

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum RSUD Labuang Baji

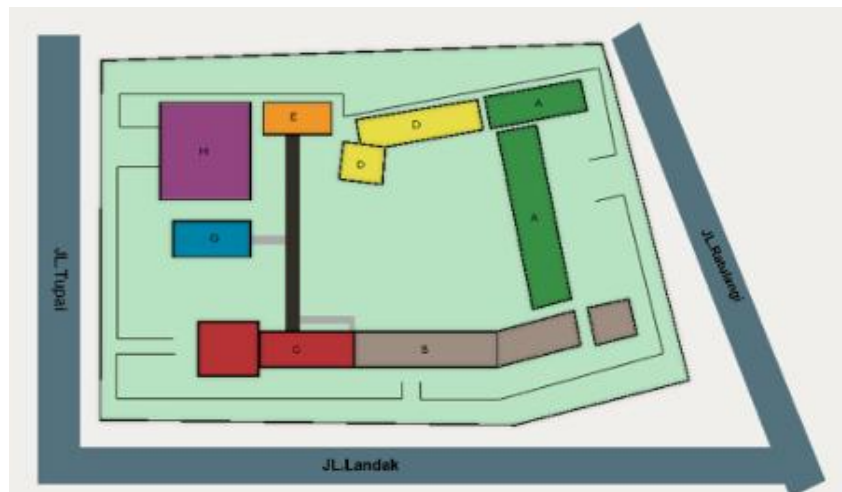
1. Profil Rumah Sakit

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Labuang Baji Sulawesi Selatan merupakan salah satu rumah sakit pemerintah daerah tertua di Sulawesi Selatan yang resmi beroperasi sejak tanggal 12 Juli 1938. RSUD Labuang Baji Sulsel merupakan rumah sakit dengan tipe B yang memiliki komitmen untuk menjadi rumah sakit dengan layanan unggulan dalam memberikan pelayanan kesehatan terbaik kepada masyarakat secara luas. Dr. Rachmawati Syahrir, Sp.KK., M.Kes., adalah direktur RSUD Labuang Baji saat ini dan bertanggung jawab atas pelaksanaan visi dan misi organisasi.

Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji terletak di bagian selatan Kecamatan Mamajang Kota Makassar tepatnya di jalan Dr. Ratulangi No. 81 Makassar.

Adapun batas-batas geografis Rumah Sakit Daerah Labuang Baji adalah sebagai berikut:

- 1) Sebelah utara berbatasan dengan Jalan Landak Lama
- 2) Sebelah timur berbatasan dengan Jalan Tupai
- 3) Sebelah selatan berbatasan dengan Perumahan Pendeta Eks
- 4) Sebelah barat berbatasan dengan Jalan Dr. Ratulangi



Gambar 5. 1 Denah Bangunan RSUD Labuang Baji

2. Visi dan Misi Rumah Sakit

1) Visi Rumah Sakit

Visi dari RSUD Labuang Baji yaitu “Menjadi Rumah Sakit yang PRIMA dan Inovatif Berstandar Internasional”.

2) Misi Rumah Sakit

Misi RSUD Labuang Baji yaitu sebagai berikut:

- Menyelenggarakan Pelayanan Prima dan Inovatif Berstandar Internasional
- Mewujudkan Tata Kelola Rumah Sakit yang Baik
- Menyelenggarakan Pendidikan, Pelatihan dan Penelitian untuk Mewujudkan SDM yang kompetitif.

3. Motto Rumah Sakit

Motto dari RSUD Labuang Baji, yaitu SIPAKABAJI (Kami Siap Memberikan Pelayanan yang Komunikatif, Bermutu, Aman, Jujur

dan Ikhlas). Makna dan maksud dari motto RSUD Labuang Baji adalah saling mengingatkan untuk menuai kebaikan.

