

## MANAJEMEN PEMASARAN RUMAH SAKIT DAN DAMPAKNYA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN: TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS

Devi Nofiana Fransiska<sup>1</sup>, Hendry WIBOWO<sup>2</sup>  
[devinoviana0711@gmail.com](mailto:devinoviana0711@gmail.com)<sup>1</sup>, [endrywib@gmail.com](mailto:endrywib@gmail.com)<sup>2</sup>  
Universitas Muhammadiyah Muara Bungo

### ABSTRAK

Manajemen pemasaran rumah sakit merupakan faktor kritis dalam menentukan kualitas pelayanan kesehatan. Tantangan seperti keterbatasan anggaran dan tingginya biaya promosi sering menghambat efisiensi pemasaran, yang berdampak pada layanan kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara manajemen pemasaran yang efektif dan kualitas pelayanan kesehatan melalui tinjauan literatur sistematis. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan kerangka PRISMA, mencakup artikel jurnal open access dari Google Scholar dan ScienceDirect yang dipublikasikan antara tahun 2015 hingga 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran yang efisien, termasuk penganggaran yang tepat, penggunaan teknologi informasi, berkorelasi positif dengan peningkatan kualitas layanan kesehatan. Rumah sakit dengan kondisi pemasaran yang stabil mampu menyediakan sumber daya lebih baik dan mengurangi biaya operasional. Strategi manajemen pemasaran yang berkelanjutan, seperti investasi dalam teknologi dan pelatihan staf penting untuk meningkatkan kualitas layanan kesehatan. Tantangan seperti biaya tinggi dan ketergantungan pada pendanaan pemerintah perlu diatasi untuk mencapai efisiensi pemasaran yang optimal.

**Kata Kunci:** Manajemen Pemasaran RS, Kualitas Pelayanan Kesehatan, Efisiensi Branding

### ABSTRACT

*Hospital marketing management is a critical factor in determining the quality of healthcare services. Challenges such as budget constraints and high operational costs often hinder marketing efficiency, impacting healthcare delivery. This study aims to analyze the relationship between effective marketing management and healthcare service quality through a systematic literature review. The method used is the Systematic Literature Review (SLR) with the PRISMA framework, covering open-access journal articles from Google Scholar and ScienceDirect published between 2015-2025. The results indicate that efficient marketing management, including proper branding, the use of information technology, positively correlates with improved healthcare service quality. Hospitals with stable financial conditions can provide better resources and reduce operational costs. Sustainable marketing management strategies, such as investments in technology and staff training, are essential to enhance healthcare service quality. Challenges like high costs and reliance on government funding need to be addressed to achieve optimal marketing efficiency.*

**Keywords:** Hospital Marketing Management, Healthcare Service Quality, Branding Efficiency

### PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan salah satu sarana kesehatan yang sangat dibutuhkan bagi semua orang.<sup>1</sup> Pengelolaan pemasaran di rumah sakit menjadi semakin krusial seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Manajemen pemasaran merupakan salah satu pilar utama dalam keberlangsungan operasional RS. Manajemen pemasaran rumah sakit yang efektif memegang peranan penting dalam memastikan keberhasilan program promosi kesehatan di rumah sakit.<sup>2</sup> Sebagai institusi yang tidak hanya berorientasi pada layanan kesehatan tetapi juga efisiensi ekonomi, rumah sakit dituntut untuk mengelola sumber daya pemasarannya secara optimal. Penganggaran yang tepat dapat membantu rumah sakit dalam mengalokasikan sumber daya pemasaran secara optimal untuk mendukung

program-program promosi kesehatan. Pengelolaan pemasaran yang efisien memungkinkan rumah sakit mengalokasikan anggaran secara tepat untuk fasilitas, tenaga medis, program kesehatan, serta inovasi layanan yang berdampak langsung pada kualitas kesehatan pasien.

Namun, dalam praktiknya, banyak rumah sakit menghadapi tantangan seperti keterbatasan anggaran, tingginya biaya operasional, serta kompleksitas dalam pengelolaan sumber daya. Situasi ini memaksa rumah sakit untuk membatasi layanan kesehatan mereka. Pengelolaan anggaran yang tidak efisien dapat menghambat pengadaan pasokan dan peralatan medis yang diperlukan, yang secara langsung mempengaruhi kualitas perawatan yang diberikan.<sup>3</sup>

