentukan sasaran pelayanan. Informan juga menjelaskan bahwa karakteristik pasien yang diperhatikan dapat berupa usia dan jumlah kunjungan. Pada pelayanan anak, karakteristik usia menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan sasaran pelayanan. Informan menyampaikan:

“kalau data karakteristik pada poli anak tadi, berarti dari usia.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa RSUD Ngimbang Lamongan telah mengenali segmen pasien berdasarkan karakteristik tertentu. Pada pelayanan anak, usia menjadi salah satu karakteristik yang digunakan dalam melihat sasaran pelayanan. Selain itu, rumah sakit mempertimbangkan kondisi lingkungan dalam menentukan wilayah yang menjadi sasaran pelayanan. Dalam upaya menjangkau sasaran pelayanan tersebut, rumah sakit juga melakukan program yang berkaitan dengan pelayanan anak. Informan menyampaikan:

“ada, nomor satu, yang terbaru ini untuk poli anak.”

Informan kemudian menjelaskan:

“promosi program SYANTIK (Spesialis Anak Turun Ke Lapangan)”

Kegiatan tersebut berkaitan dengan wilayah ke lima puskesmas yang menjadi sasaran rumah sakit. Berdasarkan pernyataan informan tersebut, rumah sakit melakukan pendekatan kepada segmen pasien melalui kegiatan pelayanan yang

melibatkan dokter spesialis anak (DSA) di lapangan serta diarahkan pada lima puskesmas yang menjadi wilayah binaan rumah sakit.

3) Strategi *Positioning* Pasien Rawat Jalan Di RSUD Ngimbang Lamongan

Tabel 7 Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Variabel *Positioning*

No	Positioning	n	Persentase (%)
1	Baik	69	71,1
2	Sedang	25	25,7
3	Kurang	3	3,2
TOTAL		97	100

Berdasarkan data tabel 7. diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden pasien umum memiliki dalam kategori baik, yaitu sebanyak 69 responden (71,1%). Selanjutnya, 25 responden (25,7%) berada pada kategori sedang, sedangkan 3 responden (3,2%) berada pada kategori kurang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum *positioning* layanan rawat jalan RSUD Ngimbang Lamongan telah dipersepsikan dengan baik oleh sebagian besar pasien umum. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang memperoleh relative rendah. Berdasarkan hasil penilaian, aspek yang memperoleh penilaian relative rendah terdapat pada *Attributes* dan *Benefits*. Pada indikator *Attributes*, butir yang memperoleh penilaian relative rendah adalah pada “pelayanan rawat jalan dilakukan dengan cepat dan tepat” dan “ruang tunggu rawat jalan terasa nyaman digunakan.” Hal tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat responden yang belum memberikan penilaian optimal terhadap kecepatan dan ketepatan pelayanan serta kenyamanan ruang tunggu rawat jalan. Selanjutnya, pada indikator *Benefits*, aspek yang memperoleh penilaian rendah terdapat pada pernyataan “penanganan pasien dilakukan dengan cepat sesuai kebutuhan pasien.” Hal tersebut menunjukkan bahwa kecepatan penanganan pasien sesuai dengan kebutuhan yang dirasakan belum sepenuhnya optimal.

Dengan demikian, meskipun *positioning* layanan rawat jalan secara keseluruhan berada dalam kategori baik, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, khususnya kecepatan dan ketepatan pelayanan, kenyamanan ruang tunggu, serta kecepatan penanganan pasien sesuai kebutuhan. Aspek-aspek tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi rumah sakit untuk memperkuat persepsi positif pasien terhadap layanan rawat jalan.

4) Minat Berkunjung Pasien Umum Rawat Jalan Di RSUD Ngimbang Lamongan

Tabel 8. Distribusi Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Minat Berkunjung

No	Minat Berkunjung	n	Persentase (%)
----	------------------	---	----------------

1	Minat	53	54,6
2	Kurang Berminat	43	44,3
3	Tidak Berminat	1	1,03
TOTAL		97	100

Berdasarkan tabel 8. diketahui bahwa sebagian besar responden yang memiliki minat berkunjung pada layanan rawat jalan dengan kategori minat, yaitu sebanyak 53 responden (54,6%). Selanjutnya, hampir sebagian 43 responden (44,3%) termasuk dalam kategori kurang berminat, dan 1 responden (1,03%) termasuk dalam kategori tidak berminat.