4. Logo Rumah Sakit



Gambar 5. 2 Logo RSUD Labuang Baji

Berikut arti dari setiap logo RSUD Labuang Baji:

- 1) Pilar Merah, mengandung makna bahwa mengutamakan keselamatan dengan pasien
- 2) Pilar Hijau, mengandung makna memberikan ketenangan dan keamanan dengan pasien
- 3) Pilar Kuning, berarti kesejahteraan untuk seluruh karyawan/petugas
- 4) Palang Merah, mengandung makna siap memberikan pelayanan tanpa melihat suku, agama, ras, dan budaya
- 5) Lingkaran Biru, berarti konsisten dan komitmen dalam pelayanan, integrasi serta komprehensi
- 6) Warna Biru dalam Lingkaran, bermakna perhatian yang lebih pada pasien

5. Struktur Organisasi Rumah Sakit



Gambar 5.3 Struktur Organisasi RSUD Labuang Baji Makassar

Struktur Organisasi RSUD Labuang Baji merupakan acuan dari Peraturan Gubernur Sulawesi Selatan Nomor 30 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Rumah Sakit Daerah Pada Dinas Kesehatan.

1) Susunan Organisasi UPT RSUD Labuang Baji terdiri dari:

- a) Direktur
- b) Wakil Direktur Pelayanan Medik, Keperawatan, Pendidikan, dan Penelitian, terdiri dari :
 - Bidang Pelayanan Medik dan Penunjang Medik
 - Bidang Pelayanan Perawatan dan Kebidanan
 - Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Inovasi
- c) Wakil Direktur Pelayanan Penunjang, Kefarmasian dan Pemasaran, terdiri atas Bidang Pelayanan Penunjang

Bidang Kefarmasian dan Peralatan Medik, Bidang Pemasaran dan Hubungan Masyarakat

- d) Wakil Direktur Sumber Daya Manusia, Keuangan, dan Umum terdiri atas Bidang Umum dan Sumber Daya Manusia, Bidang Perencanaan & Evaluasi dan Bidang Keuangan

2) Instalasi dan Unit yang berada di RSUD Labuang Baji yaitu:

- a) Wakil Direktur Pelayanan Medik, Keperawatan, Pendidikan dan Penelitian, terdiri dari Bidang Pelayanan Medik dan Penunjang Medik Instalasi Rawat Jalan, Instalasi Rawat Inap, Instalasi Perawatan Intensif, Ruang Perawatan infeksius dan non infeksius, Instalasi Radiologi, Instalasi Gizi, Instalasi Rekam Medis, Instalasi Rehabilitasi Medik, Instalasi Forensik, Instalasi Laboratorium dan Instalasi CSSD/Sterilisasi.
 - b) Wakil Direktur Pelayanan Penunjang, Kefarmasian, dan Pemasaran, terdiri atas: Bidang Pelayanan Penunjang Instalasi SIM RS, Instalasi Laundry, Instalasi Sanitasi Kesehatan Lingkungan RS, Bidang Kefarmasian dan Peralatan Medik Instalasi Farmasi, Bidang Pemasaran dan Hubungan Masyarakat.
3. Wakil Direktur Sumber Daya Manusia, Keuangan, dan Umum terdiri atas: Bagian Keuangan Unit Casemix

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Pasien

Tabel 5.1
Distribusi Pasien Berdasarkan Jenis Kelamin di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Jenis Kelamin	n	%
Laki-laki	75	67,6
Perempuan	36	32,4
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.1 menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan sebanyak 111 pasien yang memenuhi kriteria. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas pasien adalah laki-laki yaitu sebanyak 75 orang (67,6%), sedangkan perempuan sebanyak 36 orang (32,4%). Persentase ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dalam penelitian ini.

Tabel 5.2
Distribusi Pasien Berdasarkan Umur di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Umur	n	%
10 – 19 Tahun	34	30,6
20 – 44 Tahun	59	53,2
45 – 59 Tahun	13	11,7
60 Tahun ke atas	5	4,5
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.2 dari segi umur, pasien yang berusia 20–44 tahun merupakan yang paling banyak, yaitu sebanyak 59 orang (53,2%). Sementara itu, pasien dengan jumlah paling sedikit berada pada usia 60 tahun ke atas, yaitu sebanyak 5 orang (4,5%).

