

BAB 1

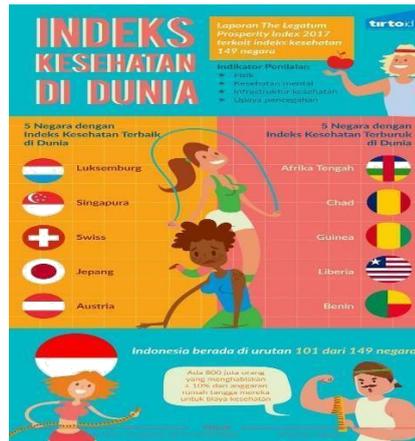
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya zaman, masyarakat mulai menyadari tentang pentingnya mendapatkan layanan kesehatan yang baik dan terjangkau. Masyarakat kalangan pekerja pada suatu unit bisnis mulai sadar jaminan kesehatan adalah bagian yang sangat penting yang harus didapatkan agar hidup dengan aman saat mereka bekerja. Namun semakin sadarnya pekerja atau karyawan tentang jaminan kesehatan belum ditunjang dengan fasilitas jaminan kesehatan yang memadai oleh perusahaan mereka. Masih banyak pekerja atau karyawan yang kesulitan mendapat akses kesehatan layak dikarenakan biaya kesehatan yang mahal dan perusahaan tempat mereka bekerja yang kurang peduli dengan kesehatan pekerjanya

Berdasarkan Undang-undang No. 3 Tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja, pemeliharaan kesehatan diartikan sebagai upaya penanggulangan dan pencegahan gangguan kesehatan yang memerlukan pemeriksaan, pengobatan, dan perawatan, termasuk pemeriksaan kehamilan dan pertolongan persalinan. Undang-Undang tersebut sudah menjelaskan bahwa perusahaan menjamin kesehatan para karyawan mereka, perusahaan harus bekerja sama dengan pemerintah dalam meningkatkan layanan kesehatan seperti infrastruktur dan peralatan yang lengkap untuk warga negaranya.

Dilihat dari index kesehatan Indonesia berada dalam posisi yang buruk. Dalam indeks kesehatan global terakhir, Indonesia berada di posisi ke 101 dari 149 negara menurut laporan *The Legatum Prosperity Index 2017*. Hingga kini, 120 juta warga masih hidup dalam lingkungan dengan sanitasi yang buruk. Sedangkan dari sisi pengobatan dan infrastruktur kesehatan, masih banyak wilayah terpencil yang masih sulit untuk mengakses layanan medis. Bahkan wilayah yang sudah memiliki layanan medis lengkap, belum tentu mendapatkan layanan kesehatan karena biaya yang mahal. Meski kini pemerintah sudah menerapkan kartu Indonesia Sehat. Namun rupanya hal itu belum cukup mengangkat indeks kesehatan Indonesia di tingkat global.



Gambar 1.1 index kesehatan Indonesia

Sumber : <https://www.prosperity.com/globe/indonesia>

Dari hasil index yang sudah dilakukan ini mengidentifikasi bahwa layanan kesehatan Indonesia masih belum efektif diterapkan oleh pemerintah dan masih banyaknya kasus mahal biaya yang menyebabkan masih banyaknya orang yang seharusnya mendapatkan jaminan kesehatan yang layak dari pemerintah tidak bisa menjangkau. Hal tersebut tentunya menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah untuk memperbaiki jaminan kesehatan dan peralatan kesehatan yang layak dan biaya kesehatan yang masih mahal agar meningkatkan pelayanan yang baik bagi masyarakat. Berdasarkan UU no 36 tahun 2009 menyatakan bahwa kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pancasila dan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, bahwa setiap kegiatan dalam upaya untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya dilaksanakan berdasarkan prinsip nondiskriminatif, partisipatif, dan berkelanjutan dalam rangka pembentukan sumber daya manusia Indonesia, serta peningkatan ketahanan dan daya saing bangsa bagi pembangunan nasional.