Meskipun demikian, masih terdapat responden yang berada pada kategori kurang berminat dan tidak berminat. Berdasarkan penelusuran terhadap masing-masing item pernyataan, aspek yang memperoleh penilaian relative rendah adalah komitmen penggunaan ulang.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun pasien memiliki minat untuk kembali menggunakan layanan RSUD Ngimbang, sebagian pasien belum menunjukkan komitmen yang kuat untuk tetap memilih rumah sakit apabila terdapat alternative rumah sakit lain. Dengan kata lain, keinginan untuk berkunjung kembali belum sepenuhnya berarti bahwa RSUD Ngimbang menjadi pilihan yang tidak mudah tergantikan.

Kondisi tersebut menjadi hal yang perlu diperhatikan karena keberadaan rumah sakit lain memberikan alternative bagi pasien dalam menentukan pilihan pelayanan kesehatan. Oleh karena itu, rumah sakit perlu mempertahankan dan meningkatkan pengalaman pelayanan pasien agar minat kunjungan kembali dapat berkembang menjadikomitmen penggunaan ulang yang lebih kuat.

5) Hubungan *Positioning* dengan Minat Berkunjung Pasien Umum Rawat Jalan.

Tabel 9. Hasil Uji Spearman Rank *Positioning* Dengan Minat Berkunjung Pasien Umum Rawat Jalan

Variabel	Minat Berkunjung (Y)		Tingkat Hubungan
	Koefisien Korelasi	Signifikasi	Koefisien Korelasi
Positioning (X)	0.786	0.000	Terdapat Hubungan dengan Koefisien Korelasi Kuat bersifat

Berdasarkan tabel 9, hasil uji korelasi Spearman Rank antara variabel *positioning* dengan minat berkunjung pasien umum diperoleh nilai koefisien korelasi

(r) sebesar 0,786 dengan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *positioning* dengan minat berkunjung pasien umum pada layanan rawat jalan di RSUD Ngimbang Lamongan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,786 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat kuat dan positif, yang berarti semakin baik *positioning* yang diterapkan oleh rumah sakit, maka semakin tinggi pula minat berkunjung pasien umum pada layanan rawat jalan.

b. Pembahasan

Segmentasi demografis menjadi dasar utama bagi strategi pemasaran karena mencerminkan variabel-variabel yang objektif dan mudah diidentifikasi, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (60,8%) yang berada pada kelompok usia 36-50 tahun (41,2%), bekerja sebagai wiraswasta (40,2%), dan memiliki tingkat penghasilan Rp1.000.000-Rp3.000.000 per bulan (44,3%).

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pengguna layanan rawat jalan di RSUD Ngimbang didominasi oleh kelompok usia dewasa dan kelompok ekonomi menengah berdasarkan kategori penghasilan yang digunakan dalam penelitian.

Dominasi pasien perempuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap pemeliharaan kesehatan dibanding laki-laki. Perempuan umumnya lebih aktif melakukan pemeriksaan kesehatan, baik untuk dirinya sendiri maupun anggota keluarganya, sehingga lebih sering memanfaatkan layanan kesehatan. Selain itu, hampir sebagian responden bekerja sebagai wiraswasta. Karakteristik ini sesuai dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat di wilayah Kabupaten Lamongan yang sebagian besar bekerja pada sektor informal, perdagangan, pertanian, maupun usaha sendiri. Kondisi tersebut berpengaruh pada kemampuan ekonomi masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan.

Menurut (Lestari & Suhenda, 2021) segmentasi geografis pasien rawat jalan dikelompokkan berdasarkan wilayah tempat tinggal pasien yang berobat. Melalui segmentasi geografis, rumah sakit memahami dimana promosi harus ditujukan di luar wilayah jangkauannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pasien berasal dari luar Kecamatan Ngimbang (53,6%), sedangkan pasien yang berasal dari dalam Kecamatan Ngimbang sebesar (46,4%). Selain itu, frekuensi kunjungan menunjukkan bahwa mayoritas responden telah berkunjung sebanyak 2-3 kali (40,2%).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa jangkauan pelayanan RSUD Ngimbang tidak

hanya melayani masyarakat di wilayah Kecamatan Ngimbang, tetapi juga masyarakat dari kecamatan lain di sekitarnya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa RSUD Ngimbang memiliki daya tarik pelayanan yang mampu menjangkau wilayah yang lebih luas.