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pasien berada pada usia produktif, yang cenderung lebih mengetahui teknologi dan media digital.

Tabel 5.3
Distribusi Pasien Berdasarkan Pendidikan Terakhir di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Pendidikan Terakhir	n	%
SMP	5	4,5
SMA	81	73,0
D3	3	2,7
S1	19	17,1
S2	3	2,7
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.3 tingkat pendidikan terakhir, sebagian besar pasien merupakan lulusan SMA yaitu sebanyak 81 orang (73,0%). Sementara itu, pasien dengan pendidikan terakhir paling sedikit lulusan D3 dan S2 masing-masing sebanyak 3 orang (2,7%).

Tabel 5.4
Distribusi Pasien Berdasarkan Pekerjaan di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Pekerjaan	n	%
PNS/TNI/POLRI	3	2,7
Pegawai Swasta	39	35,1
Wiraswasta	8	7,2
Ibu Rumah Tangga	11	9,9
Mahasiswa	27	24,3
Tidak Bekerja	23	20,7
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.4 data pekerjaan pasien, mayoritas pasien bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 39 orang

(35,1%), dan kelompok terkecil berasal dari sektor pemerintahan seperti PNS, TNI, atau POLRI sebanyak 3 orang (2,7%).

Tabel 5.5
Distribusi Pasien Berdasarkan Pendapatan di Rumah Sakit
Umum Daerah Labuang Baji

Pendapatan	n	%
< 3.880.000	73	65,8
> 3.880.000	38	34,2
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.5 dari segi pendapatan, sebagian besar pasien memiliki penghasilan di bawah UMR Kota Makassar yaitu Rp3.880.000 per bulan yaitu sebanyak 73 orang (65,8%).

2. Analisis Univariat

a. *Digital Goals and Strategy*

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Goals and Strategy* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. 6
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Goals and Strategy* di
Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Goals and Strategy</i>	n	%
Kurang efektif	38	34,2
Cukup efektif	73	65,8
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa sebanyak 73 pasien (65,8%) yang memberikan penilaian cukup efektif.

Sementara itu, sebanyak 38 pasien (34,2%) menilai bahwa *Digital Goals and Strategy* di rumah sakit masih kurang efektif.

b. Digital Audiences

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Audiences* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.7
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Audiences* di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Audiences</i>	n	%
Kurang efektif	91	82
Cukup efektif	20	18
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.7 menunjukkan bahwa sebanyak 91 pasien (82%) yang menyatakan bahwa *digital audiens* tergolong kurang efektif. Sementara itu, hanya 20 pasien (18%) yang menilai bahwa *digital audiens* sudah cukup efektif.

c. Digital Devices

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Devices* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.8
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Devices* di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Devices</i>	n	%
Kurang efektif	62	55,9
Cukup efektif	49	44,1
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.8 menunjukkan bahwa sebanyak 62 pasien (55,9%) menyatakan *digital devices* tergolong kurang efektif. Sementara itu, 49 pasien (44,1%) memberikan penilaian bahwa *digital devices* sudah cukup efektif.

d. Digital Platforms

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Platforms* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.9
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Platforms* di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Platforms</i>	n	%
Kurang efektif	61	55
Cukup efektif	50	45
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.9 menunjukkan bahwa sebanyak 61 pasien (55%) menyatakan bahwa *digital platforms* kurang efektif. Sementara itu, 50 pasien (45%) menilai bahwa penggunaan platform digital sudah cukup efektif.

e. Digital Media

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Media* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.10
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Media* di Rumah Sakit
Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Media</i>	n	%
Kurang efektif	16	14,4
Cukup efektif	95	85,6
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.10 menunjukkan bahwa sebanyak 95 pasien (85,6%) menyatakan bahwa *digital media* yang digunakan rumah sakit telah cukup efektif. Hanya 16 pasien (14,4%) yang menilai bahwa *digital media* tersebut masih kurang efektif.