Di sisi lain, keberlanjutan finansial rumah sakit juga bergantung pada bagaimana mereka mengelola pendapatan dan biaya operasional. Rumah sakit yang mengalami tekanan finansial cenderung mengurangi layanan yang dianggap tidak menguntungkan secara ekonomi, seperti perawatan bagi pasien tidak mampu atau program pencegahan penyakit. Hal ini dapat memperburuk ketimpangan akses kesehatan di masyarakat, terutama di negara berkembang di mana sistem jaminan kesehatan belum sepenuhnya menjamin layanan bagi semua golongan. Oleh karena itu, strategi pengelolaan pemasaran yang efektif harus mempertimbangkan keseimbangan antara profitabilitas dan tanggung jawab sosial rumah sakit.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengelolaan pemasaran rumah sakit yang efisien dengan dampaknya terhadap kualitas layanan kesehatan pasien. Dengan menggunakan metode tinjauan literatur sistematis (Systematic Literature Review), penelitian ini akan mengidentifikasi bukti-bukti empiris yang mendukung pentingnya pengelolaan pemasaran yang baik dalam meningkatkan hasil kesehatan pasien dan keberlanjutan rumah sakit.

## **METODE**

Rumah sakit merupakan salah satu sarana kesehatan yang sangat dibutuhkan bagi semua orang.<sup>1</sup> Pengelolaan pemasaran di rumah sakit menjadi semakin krusial seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Manajemen pemasaran merupakan salah satu pilar utama dalam keberlangsungan operasional RS. Manajemen pemasaran rumah sakit yang efektif memegang peranan penting dalam memastikan keberhasilan program promosi kesehatan di rumah sakit.<sup>2</sup> Sebagai institusi yang tidak hanya berorientasi pada layanan kesehatan tetapi juga efisiensi ekonomi, rumah sakit dituntut untuk mengelola sumber daya pemasarannya secara optimal. Penganggaran yang tepat dapat membantu rumah sakit dalam mengalokasikan sumber daya pemasaran secara optimal untuk mendukung program-program promosi kesehatan. Pengelolaan pemasaran yang efisien memungkinkan rumah sakit mengalokasikan anggaran secara tepat untuk fasilitas, tenaga medis, program kesehatan, serta inovasi layanan yang berdampak langsung pada kualitas kesehatan pasien.

Namun, dalam praktiknya, banyak rumah sakit menghadapi tantangan seperti keterbatasan anggaran, tingginya biaya operasional, serta kompleksitas dalam pengelolaan sumber daya. Situasi ini memaksa rumah sakit untuk membatasi layanan kesehatan mereka. Pengelolaan anggaran yang tidak efisien dapat menghambat pengadaan pasokan dan peralatan medis yang diperlukan, yang secara langsung mempengaruhi kualitas perawatan yang diberikan.<sup>3</sup>

Di sisi lain, keberlanjutan finansial rumah sakit juga bergantung pada bagaimana mereka mengelola pendapatan dan biaya operasional. Rumah sakit yang mengalami tekanan finansial cenderung mengurangi layanan yang dianggap tidak menguntungkan secara ekonomi, seperti perawatan bagi pasien tidak mampu atau program pencegahan penyakit. Hal ini dapat memperburuk ketimpangan akses kesehatan di masyarakat,

terutama di negara berkembang di mana sistem jaminan kesehatan belum sepenuhnya menjamin layanan bagi semua golongan. Oleh karena itu, strategi pengelolaan pemasaran yang efektif harus mempertimbangkan keseimbangan antara profitabilitas dan tanggung jawab sosial rumah sakit.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengelolaan pemasaran rumah sakit yang efisien dengan dampaknya terhadap kualitas layanan kesehatan pasien. Dengan menggunakan metode tinjauan literatur sistematis (Systematic Literature Review), penelitian ini akan mengidentifikasi bukti-bukti empiris yang mendukung pentingnya pengelolaan pemasaran yang baik dalam meningkatkan hasil kesehatan pasien dan keberlanjutan rumah sakit.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari pencarian yang dilakukan, akhirnya dipilih delapan jurnal paling relevan dengan topik manajemen pemasaran rumah sakit dan kualitas pelayanan kesehatan yang memenuhi kriteria inklusi. Berdasarkan kedelapan jurnal yang diteliti, ditemukan 2 penelitian menggunakan metode kualitatif, 5 penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan 1 penelitian menggunakan metode mix method.