Secara geografis, RSUD Ngimbang merupakan rumah sakit milik pemerintah di wilayah selatan Kabupaten Lamongan sehingga memiliki cakupan pelayanan yang lebih luas. Masyarakat dari Kecamatan Sambeng, Bluluk, Sukorame, Modo, maupun wilayah sekitar cenderung memanfaatkan layanan di RSUD Ngimbang karena lokasi yang lebih mudah dijangkau dibandingkan rumah sakit lain. Menurut peneliti, hasil segmentasi tersebut bisa menjadi dasar bagi rumah sakit dalam menyusun strategi yang lebih tepat sasaran. Informasi mengenai karakteristik pasien umum dapat dimanfaatkan untuk menentukan jenis pelayanan, media promosi, maupun program kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa RSUD Ngimbang Lamongan menetapkan sasaran pelayanan rawat jalan kepada masyarakat Kecamatan Ngimbang dan wilayah sekitarnya, dengan prioritas pemasaran pada wilayah kerja lima puskesmas mitra, yaitu Puskesmas Ngimbang, Sambeng, Sukorame, Bluluk, dan Modo. Penetapan wilayah tersebut didasarkan pada tingginya jumlah rujukan pasien serta kedekatan akses masyarakat menuju rumah sakit.

Selain menentukan wilayah sasaran, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa RSUD Ngimbang menetapkan Poliklinik Jantung dan Poliklinik Anak sebagai fokus pelayanan. Poliklinik Jantung dipersiapkan sebagai pelayanan unggulan rumah sakit, sedangkan Poliklinik Anak diprioritaskan karena jumlah kunjungannya masih rendah sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan pemanfaatan layanan tersebut. Penetapan fokus pelayanan merupakan salah satu implementasi strategi *targeting* karena rumah sakit memilih jenis layanan yang dinilai memiliki peluang berkembang sesuai kebutuhan masyarakat dan arah pengembangan organisasi.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa RSUD Ngimbang telah memanfaatkan data karakteristik pasien sebagai salah satu dasar dalam penyusunan strategi pemasaran. Namun, pemanfaatan data tersebut belum optimal karena rumah sakit belum memiliki sistem yang mampu mengolah data menjadi informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pemasaran secara cepat dan tepat. Kondisi tersebut menyebabkan strategi pemasaran masih memerlukan penguatan agar lebih berbasis data.

Menurut pendapat peneliti, strategi *targeting* yang diterapkan RSUD Ngimbang masih bersifat umum karena belum membedakan sasaran pemasaran berdasarkan jenis kepesertaan maupun karakteristik pasien. Rumah sakit masih memfokuskan pemasaran berdasarkan wilayah rujukan dan jenis pelayanan unggulan, sedangkan strategi pemasaran yang secara khusus ditujukan kepada pasien umum belum terlihat secara jelas. Padahal karakteristik pasien umum dan pasien peserta JKN memiliki kebutuhan serta pertimbangan yang berbeda dalam memilih pelayanan kesehatan. Oleh karena itu, rumah sakit dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih spesifik sesuai karakteristik masing-masing segmen agar kegiatan pemasaran menjadi lebih efektif.

Berdasarkan uji korelasi Spearman Rank diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,786 dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *positioning* dengan minat berkunjung pasien pada layanan rawat jalan di RSUD Ngimbang Lamongan.

Dari hasil penelitian, sebagian besar responden memberikan penilaian bagus terhadap *positioning* layanan rawat jalan RSUD Ngimbang Lamongan, yaitu sebanyak 69 responden (71,1%). Sementara itu, sebanyak 25 responden (25,7%) memberikan penilaian dalam kategori sedang dan 3 responden (3,2%) dalam kategori kurang. Pada variabel minat berkunjung, sebanyak 53 responden (54,6%) berada dalam kategori minat, sedangkan 43 responden (44,3%) berada dalam kategori kurang berminat dan 1 responden (1,03%) berada dalam kategori tidak berminat.

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas responden telah memiliki persepsi yang baik terhadap *positioning* layanan rawat jalan dan lebih dari setengah responden memiliki minat untuk berkunjung. Namun, hasil tersebut juga menunjukkan masih terdapat proporsi responden yang cukup besar pada kategori sedang/kurang dalam *positioning* maupun kategori kurang berminat dalam minat berkunjung.