f. Digital Data

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Data* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.11
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Data* di Rumah Sakit
Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Data</i>	n	%
Kurang efektif	3	2,7
Cukup efektif	108	97,3
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.11 menunjukkan bahwa sebanyak 108 pasien (97,3%) menyatakan bahwa *digital data* di rumah sakit sudah cukup efektif, sedangkan hanya 3 pasien (2,7%) yang menilai bahwa kurang efektif.

g. Digital Marketing Technology

Distribusi pasien berdasarkan *Digital Marketing Technology* pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. 12
Distribusi Pasien Berdasarkan *Digital Marketing Technology* di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Marketing Technology</i>	n	%
Kurang efektif	72	64,9
Cukup efektif	39	35,1
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.12 menunjukkan bahwa sebanyak 72 pasien (64,9%) menyatakan bahwa teknologi pemasaran digital yang digunakan belum cukup optimal, sementara hanya 39 pasien (35,1%) yang menilai penggunaannya cukup efektif.

h. Loyalitas Pasien

Distribusi pasien berdasarkan loyalitas pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.13
Distribusi Pasien Berdasarkan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Loyalitas Pasien	n	%
Kurang Loyal	18	16,2
Cukup Loyal	93	83,8
Total	111	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.13 menunjukkan bahwa mayoritas pasien memiliki loyalitas yang cukup tinggi dengan layanan yang

diberikan oleh Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji. Hal ini terlihat dari 93 pasien (83,8%) yang tergolong dalam kategori cukup loyal. Sementara itu, hanya 18 pasien (16,2%) yang termasuk dalam kategori kurang loyal.

3. Analisis Bivariat

- a. Hubungan *Digital Goals and Strategy* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5.14
Hubungan *Digital Goals and Strategy* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Goals and Strategy</i>	Loyalitas Pasien				Total		<i>P</i> (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	4	10,5	34	89,5	38	100,0	0,241
Cukup Efektif	14	19,2	59	80,8	73	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.14 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital goals and strategy* yang cukup efektif yaitu sebanyak 59 pasien (80,8%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital goals and strategy* yang kurang efektif yaitu sebanyak 4 pasien (10,5%).

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,241$ ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga

dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Digital Goals and Strategy* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

- b. Hubungan *Digital Audience* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5. 15
Hubungan *Digital Audience* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Audience</i>	Loyalitas Pasien				Total		<i>P</i> (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	18	19,8	73	80,2	91	100,0	0,030
Cukup Efektif	0	0,0	20	100,0	20	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.15 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital audiences* yang kurang efektif yaitu sebanyak 73 pasien (80,2%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital audiences* yang cukup efektif yaitu sebanyak 0 pasien (0,0%)

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,030$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan *Digital Audiences* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

c. Hubungan *Digital Devices* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5.16
Hubungan *Digital Devices* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

<i>Digital Devices</i>	Loyalitas Pasien				Total		<i>P</i> (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	17	27,4	45	72,6	62	100,0	0,000
Cukup Efektif	1	2,0	48	98,0	49	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.16 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital devices* yang cukup efektif yaitu sebanyak 48 pasien (98,0%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital devices* yang cukup efektif yaitu sebanyak 1 pasien (2,0%).

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan *Digital Devices* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

d. Hubungan *Digital Platforms* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5.17
Hubungan *Digital Platforms* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital Platforms	Loyalitas Pasien				Total		P (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	14	23,0	47	77,0	61	100,0	0,033
Cukup Efektif	4	8,0	46	92,0	50	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.17 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital platforms* yang kurang efektif yaitu sebanyak 47 pasien (77,0%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital platforms* yang cukup efektif yaitu sebanyak 4 pasien (8,0%).

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,033$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan *Digital Platforms* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

e. Hubungan *Digital Media* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5.18
Hubungan *Digital Media* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital Media	Loyalitas Pasien				Total		P (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	4	25,0	12	75,0	16	100,0	0,303
Cukup Efektif	14	14,7	81	85,3	95	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.18 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital media* yang cukup efektif yaitu sebanyak 81 pasien (85,3%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital media* yang kurang efektif yaitu sebanyak 4 pasien (25,0%).

