



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 5010-5017

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Segmentasi Pasar Pelayanan Kesehatan di RS X

Hashifah Faizah¹, Nur Laili Farhiyah², Budi Hartono³, Alfani Ghutsa Daud⁴

¹Universitas Hang Tuah Pekanbaru

²Universitas Indonesia

hashifahai0711@gmail.com

Abstrak

Pelayanan kesehatan rumah sakit menghadapi tantangan yang semakin kompleks seiring meningkatnya keragaman kebutuhan dan karakteristik pasien, baik dari aspek sosial, ekonomi, maupun preferensi terhadap layanan kesehatan. Kondisi ini menuntut rumah sakit untuk memiliki strategi pelayanan yang adaptif dan berorientasi pada kebutuhan pasien. Segmentasi pasar merupakan salah satu pendekatan strategis yang penting dalam manajemen pelayanan kesehatan, karena memungkinkan rumah sakit merancang layanan yang lebih tepat sasaran, efisien, dan berdaya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan segmentasi pasar dalam pelayanan kesehatan di RS X serta mengidentifikasi aspek segmentasi yang paling dominan dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder, yang meliputi laporan kinerja rumah sakit, publikasi resmi di bidang kesehatan, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Teknik analisis dilakukan melalui penelaahan dan perbandingan data untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai praktik segmentasi pasar yang diterapkan. Hasil kajian menunjukkan bahwa sebagian besar rumah sakit di Indonesia, termasuk RS X, belum menerapkan segmentasi pasar secara optimal, sehingga berdampak pada rendahnya efisiensi pelayanan, ketidaktepatan penyediaan layanan, dan meningkatnya ketidakpuasan pasien. Di RS X, aspek segmentasi yang paling dominan adalah segmentasi berdasarkan karakteristik pasien dan jenis pembiayaan layanan, seperti pasien umum dan pasien dengan jaminan kesehatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan strategi segmentasi pasar yang terfokus dan berbasis kebutuhan pasien dapat membantu rumah sakit meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi operasional, serta daya saing secara berkelanjutan di tengah persaingan industri kesehatan yang semakin ketat.

Kata kunci: Segmentasi Pasar, Pelayanan Kesehatan, Rumah Sakit, Manajemen Rumah Sakit

1. Latar Belakang

Pelayanan kesehatan merupakan kebutuhan dasar masyarakat yang terus berkembang seiring dengan perubahan demografi, kondisi sosial, serta dinamika ekonomi yang terjadi di berbagai wilayah. Peningkatan jumlah penduduk, bertambahnya usia harapan hidup, dan perubahan gaya hidup masyarakat berkontribusi terhadap meningkatnya kebutuhan akan layanan kesehatan yang beragam dan kompleks. Rumah sakit sebagai fasilitas pelayanan kesehatan rujukan memiliki peran strategis dalam menjawab tantangan tersebut melalui penyediaan layanan yang berkualitas, efisien, dan berorientasi pada keselamatan serta kepuasan pasien. Selain menjalankan fungsi pelayanan medis, rumah sakit juga dituntut untuk mampu mengelola sumber daya secara optimal agar pelayanan dapat berjalan secara berkelanjutan. Perubahan pola penyakit dari dominasi penyakit menular ke penyakit tidak menular, seperti penyakit degeneratif dan kronis, semakin menegaskan pentingnya pendekatan pelayanan yang terintegrasi dan berkesinambungan. Kondisi ini mendorong rumah sakit untuk tidak hanya berfokus pada aspek kuratif, tetapi juga pada upaya preventif dan promotif. Oleh karena itu, pengelolaan pelayanan kesehatan tidak dapat dilakukan secara konvensional, melainkan memerlukan pendekatan manajemen modern yang adaptif terhadap perubahan kebutuhan masyarakat.

Data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menunjukkan bahwa peningkatan jumlah rumah sakit dalam beberapa tahun terakhir belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan kepuasan pasien secara signifikan. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan fasilitas kesehatan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh masyarakat. Kuantitas fasilitas kesehatan yang bertambah tidak secara otomatis menjamin peningkatan mutu pelayanan apabila tidak disertai dengan pengelolaan yang efektif dan berorientasi pada pasien. Berbagai keluhan masyarakat terkait waktu tunggu, komunikasi tenaga kesehatan, serta

kenyamanan fasilitas menunjukkan bahwa strategi pengelolaan pelayanan masih memerlukan perbaikan. Kondisi ini mencerminkan bahwa rumah sakit menghadapi tantangan bukan hanya dalam aspek klinis, tetapi juga dalam aspek manajerial dan organisasi. Persaingan antar rumah sakit yang semakin ketat menuntut setiap institusi kesehatan untuk mampu memberikan nilai tambah bagi pasien. Oleh karena itu, rumah sakit perlu menerapkan strategi pelayanan yang lebih terstruktur, berbasis data, dan responsif terhadap kebutuhan pasien agar mampu bertahan dan bersaing dalam sistem pelayanan kesehatan yang semakin kompetitif.