Sejak tahun 2013 jumlah Puskesmas semakin meningkat, dari 9.655 unit menjadi 9.825 unit pada tahun 2017. Namun demikian, peningkatan jumlah Puskesmas tidak secara langsung menggambarkan pemenuhan kebutuhan pelayanan kesehatan primer di suatu wilayah pemenuhan kebutuhan pelayanan kesehatan primer dapat dilihat secara umum dari rasio puskesmas terhadap kecamatan. Rasio puskesmas terhadap kecamatan pada tahun 2017 sebesar 1,36. Hal ini menggambarkan bahwa rasio ideal Puskesmas terhadap kecamatan yaitu minimal 1 Puskesmas di 1 kecamatan, tetapi perlu diperhatikan distribusi dari puskesmas tersebut diseluruh kecamatan masih

kurang dan masih minimnya peralatan kesehatan yang mencukupi dan memadai untuk segala layanan kesehatan.

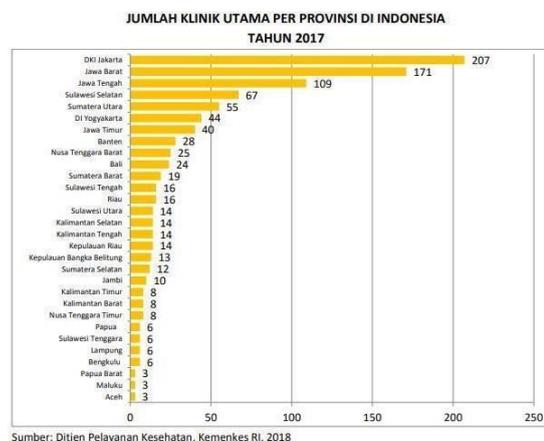
Dengan melihat hasil pertumbuhan puskesmas yang dibangun pemerintah belum mencukupi untuk memenuhi kebutuhan jaminan kesehatan yang terjangkau untuk masyarakat dan alat kesehatan pun masih minim pada puskesmas



Gambar 1.2 grafik jumlah puskesmas di Indonesia

Sumber: Kemenkesri.co.id

Selain dari kehadiran puskesmas juga ada kehadiran klinik yang bisa menjadi tujuan pelayanan kesehatan yang lebih lengkap dan modern dari puskesmas dan lebih terjangkau daripada biaya kesehatan berada di rumah sakit, berikut ini jumlah klinik yang ada di Indonesia



Gambar 1.3 grafik jumlah klinik di Indonesia

Sumber : Kemenkes RI 2018

Semua jaminan kesehatan di Indonesia sudah memperhatikan setiap faktor untuk membantu masyarakat dalam mendapatkan pelayanan kesehatan yang maksimal. Namun masih banyak pekerjaan rumah untuk pemerintah karena jaminan kesehatan dan layanan kesehatan yang layak masih sulit dijangkau oleh semua warga negara khususnya bagi kalangan karyawan karena biaya yang mahal dan minimnya peralatan kesehatan yang baik dan pendapatan yang tidak besar. Oleh sebab itu muncul beberapa perusahaan yang memanfaatkan celah dan mulai membangun anak-anak perusahaan yang berfokus pada bidang kesehatan yang memperhatikan kesehatan bagi karyawan mereka, serta memberi kemudahan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik namun juga terjangkau. Maka peneliti memilih klinik sebagai bahan penelitian, klinik kesehatan yang peneliti ambil adalah klinik TelkoMedika dikarenakan klinik ini unggul dari fasilitas kesehatan yang baik, peralatan kesehatan yang canggih dan harga terjangkau untuk kalangan karyawan. Dengan keunggulan tersebut dapat menjadi klinik yang bisa melayani kebutuhan karyawan akan pelayanan kesehatan yang baik dan harga terjangkau.



Gambar 1.4 Logo TelkoMedika

Sumber <https://telkomedika.co.id>

PT. SARANA USAHA SEJAHTERA INSANPALAPA (TelkoMedika)

sebagai salah satu penyedia layanan jasa di bidang kesehatan, yang tergabung dalam TELKOM GROUP dan merupakan anak perusahaan PT. ADMINISTRASI MEDIKA (AdMedika) dan YAKES TELKOM. Berdiri pada bulan November 2008. TelkoMedika sebagai penyedia sarana kesehatan (*Provider*) dapat memberikan kebutuhan pelayanan kesehatan melalui unit usaha Telemedika *Health Center* (Klinik) yang didukung dengan fasilitas eLABS (Laboratorium), Telemedika Farma (Apotek) dan Telemedika Optikal (Optik) bagi korporasi, asuransi, termasuk di dalamnya BPJS Kesehatan dan mitra provider lainnya dalam bentuk sinergi secara *win-win partnership* serta retail sebagai *walk in customer*. Disamping itu TelkoMedika, bekerjasama dengan Provider penyedia layanan kesehatan seperti Rumah Sakit, Klinik khusus, Balai-balai Pengobatan, Laboratorium sebagai MITRA dalam memudahkan pelayanan kesehatan.