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,303$ ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Digital Media* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

- f. Hubungan *Digital Data* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5.19
Hubungan *Digital Data* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital Data	Loyalitas Pasien				Total		P (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	0	0,0	3	100,0	3	100,0	0,440
Cukup Efektif	18	16,7	90	83,3	108	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.19 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital data* yang cukup efektif yaitu sebanyak 90 pasien (83,3%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital data* yang kurang efektif yaitu sebanyak 0 pasien (0,0%).

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,440$ ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan *Digital Data* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

- g. Hubungan *Digital Marketing Technology* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Tabel 5. 20
Hubungan *Digital Marketing Technology* dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital Marketing Technology	Loyalitas Pasien				Total		P (value)
	Kurang Loyal		Cukup Loyal				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	17	23,6	55	76,4	72	100,0	0,004
Cukup Efektif	1	2,6	38	97,4	39	100,0	
Total	18	16,2	93	83,8	111	100,0	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.20 menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital marketing technology* yang kurang efektif yaitu sebanyak 55 pasien (76,4%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital marketing technology* yang cukup efektif yaitu sebanyak 1 pasien (2,6%).

Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,004$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan *Digital Marketing Technology* dengan loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

C. Pembahasan

1. Karakteristik Pasien

Jenis kelamin sebagian besar pasien dalam penelitian ini adalah laki-laki 67,6%, sementara perempuan hanya sebesar 32,4%. Karakteristik ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dalam penggunaan layanan rumah sakit pada saat survei dilakukan. Menurut penelitian (Setiawan & Nabila, 2022), laki-laki cenderung lebih responsif dengan konten informatif dan praktis dalam media digital, sedangkan perempuan lebih memperhatikan aspek emosional dan visual.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2016, kategori usia dibagi menjadi remaja (10–19 tahun), dewasa (20–44 tahun), pra lanjut usia (45-59 tahun) dan lanjut usia (60 tahun ke atas). Usia sebagian besar pasien berada dalam rentang usia 20–44 tahun sebanyak 59 orang (53,2%). Kelompok usia produktif ini cenderung lebih akrab dengan penggunaan teknologi digital seperti media sosial atau website. Usia produktif cenderung lebih responsif dengan informasi digital dan memiliki potensi loyalitas yang lebih tinggi apabila *digital marketing* rumah sakit dirancang secara menarik, informatif dan interaktif (Deviyanti, 2023).

Pendidikan terakhir pasien mayoritas memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 81 orang (73%). Tingkat pendidikan

mempengaruhi kemampuan individu dalam memahami konten *digital marketing* yang disampaikan. Pasien dengan pendidikan menengah dan tinggi cenderung lebih aktif mencari informasi tentang layanan kesehatan melalui media digital. Semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin tinggi pula kesadarannya dengan pentingnya informasi kesehatan, yang dapat memperkuat loyalitas jika rumah sakit mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah diakses (Nusantari et al., 2021).

Dalam hal pekerjaan, menggambarkan bahwa sebagian besar pasien berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah. *Digital marketing* yang menyajikan informasi secara transparan dan mudah diakses sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan layanan kesehatan oleh pasien dari kelompok ini.

Dari segi pendapatan, mayoritas pasien memiliki pendapatan di bawah UMR Kota Makassar yaitu Rp3.880.000 (65,8%). Hal ini karena beberapa pasien tidak berkerja atau masih menempuh pendidikan. Tingkat pendapatan dapat memengaruhi prioritas dan preferensi pasien dalam memilih layanan kesehatan.