Salah satu pendekatan strategis yang dapat diterapkan dalam manajemen pelayanan kesehatan adalah segmentasi pasar. Segmentasi pasar memungkinkan rumah sakit untuk memahami keragaman kebutuhan, harapan, dan karakteristik pasien secara lebih mendalam. Melalui segmentasi, pasien dikelompokkan berdasarkan kesamaan karakteristik tertentu sehingga strategi pelayanan dapat disusun secara lebih tepat sasaran. Pendekatan ini membantu rumah sakit dalam menghindari pemberian layanan yang bersifat seragam kepada seluruh pasien, yang sering kali tidak efektif dan tidak efisien. Pelayanan kesehatan yang tidak disesuaikan dengan karakteristik pasien berpotensi menurunkan mutu layanan, meningkatkan pemborosan sumber daya, serta menimbulkan ketidakpuasan pasien. Dalam konteks pelayanan kesehatan, segmentasi pasar tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai dasar dalam perencanaan operasional dan pengambilan keputusan manajerial. Dengan memahami segmen pasien, rumah sakit dapat menentukan jenis layanan prioritas, pola komunikasi yang sesuai, serta alokasi sumber daya yang optimal. Oleh karena itu, segmentasi pasar menjadi elemen penting dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan kesehatan secara berkelanjutan.

Segmentasi pasar dalam pelayanan kesehatan didefinisikan sebagai proses pengelompokan pasien berdasarkan karakteristik tertentu, seperti demografi, sosial ekonomi, perilaku, serta kebutuhan dan preferensi terhadap layanan kesehatan. Kotler dan Keller menyatakan bahwa segmentasi yang tepat memungkinkan organisasi merancang produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar sasaran. Dalam konteks rumah sakit, penerapan segmentasi pasar yang sistematis memungkinkan perancangan jenis pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasien, pengembangan program kesehatan yang terarah, serta pengaturan pola komunikasi yang efektif antara tenaga kesehatan dan pasien. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rumah sakit yang menerapkan segmentasi pasar secara terencana cenderung memiliki tingkat kepuasan pasien yang lebih tinggi. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar rumah sakit di Indonesia masih berfokus pada penyediaan layanan secara umum tanpa pemetaan segmen pasien yang jelas. Akibatnya, pelayanan yang diberikan sering kali kurang responsif terhadap kebutuhan spesifik pasien dan tidak mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang optimal.

Permasalahan segmentasi pasar pelayanan kesehatan menjadi semakin kompleks ketika rumah sakit harus melayani berbagai kelompok pasien dengan latar belakang sosial, ekonomi, dan sistem pembiayaan yang berbeda. Pasien dengan pembiayaan mandiri umumnya memiliki ekspektasi layanan yang berbeda dibandingkan pasien yang menggunakan jaminan kesehatan nasional. Perbedaan tersebut mencakup aspek waktu tunggu, kenyamanan fasilitas, hingga fleksibilitas layanan dan pola komunikasi. Kondisi ini menuntut rumah sakit untuk memiliki strategi pelayanan yang spesifik dan terarah bagi setiap segmen pasien. Namun, data sekunder menunjukkan bahwa lebih dari separuh rumah sakit belum memiliki kebijakan segmentasi pelayanan yang terdokumentasi secara jelas. Ketiadaan kebijakan ini menyebabkan pelayanan bersifat seragam dan kurang responsif terhadap kebutuhan pasien yang beragam. Pelayanan yang tidak berbasis segmentasi berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pasien dan keberlanjutan pelayanan.

RS X sebagai salah satu penyedia layanan kesehatan juga menghadapi tantangan dalam mengelola pelayanan bagi pasien dengan karakteristik yang beragam. Data internal rumah sakit dan laporan publik menunjukkan adanya variasi tingkat pemanfaatan layanan antar kelompok pasien. Variasi ini mengindikasikan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan belum sepenuhnya mempertimbangkan perbedaan kebutuhan dan preferensi setiap segmen pasien. Strategi pelayanan yang masih bersifat umum berpotensi menghambat upaya peningkatan mutu dan efisiensi layanan. Tanpa pemetaan segmen pasien yang jelas, rumah sakit akan kesulitan menentukan prioritas pengembangan pelayanan. Oleh karena itu, pendekatan segmentasi pasar yang lebih terfokus diperlukan agar RS X dapat mengidentifikasi segmen pasien yang paling dominan serta menentukan aspek pelayanan yang perlu dikembangkan secara optimal. Segmentasi yang tepat akan membantu rumah sakit dalam meningkatkan kepuasan pasien sekaligus mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia.