Artikel pertama meneliti tentang implementasi sistem informasi RS terhadap efisiensi pelayanan administrasi dan pemasaran Rumah Sakit Haji Syaiful. Penelitian ini menemukan jika sistem informasi yang terimplementasi dengan baik di rumah sakit dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap aspek ekonomi rumah sakit tersebut. Penggunaan SIMRS telah membantu dalam meminimalisir pengeluaran yang tidak terduga, mengamankan data pembelanjaan, dan meningkatkan efisiensi sebesar 50-70%. Meskipun penghasilan rumah sakit tetap sama, SIMRS membantu mengurangi kebocoran dan meningkatkan pendapatan rumah sakit secara keseluruhan.<sup>5</sup>

Artikel kedua mengungkapkan pentingnya memahami korelasi antara efisiensi dan kinerja pemasaran rumah sakit untuk mengoptimalkan layanan kesehatan dan memenuhi tuntutan masyarakat. Efisiensi operasional rumah sakit menjadi fokus penting dalam menghadapi dinamika sistem kesehatan yang terus berubah dan kebijakan pemerintah terkait pendanaan dan pengembangan sumber daya kesehatan. Efisiensi yang tinggi mencerminkan pemasaran yang baik, karena rumah sakit dapat mengelola sumber daya secara optimal, memaksimalkan pendapatan, dan meminimalkan biaya operasional.<sup>6</sup>

Artikel ketiga melakukan pengkajian yang lebih dalam untuk membandingkan kualitas pelayanan kesehatan antara rumah sakit umum dan rumah sakit non-profit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumah sakit non-profit memberikan perawatan pasien dengan kualitas lebih baik daripada rumah sakit umum. Rumah sakit dengan total aset yang lebih besar, lebih banyak menggunakan utang dalam struktur modal (financial leverage) dan efisiensi operasional yang lebih baik berkorelasi dengan kualitas perawatan yang lebih baik. Sedangkan rumah sakit dengan manajemen pemasaran yang tidak efisien dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan seberapa besar peran manajemen pemasaran rumah sakit yang efisien dalam memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit.<sup>7</sup>

Artikel keempat menganalisis kinerja pemasaran rumah sakit. Penelitian ini lebih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi kinerja pemasaran rumah sakit. Penelitian ini menemukan jika rumah sakit dengan aset lebih besar memiliki rasio utang lebih tinggi dan margin laba yang lebih rendah, artinya ukuran rumah sakit tidak selalu berbanding lurus dengan stabilitas pemasaran rumah sakit tersebut. Artikel keempat menjelaskan jika kondisi pemasaran yang buruk dapat berdampak pada kualitas layanan kesehatan, karena rumah sakit dengan tekanan pemasaran sering mengalami kesulitan dalam membayar

utang dan mengelola sumber daya yang dimiliki dengan baik.<sup>8</sup>

Artikel kelima menganalisis hubungan antara kinerja pemasaran rumah sakit dengan kualitas dan keamanan perawatan pasien dengan melihat laporan pemasaran rumah sakit. Hasil studi yang dilakukan menunjukkan adanya korelasi positif antara pemasaran rumah sakit dan kualitas layanan. Rumah sakit dengan kondisi pemasaran lebih baik cenderung memiliki skor kualitas dan keamanan pasien yang lebih tinggi. Skor pemasaran yang lebih tinggi juga berkorelasi dengan skor kinerja berbasis nilai CMS.<sup>9</sup>

Artikel keenam mengukur efisiensi pemasaran rumah sakit serta mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi bisnis untuk meningkatkan profitabilitas rumah sakit. Dalam artikel ini dikatakan jika efisiensi operasional rumah sakit di sebagian rumah sakit tidak optimal disebabkan banyaknya input tanpa peningkatan output yang signifikan. Efisiensi pemasaran rumah sakit paling besar dipengaruhi oleh biaya tenaga medis dan biaya obat-obatan. Penelitian ini merekomendasikan rumah sakit untuk mengurangi tenaga medis yang tidak perlu, melakukan digitalisasi rekam medis untuk mengurangi biaya administrasi dan kertas, dan optimalisasi sistem pengadaan obat dan alat kesehatan untuk mengurangi biaya.<sup>10</sup>

Lalu ada pula artikel yang membahas faktor ekonomi yang memengaruhi operasional rumah sakit, dengan fokus pada strategi manajemen pemasaran yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan kesehatan. Pemanfaatan teknologi seperti sosial media dapat membantu efisiensi biaya. Diversifikasi sumber pendapatan dapat meningkatkan stabilitas pemasaran rumah sakit. Keberlanjutan ekonomi rumah sakit bergantung pada efisiensi pengelolaan pemasaran dan strategi investasi yang tepat.<sup>11</sup>