2. Hubungan *Digital Goals and Strategy* Dengan Loyalitas Pasien Umum Rawat Jalan di RSUD Labuang Baji

Digital goals and strategy adalah tujuan dan upaya yang dilakukan oleh suatu institusi, dalam hal ini RSUD Labuang Baji, untuk memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan kualitas

layanan kepada pasien. Strategi ini mencakup berbagai aspek, seperti penggunaan sistem digital yang efektif, penyampaian informasi kesehatan melalui media digital, serta pemberian layanan melalui situs web atau aplikasi seluler.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital goals and strategy* yang cukup efektif yaitu sebanyak 59 pasien (80,8%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital goals and strategy* yang kurang efektif yaitu sebanyak 4 pasien (10,5%). Hasil analisis data menggunakan chi-square diperoleh nilai $p = 0,241$ ($p > 0,05$) yang berarti tidak ada hubungan antara *digital goals and strategy* yang diterapkan oleh rumah sakit dengan loyalitas pasien.

Website RSUD Labuang Baji mulai dikembangkan pada tahun 2019 sebagai bagian dari upaya digitalisasi layanan informasi dan komunikasi rumah sakit. Pembuatan website ini bertujuan untuk memberikan kemudahan akses informasi kepada masyarakat mengenai layanan, fasilitas, serta program-program yang disediakan oleh rumah sakit. Sejak awal peluncurannya, website ini terus mengalami pembaruan dan pengembangan guna meningkatkan kualitas pelayanan berbasis digital.

Digital goals and strategy di RSUD Labuang Baji sudah cukup baik ditandai dengan banyaknya pasien yang menyatakan setuju

dengan pernyataan-pernyataan kuesioner terkait strategi dan pencapaian digital rumah sakit. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa hal tersebut tidak secara langsung berhubungan dengan loyalitas pasien. Keberhasilan rumah sakit dalam menyampaikan informasi kesehatan secara digital melalui situs web belum mampu mendorong pasien untuk menjadi lebih loyal. Pasien bisa saja merasa puas dengan akses digital yang diberikan, namun hal itu tidak cukup untuk membentuk keterikatan atau keinginan untuk terus menggunakan layanan rumah sakit secara berkelanjutan. Dengan kata lain, pencapaian digital goals tidak membuat pasien menjadi lebih loyal ataupun kurang loyal sehingga tidak menunjukkan hubungan signifikan dengan loyalitas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nadiyah dkk, 2024) menyatakan *digital goals and strategy* suatu pemasaran yang memiliki keharusan memperbaiki kualitas di rumah sakit. Dalam hal ini, digital pemasaran harus menjadikan strategi dalam meningkatkan kunjungan pasien.

Adapun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Burhanuddin et al., 2025) menyatakan bahwa pemasaran digital rumah sakit memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas pasien melalui pengalaman pasien. Strategi digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, situs web, dan aplikasi seluler mampu

meningkatkan pengalaman pasien yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pasien.

3. Hubungan *Digital Audiences* Dengan Loyalitas Pasien Umum Rawat Jalan di RSUD Labuang Baji

Digital audiences dapat dijelaskan sebagai kelompok pengguna atau masyarakat yang menjadi sasaran dari layanan, informasi, maupun komunikasi digital yang disediakan oleh RSUD Labuang Baji. Dalam konteks ini, *digital audiences* mencakup pasien yang menerima informasi kesehatan secara *online*, menanggapi pemasaran digital rumah sakit serta memberikan partisipasi melalui ulasan atau interaksi dengan konten digital.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital audiences* yang kurang efektif yaitu sebanyak 73 pasien (80,2%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital audiences* yang cukup efektif yaitu sebanyak 0 pasien (0,0%). Analisis data menggunakan uji Chi-Square diperoleh nilai $p = 0,030$ ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan signifikan antara *digital audiences* dengan loyalitas pasien.

Digital audiences di rumah sakit umum daerah labuang baji menunjukkan bahwa pasien belum sepenuhnya menjadi pengguna aktif atau memberikan umpan balik dengan informasi atau konten yang di bagikan tim pemasaran di media sosial. Rendahnya

efektivitas sistem serta partisipasi dalam ulasan menunjukkan perlunya peningkatan strategi komunikasi digital. RSUD perlu mengembangkan pendekatan yang lebih menarik, responsif dan relevan agar audiens merasa lebih terlibat dan termotivasi untuk berinteraksi secara digital.