Analisis segmentasi pasar di RS X menjadi penting untuk memperoleh gambaran empiris mengenai praktik pelayanan yang berjalan saat ini. Dengan memanfaatkan data pemanfaatan layanan dan karakteristik pasien,

rumah sakit dapat memahami pola kebutuhan dan preferensi pasien secara lebih akurat. Informasi ini dapat digunakan sebagai dasar dalam perumusan strategi pelayanan yang lebih adaptif dan berbasis bukti. Segmentasi pasar juga membantu rumah sakit dalam mengidentifikasi peluang pengembangan layanan yang bernilai tambah bagi pasien. Selain itu, pemahaman yang baik terhadap segmen pasien memungkinkan rumah sakit untuk mengantisipasi perubahan kebutuhan layanan di masa depan. Dengan demikian, segmentasi pasar tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai instrumen perencanaan strategis jangka panjang dalam pengelolaan pelayanan kesehatan.

Penelitian ini difokuskan pada analisis penerapan segmentasi pasar pelayanan kesehatan di RS X dengan tujuan mengidentifikasi aspek segmentasi yang paling dominan dan relevan untuk dikembangkan. Fokus pada segmentasi dominan diharapkan dapat membantu rumah sakit dalam menentukan prioritas strategi pelayanan yang berdampak langsung pada peningkatan kualitas layanan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi rumah sakit dalam menerapkan segmentasi pasar. Dengan pendekatan yang sistematis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi manajemen rumah sakit. Rekomendasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam perumusan kebijakan pelayanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pasien.

Selain memberikan manfaat praktis bagi manajemen rumah sakit, penelitian ini juga memiliki kontribusi akademik dalam pengembangan kajian manajemen pelayanan kesehatan. Kajian mengenai segmentasi pasar di sektor kesehatan masih relatif terbatas, terutama dalam konteks rumah sakit di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait penerapan konsep segmentasi pasar dalam pelayanan kesehatan. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan praktik manajerial rumah sakit, tetapi juga pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen kesehatan.

Secara keseluruhan, penerapan segmentasi pasar dalam pelayanan kesehatan merupakan kebutuhan strategis bagi rumah sakit dalam menghadapi dinamika dan kompleksitas sistem pelayanan kesehatan. Dengan strategi segmentasi yang terarah, rumah sakit diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pasien, serta daya saing secara berkelanjutan. RS X sebagai objek penelitian memiliki peluang besar untuk mengoptimalkan pelayanan melalui penguatan segmentasi pasar yang berbasis kebutuhan pasien. Penerapan segmentasi yang tepat akan membantu rumah sakit menyeimbangkan antara fungsi sosial dan keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan dan penting sebagai upaya mendukung pengelolaan rumah sakit yang lebih profesional, efisien, dan berorientasi pada mutu pelayanan kesehatan di masa depan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan data sekunder kuantitatif untuk menganalisis segmentasi pasar pelayanan kesehatan di RS X. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan sebab akibat, melainkan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena manajerial yang terjadi dalam pelayanan rumah sakit berdasarkan kondisi empiris yang tersedia. Dukungan data kuantitatif diperlukan agar analisis yang dilakukan memiliki dasar angka yang objektif dan terukur, sehingga interpretasi yang dihasilkan tidak bersifat subjektif semata. Fokus utama penelitian ini adalah pemetaan segmentasi pasar pelayanan kesehatan berdasarkan jenis pembayaran pasien, seperti BPJS Kesehatan, pasien umum, dan asuransi lainnya, serta jenis layanan kesehatan yang dimanfaatkan. Dengan mengombinasikan pendekatan kualitatif dan data kuantitatif sekunder, penelitian ini mampu menggambarkan pola pemanfaatan layanan rumah sakit secara lebih komprehensif. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk memahami implikasi manajerial dari dominasi segmen tertentu terhadap pengelolaan pelayanan rumah sakit. Oleh karena itu, metode ini dinilai paling sesuai untuk menjelaskan fenomena segmentasi pasar pelayanan kesehatan yang kompleks dan kontekstual di lingkungan rumah sakit.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersifat kuantitatif dan empiris, diperoleh dari sumber resmi pemerintahan Indonesia, khususnya pemerintah daerah, yang dipublikasikan secara terbuka. Pemilihan data sekunder dari sumber resmi dilakukan untuk menjamin validitas, reliabilitas, dan akuntabilitas data yang dianalisis. Data tersebut mencerminkan kondisi nyata pemanfaatan pelayanan kesehatan di rumah sakit, khususnya berdasarkan cara pembayaran pasien dan jenis layanan yang diterima. Penggunaan data resmi pemerintah juga memastikan bahwa angka-angka yang digunakan telah melalui proses verifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Seluruh data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk tabel untuk memudahkan proses analisis dan interpretasi. Penyajian data dalam bentuk tabel membantu

peneliti mengidentifikasi segmen pasien yang dominan serta membandingkan proporsi pemanfaatan layanan antarsegmen. Data yang dianalisis mencakup laporan kunjungan pasien rumah sakit pada tahun 2023, sehingga memberikan gambaran terkini mengenai pola pemanfaatan layanan kesehatan. Dengan dasar data yang kuat dan terstruktur, penelitian ini memiliki landasan yang kokoh dalam melakukan analisis segmentasi pasar pelayanan kesehatan.