Artikel terakhir mengulas hubungan antara praktik keperawatan, pertimbangan ekonomi, dan hasil keselamatan pasien dalam sistem kesehatan berbasis nilai. Penelitian ini menekankan bahwa sistem kesehatan modern harus menyeimbangkan antara kualitas pelayanan dan keberlanjutan finansial. Manajemen pemasaran yang efektif di rumah sakit tidak hanya berfokus pada pengurangan biaya, tetapi juga pada optimalisasi sumber daya untuk meningkatkan hasil klinis. Penelitian ini menunjukkan bahwa intervensi keperawatan yang proaktif dapat mengurangi komplikasi yang didapat di rumah sakit dan memperpendek masa rawat pasien. Alokasi anggaran yang tidak tepat dapat memengaruhi keputusan klinis dan kualitas pelayanan. Manajemen pemasaran yang baik harus memastikan bahwa sumber daya dialokasikan secara optimal untuk mendukung praktik klinis yang berkualitas.<sup>12</sup>

Dari berbagai artikel yang dikaji, ditemukan korelasi positif antara stabilitas pemasaran dan kualitas pelayanan. Rumah sakit dengan kondisi pemasaran yang baik dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik. Strategi efisiensi pemasaran untuk meningkatkan pelayanan harus dirancang dengan cermat. Beban utang yang tinggi dan ketergantungan pada dana pemerintah atau asuransi kesehatan dapat membatasi fleksibilitas pemasaran rumah sakit dalam meningkatkan layanan kesehatan.

Tabel 1. Ringkasan Temuan

PENULIS DAN TAHUN	JUDUL	TEMUAN
Herianto Siregar et al., 2024	<i>Analisis Implementasi Sistem Informasi Rumah Sakit Terhadap Pelayanan Administrasi Rumah Sakit Haji Syaiful</i>	Dari hasil wawancara dengan 11 informan yang meliputi direktur rumah sakit, tenaga kesehatan, petugas administrasi, dan pasien, ditemukan jika pengimplementasian SIMRS berhasil meningkatkan pelayanan administrasi di RS Haji Syaiful, termasuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan

Yani Anjani et al., 2024	<i>Analysis of Hospital Efficiency and Implications for Financial Performance</i>	mengurangi pemborosan sumber daya. Penelitian ini menganalisis efisiensi pemasaran RS Dr. Kariadi Semarang dari tahun 2018-2022 dan menemukan jika efisiensi pemasaran di RS tersebut sangat baik dan hal ini meningkatkan pelayanan kesehatan yang dapat mereka berikan kepada pasien.
Gang Nathan Dong, 2015	<i>Performing well in financial management and quality of care: evidence from hospital process measures for treatment of cardiovascular disease</i>	Terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kinerja pemasaran rumah sakit dan kualitas layanan. Profitabilitas rumah sakit, efisiensi operasi dan biaya menjadi faktor penting dalam kualitas layanan kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika sebuah rumah sakit menghasilkan lebih banyak keuntungan, rumah sakit itu dapat meningkatkan kualitas layanan kesehatannya secara umum.
Dubas-Jakobczyk et al., 2020	<i>Financial Performance of Public Hospitals: A Cross-Sectional Study among Polish Providers</i>	Rumah sakit yang stabil secara finansial lebih mampu mempertahankan sistem yang dapat diandalkan dan menyediakan sumber daya untuk peningkatan kualitas. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik dalam hasil kinerja pemasaran antara rumah sakit yang beroperasi dalam berbagai bentuk organisasi/badan hukum yang berbeda.
Akinleye et al., 2019	<i>Correlation between hospital finances and quality and safety of patient care</i>	Pengelolaan pemasaran yang baik dikaitkan dengan peningkatan pengalaman perawatan yang dilaporkan pasien, komponen terkuat yang membedakan kualitas dan keselamatan. Temuan ini menunjukkan bahwa rumah sakit yang stabil secara finansial lebih mampu menyediakan sumber daya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan kesehatan.
Jih-Shong Wu, 2023	<i>Applying frontier approach to measure the financial efficiency of hospitals.</i>	Efisiensi pemasaran berdampak pada kualitas layanan rumah sakit dengan mengurangi biaya medis dan meningkatkan kualitas staf. Meningkatkan teknologi informasi dan praktik manajemen, seperti perawatan kesehatan pintar dan analisis data besar, dapat mengoptimalkan sumber daya, yang pada akhirnya mengarah pada layanan perawatan kesehatan yang lebih baik dan efisiensi operasional.
Madhur Pradhan et al., 2024	<i>Exploring the Economic Aspects of Hospitals: A</i>	Keberlanjutan pemasaran di rumah sakit sangat penting karena hal ini memengaruhi kesenjangan perawatan