Hubungan antara *digital audiences* dengan loyalitas pasien terjadi karena interaksi digital yang efektif mampu membentuk persepsi positif terhadap pelayanan rumah sakit. Ketika pasien merasa terlibat, mendapatkan informasi yang relevan dan mengalami kemudahan dalam berkomunikasi melalui media sosial atau platform digital rumah sakit, hal ini meningkatkan rasa percaya dan kepuasan terhadap layanan. Keterlibatan digital juga mencerminkan tingkat perhatian dan komitmen rumah sakit terhadap kebutuhan pasien secara berkelanjutan. Oleh karena itu, semakin efektif *digital audiences*, semakin tinggi pula potensi loyalitas pasien terhadap rumah sakit.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahma et al., 2023) menyoroti bahwa pemanfaatan digital seperti media sosial, website dan aplikasi kesehatan memungkinkan rumah sakit untuk memahami perilaku dan preferensi pasien secara lebih mendalam konsep yang dikenal sebagai *digital audiences*. Melalui pendekatan ini rumah sakit dapat membangun komunikasi yang lebih personal dan relevan sehingga meningkatkan kepuasan dan menciptakan

ikatan emosional dengan pasien. Hasilnya interaksi digital yang tepat sasaran ini berkontribusi positif dengan loyalitas pasien, menunjukkan bahwa pemahaman dan pemanfaatan *digital audiences* memiliki hubungan dengan kesetiaan pasien dengan layanan rumah sakit.

Adapun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Tiara & Antonio, 2022) yang menyatakan bahwa kepuasan pasien biasanya menjadi mediator penting menuju loyalitas, temuan ini mengindikasikan bahwa sekadar menyediakan fitur telemedicine tidak otomatis menaikkan loyalitas pasien.

4. Hubungan *Digital Devices* Dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital devices adalah perangkat elektronik yang digunakan untuk mengakses, menerima dan memproses informasi digital. Dalam konteks pelayanan kesehatan di RSUD Labuang Baji, *digital devices* merujuk pada alat seperti komputer, laptop, tablet dan smartphone yang digunakan pasien maupun pihak rumah sakit untuk memudahkan layanan seperti pendaftaran, pemeriksaan, penyampaian informasi kesehatan serta partisipasi dalam kegiatan digital seperti seminar online. Perangkat ini menjadi penghubung utama antara pengguna layanan dan sistem digital rumah sakit.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital devices*

yang cukup efektif yaitu sebanyak 48 pasien (98,0%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital devices* yang cukup efektif yaitu sebanyak 1 pasien (2,0%). Analisis data menggunakan uji chi-square diperoleh nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan signifikan antara *digital devices* dengan loyalitas pasien.

Pemanfaatan *digital devices* di RSUD Labuang Baji masih belum optimal khususnya untuk pasien umum. Rumah sakit ini belum menyediakan fasilitas pendaftaran atau pemeriksaan berbasis perangkat digital yang dapat diakses secara mandiri oleh pasien umum. Perangkat digital belum terintegrasi penuh ke dalam sistem pelayanan pasien umum sehingga proses pendaftaran masih dilakukan melalui loket. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin efektif rumah sakit dalam mengelola dan mengembangkan *digital devices* pada layanan rumah sakit maka akan semakin tinggi pula loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Labuang Baji.

Penelitian sejalan dilakukan oleh (Pratami et al., 2023) penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengalaman digital pasien memengaruhi loyalitas dengan fasilitas layanan kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan perangkat digital seperti smartphone, komputer, dan aplikasi kesehatan dapat menciptakan pengalaman yang lebih praktis, efisien dan memuaskan bagi pasien.

Adapun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Sari & Rino, 2023) menunjukkan bahwa tidak semua bentuk pemanfaatan teknologi atau perangkat digital dalam pelayanan secara otomatis dapat meningkatkan loyalitas, tergantung pada konteks dan persepsi pengguna dengan jaminan serta keandalan teknologi tersebut.

