

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi sebuah organisasi, keberadaan citra merupakan hal yang sangat penting posisinya sehingga sudah selayaknya agar citra selalu dipelihara dan dibangun agar semakin baik hari demi hari. Dengan citra yang baik, tidak hanya dapat menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan produk yang disediakan oleh perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap organisasi terkait. Citra dalam implementasinya selalu berkaitan dengan masyarakat luas. Pengetahuan dan kesan publik tentang organisasi terkaitlah yang akan membentuk citra dari organisasi tersebut. Singkatnya, pandangan pihak lain terhadap sebuah aktivitas atau entitas disebut sebagai citra (Kazt dalam Soemirat dan Ardiyanto, 2005:78).

Nugroho J mengemukakan bahwasanya eksistensi atau keberadaan sebuah organisasi didalam masyarakat luas diproyeksikan oleh citra, dimana citra merupakan pandangan masyarakat mengenai suatu entitas yang terbentuk dalam jangka waktu yang lama. Apabila citra yang terbentuk baik, maka hal tersebut akan memberikan dampak yang baik juga bagi organisasi khususnya dalam hal tercapainya berbagai macam tujuan yang ditetapkan atau direncanakan oleh organisasi tersebut. Bagi setiap organisasi, kepercayaan merupakan sesuatu yang mahal dan tidak ternilai harganya. Hal ini merupakan hal yang sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Sebab tanpa adanya citra yang baik, maka sebuah organisasi tidak akan dapat bertahan walaupun perusahaan yang dibangun sudah sangat mumpuni, sudah diisi oleh berbagai tenaga profesional, sebanyak apapun modal yang dimiliki maka apabila citra yang dimiliki oleh organisasi tersebut buruk, maka hal tersebut akan menjadi bom waktu dikemudian hari. Citra yang baik, akan membantu kelangsungan hidup organisasi dikemudian hari.

Semua organisasi pasti ingin memiliki citra yang baik (positif) didalam masyarakat luas. Seperti penjelasan sebelumnya, citra yang positif akan membantu meningkatkan keuntungan perusahaan, pertumbuhan serta kelangsungan hidup perusahaan. Apabila citra suatu organisasi di mata masyarakat itu buruk, maka hal-hal diatas tentu akan sulit didapatkan. Maka dari itu, citra

perlu dibentuk dan diarahkan kepada citra yang positif. Pembentukan citra itu sendiri berfungsi untuk mengevaluasi jalannya kebijakan dan meluruskan kesalahpahaman yang mungkin terjadi.

Agar organisasi dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya dapat terus berkarya, maka Kasali (1994 : 30) mengatakan bahwa citra haruslah dibangun ke arah yang positif. Tujuan akan lebih mudah dicapai apabila organisasi memiliki citra yang positif. Organisasi juga akan lebih mudah masuk kedalam masyarakat, mendapatkan dukungan banyak pihak, lebih dinikmati dan lebih mulus jalannya ketimbang organisasi yang memiliki citra negatif. Citra dapat diupayakan apabila didukung dengan divisi dan orang-orang yang ahli dalam bidang tersebut.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan bagi masyarakat dengan karakteristik tersendiri yang dipengaruhi oleh perkembangan ilmu pengetahuan kesehatan, kemajuan teknologi dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang harus tetap mampu meningkatkan pelayanan yang lebih bermutu serta terjangkau oleh masyarakat agar terwujud derajat kesehatan yang setinggi-tingginya. Harapannya pandangan positif hadir bagi semua individu yang melakukan konsultasi medis tentang masalah kesehatan, karena rumah sakit akan terus menyediakan layanan yang bermutu (Yoga, 2007).

Hal ini dikarenakan kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif (Porter, Michael E). Memberikan layanan yang luar biasa yang memungkinkan institusi medis memberikan perawatan yang sangat baik dan meningkatkan kepuasan pasien. Banyak wilayah metropolitan besar sekarang memiliki rumah sakit, memberikan individu berbagai pilihan dalam memilih fasilitas perawatan kesehatan khusus. Masyarakat akan memilih rumah sakit yang mereka pandang memberikan kepuasan maksimal bagi mereka. Oleh karena itu hasil penelitian Sholikha di September 2014 merekomendasikan bahwa rumah sakit harus berorientasi pada kepuasan pasien untuk dapat bersaing dengan rumah sakit lainnya. Dalam hal ini rumah sakit harus mengutamakan pihak yang dilayani yaitu pasien, sehingga banyak sekali manfaat yang diperoleh pihak rumah sakit bila mengutamakan kepuasan pasien.

Kebanyakan rumah sakit hingga saat ini tidak melakukan promosi yang agresif, mereka banyak bergantung pada word of mouth saja. Karena dalam Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787/Menkes/Per/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan memiliki beberapa peraturan dan batasan terkait promosi di rumah sakit. Saat ini, RSUD Srengat sedang banyak melakukan promosi yang secara tidak langsung menaikkan jumlah pasien, dengan cara turun ke lapangan dengan berbagai acara yang diadakan oleh RSUD Srengat agar mempertahankan citra positif dan kepercayaan masyarakat. Karena citra dan kepercayaan adalah peran yang sangat penting bagi rumah sakit. Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian ini akan diteliti tentang bagaimana Strategi Pencitraan melalui promosi yang dilakukan oleh RSUD Srengat.

Kabupaten Blitar memiliki lima rumah sakit yang berperan penting dalam melayani kebutuhan kesehatan masyarakat. Yang pertama adalah RSUD Mardi Waluyo, rumah sakit tertua di daerah ini dengan status tipe B, yang menjadi pusat rujukan utama dengan layanan medis yang lengkap. Kemudian ada RSUD Ngudi Waluyo Wlingi, yang juga berstatus tipe B, berfungsi sebagai rumah sakit rujukan untuk wilayah timur Blitar, dilengkapi dengan fasilitas kesehatan yang memadai.

Selanjutnya, di bagian barat Blitar, terdapat RSUD Srengat, rumah sakit terbaru yang didirikan untuk memperluas jangkauan layanan kesehatan, khususnya bagi masyarakat di Kecamatan Srengat dan sekitarnya. Selain rumah sakit umum, Kabupaten Blitar juga memiliki rumah sakit swasta seperti RS Ananda, yang menawarkan layanan kesehatan dengan pendekatan yang lebih personal dan fleksibel sesuai kebutuhan pasien. Terakhir, ada RS Katolik, sebuah rumah sakit swasta yang juga berperan penting dalam menyediakan layanan kesehatan yang komprehensif. Dengan adanya rumah sakit-rumah sakit ini, Kabupaten Blitar mampu menyediakan berbagai pilihan layanan kesehatan yang lengkap dan merata bagi seluruh warganya. Keberadaan rumah sakit-rumah sakit ini memastikan akses yang lebih baik terhadap layanan kesehatan bagi warga Kabupaten Blitar dan sekitarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pencitraan melalui promosi yang dilakukan oleh Rumah Sakit Umum Daerah Srengat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi pencitraan melalui promosi yang dilakukan oleh Rumah Sakit Umum Daerah Srengat.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan kesehatan yang tersedia di RSUD Srengat. Dengan promosi yang efektif, masyarakat akan lebih memahami jenis layanan apa yang tersedia dan bagaimana cara mengaksesnya. Melalui penelitian ini juga, rumah sakit dapat mengevaluasi strategi pencitraan yang telah mereka gunakan dan memperbaiki atau meningkatkan strategi yang kurang efektif. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh rumah sakit.