Dengan pengalaman dan kompetensi dalam mengintegrasikan keseluruhan unit usaha dan pengelolaan fasilitas kesehatan, TelkoMedika diharapkan mampu mewujudkan tujuan bersama bagi seluruh customer maupun partner TelkoMedika. Dalam penyediaan layanan kesehatan ini, TelkoMedika tidak hanya terbatas pada pelayanan yang bersifat Promotif (penyuluhan), Preventif (pencegahan) dan Kuratif (pengobatan) namun sekaligus memberikan pelayanan khusus berupa Layanan Konsultasi Kesehatan. TelkoMedika mengembangkan bisnis pelayanan kesehatan secara terintegrasi dan komprehensif yang menyatukan seluruh aspek dalam pelayanan kesehatan. Saat ini TelkoMedika telah memiliki unit bisnis dan juga bekerjasama dengan mitra pelayanan antara lain:

1. Memiliki 7 Laboratorium, 23 layanan Apotek (Telemedika Farma), 20 Klinik Umum (Telemedika Health Center), 10 Optik, 1 Hemodialisa, 2 Fisioterapi, 16 Klinik YAKES Telkom.

2. Memiliki jaringan provider sebanyak lebih dari 1400 lebih provider yang terdiri dari mitra klinik, Rumah Sakit, apotek dll.
3. Pelayanan kesehatan bagi peserta TELKOM GROUP, melalui klinik pratama sebagai tempat pelayanan tingkat pertama (TPK 1 *Managed Care*). Klinik pratama TelkoMedika juga sebagai fasilitas kesehatan tingkat pertama (FKTP BPJS Kesehatan).
4. Memiliki sistem informasi disetiap unit bisnis.
5. *Call center* 24 jam sebagai salah satu pendukung komunikasi dengan peserta.
6. Kantor regional atau perwakilan TelkoMedika, dimasing-masing wilayah diseluruh Indonesia.
7. Mempunyai sebuah aplikasi pemantuan kesehatan yang sudah tersedia dalam telepon pintar guna sebagai pemantau data kesehatan pelanggan secara berkala dan akurat.

Ada pun pelayanan yang diberikan oleh Telkomedika lebih berfokus pada MCU (*medical check up*) adalah kegiatan pemeriksaan kesehatan berkala yang dilakukan untuk mengetahui *record* atau tingkat kesehatan pelanggan pertahun, sehingga dapat mengetahui lebih dini penyakit yang diderita dan memantau perjalanan penyakit yang diderita. Telkomedika memberikan pelayanan MCU dengan menggunakan peralatan kesehatan yang mutakhir dengan membaca hasil lab lebih akurat tentunya dengan harga kompetitif dibandingkan dengan rumah sakit. Hal ini tentunya sangat membantu bagi karyawan perusahaan maupun umum yang ingin mendapat pelayanan kesehatan yang baik dengan harga terjangkau. Selain itu pada tahun 2016 TelkoMedika didaulat sebagai *best provider* oleh BPJS ketenagakerjaan.

Dapat dilihat pada pendapatan di tahun 2015 sebesar Rp. 45.000.000.000, tahun 2016 sebesar Rp. 55.000.000.000, dan pada tahun 2017 sebesar Rp. 60.000.000.000. Setiap tahun pendapatan dari klinik TelkoMedika mengalami kenaikan yang stabil menandakan bahwa berhasilnya TelkoMedika menjaga profit setiap tahunnya sehingga tidak mengalami penurunan. Tidak hanya dalam pendapatan yang meningkat dalam jumlah kunjungan juga beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang besar