Menurut pendapat peneliti, kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap layanan rawat jalan telah terbentuk pada sebagian besar pasien, tetapi belum sepenuhnya dirasakan secara optimal oleh seluruh responden. Dengan demikian, rumah sakit masih perlu mempertahankan *positioning* yang telah dinilai baik sekaligus melakukan perbaikan pada aspek pelayanan yang masih memperoleh penilaian kurang agar persepsi positif pasien dapat semakin kuat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori (Kotler & Keller, 2022) yang menyatakan bahwa *positioning* merupakan strategi perusahaan dalam menetapkan citra dan keunggulan produk atau jasa di benak konsumen sehingga memiliki nilai yang berbeda

dibandingkan pesaing. Pada penelitian ini, *positioning* diukur melalui indikator atribut pelayanan, manfaat pelayanan, dan kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan (*price-quality*). Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden memiliki persepsi yang baik terhadap *positioning* RSUD Ngimbang Lamongan sehingga diikuti dengan tingginya minat berkunjung pasien umum.

c. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dengan minat berkunjung pasien umum pada layanan rawat jalan di RSUD Ngimbang Lamongan, dapat disimpulkan bahwa strategi *segmenting* menunjukkan karakteristik pasien yang didominasi perempuan berusia 36-50 tahun, bekerja sebagai wiraswasta, berpenghasilan Rp1.000.000-Rp3.000.000 per bulan, sebagian besar berasal dari luar Kecamatan Ngimbang, serta memiliki frekuensi kunjungan 2-3 kali. Strategi *targeting* dilakukan melalui penetapan wilayah sasaran, kerja sama dengan fasilitas kesehatan tingkat pertama, serta pengembangan layanan prioritas seperti Poliklinik Jantung dan Poliklinik Anak. Selain itu, terdapat hubungan yang signifikan antara *positioning* dengan minat berkunjung pasien umum dengan nilai $p = 0,000$ dan koefisien korelasi sebesar 0,786 yang menunjukkan hubungan positif dan kuat. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kepuasan pasien, citra rumah sakit, kepercayaan, kompetensi tenaga kesehatan, waktu tunggu, aksesibilitas, kondisi sosial ekonomi, dan persaingan antar rumah sakit serta memperluas lokasi dan jumlah responden agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Almardiah, A., & Habibi, M. (2018). *Hubungan Mutu Pelayanan dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan di Klinik Islamic Center Kota Samarinda*.
- Apriyanti, H., & Sulistiadi, W. (2022). Peranan *Segmenting, Targeting, Positioning* Sebagai Strategi Pemasaran Rumah Sakit di Indonesia. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, 5(3), 233–238. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i3.2138>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Dian, S. P., & Mardiaty, N. (2024). Analisis Produk Layanan Rawat Inap Berdasarkan Strategi *Stp (Segmenting, Targeting, Positioning)* Dan Marketing Mix Di Rumah Sakit Hermina Depok. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 5, 11164–11168. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jkt.v5i4.31432>
- Dwiyani, F., & Sulistiadi, W. (2022). Komunikasi Pemasaran Terintegrasi dan Preferensi Pasien di Rumah Sakit Kambang Jambi. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 14 (1).
- Farina, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Ketersediaan Bpjs Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Igd Di RSUD Asih Husada Langensari Kota Banjar Jawa Barat. *Global Research and Innovation Journal (GREAT)*, 1 (3), 448–459.
- Febrian, Y. N. (2023). *Pengaruh Strategi , Dan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Yazzbrand Di Kabupaten Bireuen*.
- Fitriani, F., Ifansyah, M. N., & Zubaidah. (2026). Hubungan Marketing Mix dan Hospital Brand

