

ABSTRAK

ANALISIS MARKETING 3.0 SEBAGAI REKOMENDASI PENINGKATAN KUNJUNGAN UNIT RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT ISLAM SURABAYA A. YANI

Konsep *marketing 3.0* transparan pada seluruh proses pelayanan, sehingga diharapkan pasien memahami dengan jelas pengobatan serta konsekuensinya. Namun pada kenyataannya unit rawat inap Rumah Sakit Islam A. Yani Surabaya masih saja mengalami penurunan kunjungan, mengakibatkan tidak tercapainya target BOR per bulannya. BOR pada unit rawat inap di Rumah Sakit Islam Surabaya A. Yani masih sangat rendah (30%) dibanding BOR target menurut Depkes RI (60% – 85%) dalam 3 bulan terakhir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *marketing 3.0* sebagai rekomendasi peningkatan kunjungan di unit rawat inap Rumah Sakit Islam Surabaya A.Yani.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Data diambil pada bulan Mei – Juni 2022. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner berupa *GoogleFormulir*. Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian pasien unit rawat inap di Rumah Sakit Islam Surabaya A. Yani, dengan sampel sebesar 80 diambil dengan cara *simple random sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit Islam A. Yani sudah cukup menerapkan *marketing 3.0* dengan baik. Analisis pada penelitian dari hasil kuesioner mendapatkan beberapa rekomendasi peningkatan kunjungan unit rawat inap berdasarkan *marketing 3.0*. Rekomendasi pemasaran ini diharapkan dapat meningkatkan kunjungan rawat inap di Rumah Sakit Islam Surabaya A. Yani.

Kata Kunci: *Marketing 3.0*, Rawat Inap, BOR