Untuk hasil dari kerjasama TelkoMedika sudah banyak menjalin kesepakatan kerja untuk memenuhi kebutuhan layanan kesehatan untuk beberapa perusahaan besar. Ini membuktikan bahwa layanan yang ditawarkan mempunyai pelayanan yang baik dan TelkoMedika dapat membaca kebutuhan pasar saat ini. Segmenting yang dilakukan TelkoMedika Bandung lebih menghususkan yang bertempat tinggal di Bandung, untuk pekerja/karyawan menerima segala usia mulai yang dari aktif bekerja hingga sudah pensiun. Target pelanggan lebih diutamakan pada kalangan pekerja/karyawan yang perusahaannya bekerja sama dengan TelkoMedika dan untuk *Positioning sebagai klinik kesehatan yang melayani karyawan/pekerja hingga umum dengan penerapan jaminan kesehatan yang baik dan peralatan kesehatan yang modern*



Gambar 1.5 perusahaan yang bekerjasama

Sumber : dokumen perusahaan

Hasil jumlah pengunjung TelkoMedika 2015-2017 pun memperlihatkan bahwa mereka mengalami kenaikan pelanggan yang tinggi sehingga ini menimbulkan pertanyaan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang mereka lakukan untuk menarik pelanggan sehingga bisa stabil dari sisi pendapatan, dari sisi peningkatan jumlah konsumen.

Kelompok Pasien	2015	2016	2017
Karyawan Aktif	212.274	350.755	529.936
Pensiunan	167.444	371.739	623.006
Jumlah	379,718	722,494	1,152,942

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung 2015-2017

Sumber : dokumen perusahaan

Adapun hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan marketing Telkomedika Bandung tentang pelayan yang lengkap dan terjangkau untuk konsumen semua kalangan mengatakan bahwa :“ TelkoMedika merupakan klinik Telkomgrup yang mengcover karyawan telkom grup secara gratis dan pada masyarakat umum memberikan pelayanan kesehatan yang baik dengan MCU alat canggih,vaksin lebih murah, lab yang lengkap serta klinik yang besar. (wawancara pada tanggal 12 maret 2019).

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan peneliti yang didapatkan dari hasil wawancara dan sumber sumber lain memberikan informasi bahwa kuatnya strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh klinik TelkoMedika sebagai klinik yang mempunyai alat kesehatan modern dan biaya murah yang menjamin pelayanan yang baik untuk pelanggannya. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran telkomedika dalam meningkatkan jumlah kerjasama serta jumlah pelanggan mereka dengan penelitian yang berjudul :

”STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KLINIK TELKOMEDIKA BANDUNG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DARI KALANGAN PEKERJA/KARYAWAN.”

1.2 FOKUS PENELITIAN

Dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran TelkoMedika Bandung dalam meningkatkan jumlah pelanggan dari kalangan pekerja/karyawan.

1.3 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi pokok masalah adalah ::

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran TelkoMedika Bandung dalam meningkatkan jumlah pelanggan dari kalangan pekerja/karyawan?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran TelkoMedika Bandung dalam meningkatkan jumlah pelanggan dari kalangan pekerja/karyawan.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menambah pemahaman tentang strategi komunikasi pemasaran suatu bidang bisnis terutama dibidang kesehatan.
2. Dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya dengan tema sejenis.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Diharapkan TelkoMedika dapat menggunakan hasil penelitian ini menjadi perusahaan yang lebih baik

1.6 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

1.6.1 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dari februari hingga juni.

1.6.2 Periode Penelitian

Periode yang dilakukan oleh peneliti pada tahun 2019

NO	Tahapan Kegiatan	Tahun 20182019				
		Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	Mencari Tema dan Objek Penelitian					
2.	Menentukan topik dan objek yang akan diteliti serta mencari informasi awal tentang penelitian.					
3.	Mencari dan menentukan referensi kepustakaan dan mengumpulkan data data yang sesuai dengan penelitian.					
4.	Menyusun Bab 1,2 dan 3.					
5.	Pengumpulan <i>Desk Evaluation</i>					
6.	Revisi dan melengkapi proposal penelitian (bab 1-3).					
7.	Menyusun Bab 4 dan 5					
8.	Membuat jurnal untuk melengkapi syarat sidang akhir.					
9.	Sidang Akhir Penelitian.					

Tabel 1.2