- Image dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien di RSI Sultan Agung Banjarbaru Hubungan Marketing Mix dan Hospital Brand Image dengan Minat Kunjungan. *Jurnal ARSI : Administrasi Rumah Sakit Indonesia* Volume, 12(1). <https://doi.org/10.7454/arsi.v12i1.1235>
- Giusman, R., & Nurwahyuni, A. (2021). Evaluasi Pelayanan Rawat Jalan RS X Melalui *Segmenting, Targeting Positioning*. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS Dr. Soetomo*, 7(1), 72–77. <https://doi.org/10.29241/jmk.v7i1.595>
- Hariyono, I. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Rawat Jalan Di RSUD Besuki Kabupaten Situbondo. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Publik*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.37504/map.v8i3.744>
- Hastono, S. P. (2018). *Analisis Data pada Bidang Kesehatan* (1st, Cet.3 ed.). Rajagrafindo Persada, Depok.
- Kementrian Kesehatan. (2023). *Profil Kesehatan Indonesia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. *Journal of Marketing*, 37(1), 109–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1250781>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Lestari, E. D., & Suhenda, A. (2021). Analisis Segmentasi Pasien Rawat Jalan Di Rsud Singaparna Medika Citrautama Kabupaten Tasikmalaya. *Media Informasi Poltekkes Kemenkes Tasikmalaya*, 17(1), 28–36. <https://doi.org/10.37160/bmi.v17i1.634>
- Nainggolan, S. A. (2016). *Gambaran Segmentasi Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Muhammadiyah Taman Puting*.
- Nursya, F., Hardisman, & Semiarty, R. (2019). *Analisis Segmentasi dan Penentuan Target Pasar Pelanggan Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Universitas Andalas*. 8(3), 650–660.
- Oktarini, R. (2022). *Buku Ajar Strategi Pemasaran*.
- Putri, E. L., & Setyawati, H. A. (2020). *Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention Melalui Patient Satisfaction dan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pasien Rawat Inap RSUD Purwokondo Kebumen)*.
- Putu, N., Wahyuni, S., *Segmenting*, B. S. T. P., & *Positioning*, P. (2019). Analisis Produk Layanan Rawat Inap di RSUD Wangaya Denpasar Berdasarkan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan 4 P (Product, Price, Place, Promotion). *Jurnal ARSI : Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/arsi.v6i1.3666>
- Rahadi, A. R. (2016). Upaya Pemasaran Guna Meningkatkan Pemanfaatan Rawat Inap Berdasarkan Analisis Perilaku Konsumen Di Rumah Sakit Daerah Dr.H.Moh. Anwar Kabupaten Sumenep. *UNAIR REPOSITORY*.
- Rahman, A. V. (2023). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Pembelian Produk Minarako Padang Untuk Menentukan Target Pasar. *Journal of Science Education and Management Business*, 2(3), 178–184.
- Rahmiati, & Temesvari, N. A. (2020). *Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang*. 13(1), 13–21.
- Ratu, D. A. Y., Editama, F., Samino, & Ekasari, F. (2024). Analisis Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Pada Pasien Rawat Jalan Di Rsud Jend. Ahmad Yani Metro. *MAHESA: Malahayati Health Student Journal P-ISSN: 2746-198X E-ISSN: 2746-3486*, 4 (4), 1247–1266. <https://doi.org/https://doi.org/10.33024/mahesa.v4i4.13995>
- Richard, Goh, T. S., & Margery, E. (2018). *Pengaruh Analisa SWOT Dan Segmentasi Pasar Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di Pt . Seltech Utama Mandiri*. 4(2).
- Rizal, R., Shandy, V., Rusdi, M. S., & Afriyeni, H. (2024). Kajian Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Rawat Jalan RSUD Sungai Dareh. *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 03(02), 58–67.

- Sari, F., & Pangestuti. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54 (1). <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/22%0A31>
- Sari, N. (2022). Strategi STP Dan 4P Pada Marketing Produk Layanan Rawat Jalan Di Rumah Sakit Sultan Imanuddin Pangkalan Bun Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal ARSI (Administrasi Rumah Sakit Indonesia) Volume*, 8(1). <https://doi.org/10.7454/arsi.v8i1.4670>
- Sjahrudin, H., Safruddin, Wibowo, G. A., & Mahmud, S. (2024). *Metodologi Penelitian Ilmiah Panduan Praktis Untuk Perancangan, Pelaksanaan, dan Analisis Data* (M. Mirsal (ed.)). Media Penerbit Indonesia.
- Suci, P., Purnomo, S., Purboyo, & Adha, W. M. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)* (Dr. Hartin, pp. vi, 256). Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supratman, E., Antoni, D., Studi, P., Informatika, T., & Darma, U. B. (2019). *Kerangka Kerja Sistem Informasi Eksekutif Perguruan Tinggi*. 6(3). <https://doi.org/10.25126/jtiik.20196946>
- Ulinuha, U. Z., & Wijaya, S. (2023). *Gambaran Segmentation, Dan Di Rumah Sakit*. 10(1), 44–51.
- Valerie, S., Rachman, A. F., & Adriani, H. (2025). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Gen Z Pada Kawasan Wisata Lapangan Merdeka Jakarta*. 1(1), 90–100.
- Warti, L. V. F. (2023). *Hubungan Mutu Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan Umum Di Puskesmas Bareng*