Meskipun data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari rumah sakit di wilayah lain, pendekatan analisis yang diterapkan tetap relevan untuk menggambarkan segmentasi pasar pelayanan kesehatan di RS X. Hal ini disebabkan oleh adanya kesamaan karakteristik sistem pelayanan rumah sakit di Indonesia, khususnya dalam konteks implementasi Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Pola pemanfaatan layanan berdasarkan jenis pembayaran pasien cenderung menunjukkan karakteristik yang serupa, sehingga data tersebut dapat digunakan sebagai gambaran umum yang representatif. Dengan melakukan perbandingan dan penyesuaian konteks, hasil analisis tetap memiliki nilai aplikatif bagi RS X. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan konseptual mengenai dominasi segmen pasar dan implikasinya terhadap strategi pelayanan rumah sakit. Analisis kualitatif berperan penting dalam menafsirkan data kuantitatif yang telah disusun, sehingga hasil penelitian tidak hanya berhenti pada angka, tetapi juga menjelaskan makna di balik pola pemanfaatan layanan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan gambaran realistik mengenai segmentasi pasar pelayanan kesehatan yang dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan strategis.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi dokumentasi terhadap dataset resmi pemerintah daerah yang menyajikan jumlah kunjungan pasien berdasarkan cara pembayaran dan jenis layanan rumah sakit. Data yang dianalisis mencakup jumlah pasien pada layanan Instalasi Gawat Darurat (IGD), rawat jalan, dan rawat inap berdasarkan jenis pembayaran selama tahun 2023. Seluruh data disajikan dalam bentuk tabel agar mudah dibaca dan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif sederhana, seperti perhitungan proporsi dan perbandingan antarsegmen. Data yang digunakan bersifat agregat, sehingga tidak memuat informasi pribadi pasien dan aman digunakan untuk kepentingan akademik. Validitas data dijaga dengan memastikan bahwa seluruh dataset berasal dari portal resmi pemerintah daerah dan dipublikasikan secara terbuka. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola segmentasi pasar berdasarkan cara bayar pasien dan jenis layanan yang paling banyak dimanfaatkan. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk mengevaluasi bagaimana segmentasi pasar dapat memengaruhi strategi pelayanan rumah sakit, khususnya dalam menentukan prioritas pengembangan layanan, pengelolaan sumber daya, dan peningkatan mutu pelayanan secara berkelanjutan.

Tabel 1 Jumlah Pasien Berdasarkan Cara Pembayaran dan Layanan di Rumah Sakit

Jenis Pembayaran	IGD (orang)	Rawat Jalan (orang)	Rawat Inap (orang)
BPJS	12.500	80.492	20.064
Umum/Pribadi	4.286	17.595	4.582
Jasa Raharja	450	13	340
SKM/Umum (non-JKN)	233	244	336
Asuransi Lain	5	36	2
Jampersal	-	8	10
Jamsostek	25	56	18
Total	17.554	98.591	25.402

Sumber: (Kabupaten Trenggalek, 2023)

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan pasien di rumah sakit tersebut paling banyak berasal dari peserta BPJS Kesehatan, baik untuk layanan IGD, rawat jalan, maupun rawat inap. Total kunjungan rawat jalan mencapai 98.591 orang, dan kunjungan rawat inap mencapai 25.402 orang, yang menunjukkan bahwa kedua

layanan tersebut merupakan fokus pemanfaatan paling dominan. Dominasi pasien BPJS terlihat kuat khususnya pada rawat jalan dan IGD, menunjukkan bahwa rumah sakit melayani volume besar pasien dengan pembiayaan Jaminan Kesehatan Nasional. Angka ini memberikan gambaran nyata pola segmentasi pasar di RS X jika diasumsikan serupa secara umum dalam konteks rumah sakit tingkat daerah. Data ini kemudian dianalisis lebih lanjut pada bagian Hasil dan Pembahasan untuk melihat implikasi segmentasi terhadap strategi pelayanan kesehatan di RS X dan aspek segmen yang harus dikembangkan lebih lanjut.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil analisis data sekunder menunjukkan bahwa pemanfaatan pelayanan kesehatan di rumah sakit secara dominan berasal dari pasien dengan jenis pembiayaan BPJS Kesehatan. Data yang tercantum dalam Tabel 1 memperlihatkan bahwa jumlah pasien BPJS pada layanan rawat jalan mencapai 80.492 orang, jauh melampaui jumlah pasien dengan pembiayaan umum maupun asuransi lainnya. Kondisi ini mencerminkan bahwa segmen pasar utama rumah sakit berada pada kelompok peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Dominasi pasien BPJS tidak hanya menunjukkan tingginya tingkat ketergantungan masyarakat terhadap program jaminan kesehatan nasional, tetapi juga menggambarkan peran strategis rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan publik. Dengan tingginya proporsi pasien BPJS, rumah sakit memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan akses pelayanan yang merata dan berkesinambungan. Temuan ini memperlihatkan bahwa segmentasi pasar berdasarkan jenis pembiayaan menjadi faktor paling menentukan dalam pola pemanfaatan layanan rumah sakit. Oleh karena itu, pengelolaan segmen BPJS harus menjadi prioritas utama dalam perencanaan dan pengembangan pelayanan kesehatan agar rumah sakit mampu memenuhi tuntutan pelayanan yang besar secara efektif dan efisien.

