

## ABSTRAK

### *LITERATURE REVIEW: GAMBARAN SEGMENTATION, TARGETING DAN POSITIONING DI RUMAH SAKIT*

Rumah Sakit dan penduduk di Indonesia pada saat ini mengalami pertumbuhan yang begitu cepat. Maka dari itu manajer pemasaran perlu mengidentifikasi karakteristik konsumennya agar mendapat gambaran dalam menggaet konsumen untuk meningkatkan kunjungan pasien. Tujuan penulisan *literature review* ini adalah mendeskripsikan gambaran *segmentation*, *targeting* dan *positioning* di Rumah Sakit.

Penelitian menggunakan metode *traditional literature review*. Sumber data yang digunakan berasal dari *database google scholar* dan portal Garuda dengan rentang tahun 2016-2021. Kata kunci yang digunakan “*Segmentation/segmentasi di Rumah Sakit*”, “*Targeting/Target di Rumah Sakit*” dan “*Positioning di Rumah Sakit*”. Setelah dilakukan *screening*, didapatkan 14 artikel yang relevan dan menjadi bahan rujukan dalam penelitian ini.

Hasil *literature review* menunjukkan bahwa dalam mendeskripsikan gambaran *segmentation* sebagian besar menggunakan pendekatan geografi, demografi, psikografi. Pada gambaran *targeting*, Rumah Sakit pemerintah dan swasta menetapkan target pasar hanya berdasarkan *segmentation* saja. Rumah Sakit pemerintah dan swasta dalam mendeskripsikan gambaran *positioning* sebagian besar melihat berdasarkan pesaing.

Simpulan *literature review* ini bahwa Rumah Sakit pemerintah dan swasta dalam mendeskripsikan gambaran *segmentation*, *targeting* dan *positioning* belum menggunakan seluruh pendekatan/kriteria yang ada. Oleh karena itu, manajemen pemasaran RS perlu membentuk tim dan membuat jadwal agar terorganisasi dan mendapatkan hasil yang maksimal.

**Kata kunci:** *Segmentation, Targeting, Positioning, Rumah Sakit*