	<i>Comprehensive Examination of Relevant Factors</i>	kesehatan, investasi dalam perawatan lanjutan, dan hasil akhir pasien secara keseluruhan. Pengawasan pemasaran yang efektif dan kebijakan inovatif sangat penting untuk meningkatkan layanan kesehatan dan memastikan perawatan pasien yang optimal di masyarakat.
Ramesh, 2023	<i>Optimizing Patient Safety and Financial Sustainability: Unraveling the Economic Dimensions of Nursing Practice in a Value-Based Healthcare System</i>	Keberlanjutan pemasaran di rumah sakit secara langsung memengaruhi hasil perawatan kesehatan dengan memungkinkan alokasi sumber daya untuk intervensi keperawatan yang efektif, yang meningkatkan keselamatan pasien. Penyelarasan ini mendorong peningkatan pemberian perawatan, yang pada akhirnya berkontribusi pada hasil yang lebih baik bagi pasien dalam sistem perawatan kesehatan berbasis nilai.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mendapatkan beberapa temuan terkait implikasi manajemen pemasaran rumah sakit terhadap kualitas pelayanan kesehatan yang didapatkan oleh pasien. Manajemen pemasaran rumah sakit yang efektif tidak hanya tentang penghematan biaya, tetapi juga tentang investasi strategis yang mendukung branding berkualitas tinggi. Temuan dari sejumlah artikel yang dikaji dalam penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi manajemen pemasaran rumah sakit. Pertama, rumah sakit perlu mempertimbangkan intervensi yang memiliki dampak ganda, yaitu meningkatkan jangkauan promosi sekaligus mengurangi biaya. Kedua, alokasi anggaran harus memprioritaskan area yang memiliki dampak signifikan terhadap branding rumah sakit.

Diversifikasi media promosi dalam pengelolaan pemasaran untuk meningkatkan efisiensi promosi dan penggunaan anggaran pemasaran menjadi langkah rekomendasi bagi manajer rumah sakit untuk meningkatkan efisiensi pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akinleye DD, McNutt LA, Lazariu V, McLaughlin CC. Correlation between hospital finances and quality and safety of patient care. *PLoS One*. 2019;1–19.
- Anjani Y, Fitrijanti T, Qadri RA. Analysis Of Hospital Efficiency And Implications For Financial Performance. 2024;12(36):2715–24.
- Attaoui M, Gaber H. Online Customer Engagement : A Systematic Literature Review using PRISMA protocol . *Int J Sci Res Manag*. 2024;12(05):6488–515.
- Dong GN. Performing well in financial management and quality of care: evidence from hospital process measures for treatment of cardiovascular disease. *BMC Health Serv Res*. 2015;
- Dubas-Jakobczyk K, Kocot E, Kozieł A. Financial Performance of Public Hospitals : A Cross-Sectional Study among Polish Providers. *Int J Environ Res Public Health*. 2020;
- Molly R, Itaar M. Analisis Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit ( SIMRS ) Pada RRSUD DOK II Jayapura. *J Softw Eng Ampera*. 2021;2(2):95–101.
- Mulyani S, Azlimin, Akbar MI. Analisis Pengelolaan Anggaran dan Kinerja Puskesmas Era Covid-19 di Puskesmas Nambo Kota Kendari. *Miracel J Public Heal*. 2022;5(2):155–9.
- Palupi HSN, Yuwono M, Susilowati E. Pemanfaatan Budgeting Dalam Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Efektivitas Program Promosi Kesehatan di Rumah Sakit Abcd. *J Ilm*

- Rafflesia Akunt. 2024;10(2):492–6.
- Pradhan M, Waghmare KT, Alghabshi R, Almahdouri F, Sawafi KM Al, Alhadhramy AM, et al. Exploring the Economic Aspects of Hospitals : A Comprehensive Examination of Relevant Factors. 2024;16(2).
- Ramesh S. Optimizing Patient Safety and Financial Sustainability : Unraveling the Economic Dimensions of Nursing Practice in a Value-Based Healthcare System. J Nurs Res Patient Saf Pract. 2023;03(03):39–44.
- Siregar H, Fitriani AD, Fitria A, Efendy I, Nuraini. Analisis Implementasi Sistem Informasi Rumah Sakit Terhadap Pelayanan Administrasi Rumah Sakit Haji Syaiful Anwar. J Promot Prev. 2024;7(5):1011–21.
- Wu J shong. Applying frontier approach to measure the fi nancial ef fi ciency of hospitals. 2023;(313).