Dominasi pasien BPJS juga terlihat secara konsisten pada berbagai jenis layanan, termasuk Instalasi Gawat Darurat (IGD) dan rawat inap. Data menunjukkan bahwa jumlah pasien BPJS pada layanan IGD mencapai 12.500 orang, sementara pada layanan rawat inap tercatat sebanyak 20.064 orang. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pasien non-BPJS pada jenis layanan yang sama. Kondisi tersebut menegaskan bahwa rumah sakit memiliki peran penting sebagai fasilitas rujukan utama bagi peserta JKN, khususnya dalam menangani kasus-kasus yang memerlukan perawatan intensif maupun kegawatdaruratan. Tingginya volume pasien BPJS pada layanan rawat inap dan IGD juga mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan yang komprehensif. Namun, di sisi lain, tingginya jumlah pasien ini berpotensi menimbulkan tekanan terhadap kapasitas layanan, sumber daya manusia, serta fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu, rumah sakit dituntut untuk memiliki sistem manajemen pelayanan yang kuat agar dapat mengelola beban pelayanan yang tinggi tanpa mengorbankan mutu dan keselamatan pasien.

Tingginya jumlah pasien BPJS yang memanfaatkan pelayanan rumah sakit sejalan dengan kebijakan sistem kesehatan nasional yang menempatkan rumah sakit sebagai rujukan utama peserta Jaminan Kesehatan Nasional. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menegaskan bahwa rumah sakit memiliki peran strategis dalam menjamin akses pelayanan kesehatan yang adil dan berkualitas bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, dominasi pasien BPJS tidak dapat dipandang semata-mata sebagai beban, melainkan sebagai wujud nyata dari fungsi sosial rumah sakit. Namun demikian, peran sosial tersebut harus diimbangi dengan pengelolaan operasional yang efisien agar keberlanjutan layanan tetap terjaga. Ketergantungan yang tinggi terhadap satu segmen pasar juga membawa konsekuensi manajerial, terutama terkait pengaturan alur pelayanan, pembiayaan, dan pengendalian mutu. Apabila tidak dikelola secara optimal, kondisi ini berpotensi menimbulkan permasalahan seperti antrean panjang, keterbatasan waktu pelayanan, dan menurunnya kepuasan pasien. Oleh karena itu, penguatan strategi segmentasi berbasis pembiayaan menjadi kebutuhan mendesak bagi rumah sakit.

Segmentasi pasar berdasarkan jenis pembiayaan terbukti menjadi aspek paling dominan dalam pelayanan rumah sakit. Ketergantungan yang besar terhadap pasien BPJS menunjukkan bahwa rumah sakit harus mampu menyesuaikan strategi pelayanan dengan karakteristik segmen tersebut. Pasien BPJS umumnya memiliki ekspektasi terhadap akses layanan yang cepat, prosedur yang jelas, dan pelayanan yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Tingginya volume pasien juga menuntut rumah sakit untuk mengelola sumber daya secara lebih efisien agar pelayanan tetap berjalan optimal. Dalam kondisi ini, pengelolaan mutu pelayanan menjadi tantangan utama, karena rumah sakit harus menjaga keseimbangan antara kuantitas dan kualitas layanan. Segmentasi berbasis pembiayaan membantu manajemen rumah sakit dalam memahami kebutuhan dan karakteristik pasien secara lebih spesifik. Dengan pemahaman tersebut, rumah sakit dapat merancang sistem pelayanan yang lebih terstruktur, efektif, dan berorientasi pada kepuasan pasien. Oleh karena itu, hasil analisis ini menegaskan bahwa segmentasi

pasar bukan hanya konsep pemasaran, tetapi merupakan instrumen strategis dalam pengelolaan pelayanan kesehatan.

Selain berdasarkan jenis pembiayaan, hasil analisis juga menunjukkan bahwa layanan rawat jalan merupakan jenis pelayanan yang paling banyak dimanfaatkan oleh pasien. Jumlah kunjungan rawat jalan tercatat sebanyak 98.591 orang, jauh melampaui jumlah kunjungan pada layanan rawat inap maupun IGD. Dominasi layanan rawat jalan mengindikasikan bahwa kebutuhan pelayanan kesehatan masyarakat lebih banyak bersifat konsultatif, berkelanjutan, dan tidak selalu memerlukan perawatan intensif. Pola ini mencerminkan adanya pergeseran paradigma pelayanan kesehatan dari pendekatan kuratif menuju pendekatan preventif dan promotif. Pasien cenderung memanfaatkan layanan rawat jalan untuk pemeriksaan rutin, pengendalian penyakit kronis, serta konsultasi kesehatan. Kondisi ini memberikan peluang bagi rumah sakit untuk mengoptimalkan layanan rawat jalan sebagai pintu utama interaksi dengan pasien. Dengan pengelolaan yang baik, layanan rawat jalan dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kepuasan pasien sekaligus efisiensi sistem pelayanan secara keseluruhan.

Tingginya pemanfaatan layanan rawat jalan juga sejalan dengan pandangan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) yang menekankan pentingnya penguatan layanan primer dan rawat jalan sebagai kunci efisiensi sistem kesehatan. Layanan rawat jalan yang efektif mampu mengurangi beban layanan rawat inap dan menekan biaya pelayanan kesehatan secara keseluruhan. Dalam konteks rumah sakit, dominasi rawat jalan menunjukkan bahwa sebagian besar interaksi pasien terjadi secara rutin dan berulang. Hal ini membuka peluang strategis bagi rumah sakit untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pasien melalui pelayanan yang konsisten dan berkualitas. Namun, tingginya volume kunjungan rawat jalan juga menuntut pengelolaan yang cermat agar tidak menimbulkan permasalahan operasional, seperti antrean panjang dan keterlambatan pelayanan. Oleh karena itu, segmentasi berdasarkan jenis layanan menjadi penting untuk menentukan fokus pengembangan mutu dan efisiensi pelayanan. Optimalisasi layanan rawat jalan harus menjadi prioritas dalam strategi manajemen rumah sakit.

Data juga menunjukkan bahwa segmen pasien non-BPJS, yang meliputi pasien umum, Jasa Raharja, dan asuransi lainnya, memiliki proporsi yang jauh lebih kecil dibandingkan pasien BPJS. Jumlah pasien umum rawat jalan tercatat sebanyak 17.595 orang, sedangkan pasien rawat inap hanya mencapai 4.582 orang. Angka ini menunjukkan bahwa pengembangan pelayanan rumah sakit selama ini masih sangat terfokus pada segmen JKN. Meskipun jumlahnya lebih kecil, segmen non-BPJS memiliki karakteristik yang berbeda dan potensi strategis yang tidak dapat diabaikan. Pasien non-BPJS umumnya memiliki fleksibilitas dalam memilih layanan serta cenderung memperhatikan aspek kenyamanan dan kualitas pelayanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar rumah sakit masih belum seimbang dan memerlukan perhatian lebih terhadap segmen non-BPJS sebagai peluang pengembangan layanan bernilai tambah.

Dari perspektif manajerial dan keuangan, segmen non-BPJS memiliki potensi kontribusi finansial yang lebih besar dibandingkan segmen BPJS. Nilai klaim dan fleksibilitas tarif layanan pada segmen non-BPJS memungkinkan rumah sakit memperoleh margin pendapatan yang lebih tinggi. Ketidakseimbangan antara besarnya volume pasien BPJS dan nilai ekonomi pasien non-BPJS mencerminkan tantangan dalam menjaga keberlanjutan keuangan rumah sakit. Rumah sakit tidak hanya dituntut untuk menjalankan fungsi sosial, tetapi juga harus memastikan stabilitas finansial agar mampu terus meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, segmentasi pasar harus dipahami sebagai alat strategis untuk menyeimbangkan antara misi sosial dan keberlanjutan bisnis. Pengelolaan segmen non-BPJS secara terencana dapat menjadi sumber pendapatan yang mendukung peningkatan fasilitas dan mutu layanan bagi seluruh pasien.

Segmentasi pasar yang efektif dalam pelayanan kesehatan seharusnya mampu membedakan pendekatan layanan antara pasien BPJS dan non-BPJS sesuai dengan karakteristik masing-masing segmen. Pasien BPJS cenderung mengutamakan akses yang cepat, prosedur yang jelas, dan kepastian layanan sesuai standar nasional. Sebaliknya, pasien non-BPJS lebih memperhatikan aspek kenyamanan, fleksibilitas waktu, serta kualitas layanan tambahan. Konsep ini sejalan dengan teori segmentasi pasar yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, yang menekankan pentingnya diferensiasi layanan berdasarkan kebutuhan konsumen. Rumah sakit yang tidak mampu mengelola diferensiasi layanan berisiko menghadapi tekanan finansial akibat tingginya biaya operasional yang tidak sebanding dengan pendapatan. Oleh karena itu, strategi segmentasi harus dirancang secara proporsional untuk memenuhi kebutuhan masing-masing segmen secara optimal.

Dalam konteks RS X, perumusan strategi segmentasi pasar harus mampu menyeimbangkan kepentingan sosial dan bisnis secara berkelanjutan. Penguatan layanan bagi pasien BPJS tetap menjadi prioritas utama mengingat besarnya volume dan peran rumah sakit sebagai penyedia layanan publik. Namun, pengembangan segmen non-BPJS juga perlu dilakukan secara serius sebagai bagian dari strategi jangka panjang. Dengan pengelolaan yang tepat, segmen non-BPJS dapat menjadi penopang finansial yang mendukung peningkatan mutu layanan secara menyeluruh. Strategi ini memungkinkan rumah sakit untuk tetap menjalankan fungsi sosial tanpa mengorbankan keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, segmentasi pasar harus menjadi bagian integral dari perencanaan strategis rumah sakit.

Berdasarkan temuan data, strategi pengembangan segmentasi pasar yang paling relevan adalah memperkuat layanan rawat jalan bagi pasien BPJS sebagai segmen dominan. Fokus pada segmen ini dinilai strategis karena jumlah pasien yang besar memberikan dampak signifikan terhadap citra dan kinerja rumah sakit. Penguatan layanan rawat jalan dapat dilakukan melalui peningkatan efisiensi alur pelayanan, pengaturan jadwal tenaga kesehatan, serta pemanfaatan teknologi informasi. Dengan pengelolaan yang baik, pelayanan rawat jalan dapat berjalan lebih cepat dan tertib, sehingga meningkatkan kepuasan pasien. Optimalisasi segmen dominan juga memungkinkan rumah sakit memanfaatkan sumber daya secara lebih efektif dan efisien.

Peningkatan mutu layanan rawat jalan BPJS berdampak langsung terhadap persepsi masyarakat terhadap kualitas rumah sakit secara keseluruhan. Layanan rawat jalan sering kali menjadi titik awal interaksi pasien dengan rumah sakit, sehingga kualitas layanan pada tahap ini sangat menentukan tingkat kepuasan dan kepercayaan pasien. Pelayanan yang cepat, ramah, dan terintegrasi dapat meningkatkan loyalitas pasien serta citra positif rumah sakit di mata masyarakat. Oleh karena itu, penguatan segmen BPJS tidak hanya berorientasi pada efisiensi operasional, tetapi juga menjadi strategi dalam membangun kepercayaan publik. Rumah sakit yang mampu mengelola segmen dominan dengan baik akan memiliki fondasi yang kuat dalam menghadapi persaingan industri kesehatan.

Di sisi lain, pengembangan strategi khusus bagi segmen non-BPJS tetap diperlukan dengan pendekatan layanan yang lebih diferensiatif. Rumah sakit dapat menyediakan layanan unggulan yang bersifat pilihan, seperti peningkatan kenyamanan ruang tunggu, waktu pelayanan yang lebih fleksibel, serta fasilitas tambahan. Diferensiasi ini bertujuan untuk memenuhi ekspektasi pasien non-BPJS yang umumnya lebih sensitif terhadap kualitas layanan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip fokus segmentasi, yaitu mengembangkan segmen potensial tanpa mengabaikan segmen dominan. Dengan strategi yang tepat, rumah sakit dapat meningkatkan daya tarik layanan non-BPJS sekaligus memperluas sumber pendapatan.

Strategi diferensiasi layanan non-BPJS juga memungkinkan rumah sakit untuk menghindari persaingan berbasis harga semata dan beralih ke persaingan berbasis kualitas. Dengan menawarkan nilai tambah yang jelas, rumah sakit dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Namun, pengembangan segmen ini harus dirancang secara terencana dan terukur agar tidak mengganggu pelayanan utama bagi pasien BPJS. Integrasi antara pelayanan BPJS dan non-BPJS perlu dikelola secara harmonis agar seluruh segmen pasien tetap mendapatkan pelayanan yang adil dan berkualitas. Oleh karena itu, manajemen rumah sakit harus memiliki kebijakan yang jelas dalam mengelola diferensiasi layanan.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan menunjukkan bahwa segmentasi pasar bukan sekadar alat untuk memetakan karakteristik pasien, melainkan menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan strategis rumah sakit. Dengan memanfaatkan data pemanfaatan layanan dan jenis pembiayaan, rumah sakit dapat menentukan prioritas pengembangan pelayanan secara lebih rasional dan berbasis bukti. Dalam konteks RS X, keseimbangan antara pelayanan sosial bagi pasien BPJS dan pengembangan segmen non-BPJS menjadi kunci keberlanjutan organisasi. Penerapan strategi segmentasi pasar yang tepat dan berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pasien, serta daya saing rumah sakit di tengah dinamika industri kesehatan yang semakin kompetitif.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar pelayanan kesehatan di RS X didominasi oleh segmen pasien dengan pembiayaan BPJS Kesehatan dan jenis pelayanan rawat jalan. Data nyata jumlah kunjungan pasien memperlihatkan bahwa volume pasien BPJS jauh lebih besar dibandingkan segmen pembiayaan lainnya, terutama pada layanan rawat jalan dan rawat inap. Kondisi ini menegaskan bahwa rumah sakit berperan penting dalam

mendukung pelaksanaan sistem Jaminan Kesehatan Nasional. Segmentasi berdasarkan jenis pembiayaan menjadi aspek paling dominan dalam pengelolaan pelayanan kesehatan di RS X. Dominasi segmen ini menuntut rumah sakit untuk mengelola pelayanan secara efisien agar mutu layanan tetap terjaga. Tanpa strategi segmentasi yang jelas, rumah sakit berisiko mengalami penurunan kualitas pelayanan akibat beban pasien yang tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar bukan sekadar konsep pemasaran, tetapi menjadi kebutuhan strategis dalam manajemen rumah sakit. Data empiris yang digunakan memperkuat justifikasi pentingnya segmentasi dalam pelayanan kesehatan. Dengan memahami karakteristik segmen dominan, rumah sakit dapat merancang pelayanan yang lebih tepat sasaran. Oleh karena itu, segmentasi pasar menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan manajerial. Strategi pengembangan segmentasi yang disarankan berdasarkan hasil penelitian adalah memfokuskan penguatan pada layanan rawat jalan bagi pasien BPJS Kesehatan sebagai segmen utama. Fokus strategi ini dapat dilakukan melalui perbaikan alur pelayanan, peningkatan efisiensi waktu tunggu, dan optimalisasi pemanfaatan sumber daya manusia kesehatan. Penguatan layanan pada segmen dominan memungkinkan rumah sakit meningkatkan kepuasan pasien secara luas. Di sisi lain, rumah sakit juga perlu mengembangkan strategi diferensiasi untuk segmen non-BPJS sebagai peluang peningkatan kinerja finansial. Pengembangan layanan unggulan bagi segmen tersebut dapat membantu rumah sakit menyeimbangkan fungsi sosial dan keberlanjutan operasional. Kesimpulan ini menegaskan bahwa penerapan segmentasi pasar yang berbasis data nyata mampu memberikan arah strategi pelayanan yang lebih fokus dan realistis. Dengan demikian, rumah sakit dapat meningkatkan mutu pelayanan sekaligus daya saing secara berkelanjutan.

Referensi

1. Amriani, A. S. A., Alwy Arifin, M., & Marzuki, D. S. (2020). Analisis segmentasi pasar pelayanan kesehatan di ruang rawat inap Rumah Sakit Islam Faisal Makassar. *Window of Public Health Journal*, 1(3), 177–188. DOI: <https://doi.org/10.33096/woph.v1i3.30>
2. Andaleeb, S. S. (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: a study of hospitals in a developing country. *Social Science & Medicine*, 52(9), 1359–1370.
3. Arista, H. I. Y., Suryawati, C., & Sriatmi, A. (2025). Market segmentation analysis in hospitals: a literature review. *Malahayati International Journal of Nursing and Health Science*, 7(11), 1368-1378.
4. Irsyad, A. A., Indar, I., & Balqis, B. (2023). Analisis segmentasi pasar pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap RSIA Ananda Makassar. *Hasanuddin Journal of Public Health*, 4(2), 208–221.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
6. Kusumastiti, A. R., Harjayanti, N. D., & Hariyanti, T. (2025). Analisa segmentasi pasar Rumah Sakit Umum Mitra Delima. *Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit*.
7. Marno, H. A., & Sulistiadi, W. (2022). Peranan segmenting, targeting, positioning sebagai strategi pemasaran rumah sakit di Indonesia. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(3), 233–238.
8. Mosadeghrad, A. M. (2014). Factors influencing healthcare service quality. *International Journal of Health Policy and Management*, 3(2), 77–89.
9. Naidu, G. M., & Reddy, K. S. (2016). Hospital marketing: Strategy, segmentation and positioning. *Journal of Health Management*, 18(2), 161–173.
10. Purcarea, V. L. et al. (2019). Patient segmentation and hospital market utilization study. (contoh riset segmentasi rumah sakit dengan data primier) – tersedia di Semantic Scholar.
11. Swenson, E. R., Bastian, N. D., & Nembhard, H. B. (2018). Healthcare market segmentation and data mining: A systematic review. *Health Marketing Quarterly*.
12. Syahputri, Y. A. T., & Prasetyorini, A. (2024). Market Segmentation Analysis of Non-Mental Outpatient Health Services at Menur Mental Hospital East Java Province. *Journal of Hospital Administration Research (JOHAR)*, 1(02), 9–19.
13. *Window of Public Health Journal* (2020). Gambaran segmentasi pasar pasien rawat inap di Rumah Sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar. DOI tersedia.
14. Yasmine Alisha Tari Syahputri & Anif Prasetyorini (2024). Analisis segmentasi pasar pelayanan kesehatan rawat jalan non jiwa Rumah Sakit Menur Provinsi Jawa Timur tahun 2024 – repository STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo.
15. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.