5. Hubungan *Digital Platforms* Dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital platforms adalah sistem atau media berbasis digital yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi, penyampaian informasi dan interaksi antara penyedia layanan dan pengguna. Pemanfaatan *digital platforms* di RSUD Labuang Baji mencakup aplikasi, website atau media digital lainnya yang memudahkan pasien dalam berkomunikasi, mencari informasi kesehatan hingga memberikan masukan atau pertanyaan secara langsung kepada pihak rumah sakit.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital platforms* yang kurang efektif yaitu sebanyak 47 pasien (77,0%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital platforms* yang cukup efektif yaitu sebanyak 4 pasien (8,0%). Analisis data menggunakan uji Chi-Square diperoleh nilai $p = 0,033$

($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan antara *digital platforms* dengan loyalitas pasien.

Pemanfaatan *digital platforms* di RSUD Labuang Baji dinilai belum efektif. Sebagian besar pasien menyatakan bahwa komunikasi melalui platform digital belum efisien, informasi seperti jadwal dokter sulit ditemukan, tingkat interaktivitas rendah dan respon dengan pertanyaan pasien masih kurang memadai. Terdapat hubungan antara *digital platforms* dan loyalitas pasien karena kualitas pelayanan digital memengaruhi pengalaman dan kepuasan pasien. Ketika platform digital rumah sakit belum optimal seperti komunikasi yang kurang efisien, informasi sulit diakses dan respons yang lambat hal ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan keterikatan pasien terhadap rumah sakit. Sebaliknya, *digital platforms* yang efektif dapat meningkatkan kemudahan akses layanan, memperkuat komunikasi dan membangun hubungan yang lebih baik sehingga mendorong loyalitas pasien.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wartono et al., 2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah membuktikan hubungannya yang signifikan dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien di rumah sakit.

Adapun penelitian ini tidak sejalan yang dilakukan oleh (Nawastuti & Irmawati, 2023) menunjukkan bahwa media sosial sebagai bagian dari *digital platforms* tidak memberikan hubungan

langsung yang signifikan dengan loyalitas konsumen. Yang lebih berhubungan adalah *electronic word of mouth (e-WOM)* dan pengalaman langsung.

6. Hubungan *Digital Media* Dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital media adalah segala bentuk media berbasis teknologi digital yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau promosi melalui saluran elektronik seperti situs web, media sosial, aplikasi dan mesin pencari. Media ini memungkinkan interaksi yang cepat, luas dan efisien antara penyedia layanan dan pasien khususnya dalam konteks komunikasi dan promosi layanan kesehatan.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital media* yang cukup efektif yaitu sebanyak 81 pasien (85,3%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital media* yang kurang efektif yaitu sebanyak 4 pasien (25,0%). Analisis data menggunakan chi-square diperoleh nilai $p = 0,303$ ($p > 0,05$) yang berarti tidak ada hubungan signifikan antara digital media yang diterapkan oleh rumah sakit dengan loyalitas pasien.

RSUD Labuang Baji telah memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan promosi layanan kesehatan kepada masyarakat. Melalui media sosial dan

situs web resmi, rumah sakit ini menyediakan konten kesehatan yang dianggap relevan dengan kebutuhan pasien. Informasi tersebut dirasakan mampu membantu pemahaman masyarakat terhadap berbagai isu kesehatan. Selain itu, promosi rumah sakit juga sering muncul di mesin pencari seperti Google, yang menunjukkan adanya upaya dalam memperluas jangkauan informasi. Rumah sakit juga secara konsisten memperbarui kontennya agar tetap informatif dan menarik. Meskipun secara persepsi media digital ini dinilai cukup baik, efektivitasnya dalam membentuk loyalitas pasien masih perlu ditinjau lebih lanjut, karena persepsi positif terhadap digital media belum tentu berbanding lurus dengan peningkatan loyalitas pasien.

Penelitian sejalan dilakukan oleh (Nurfadhilah et al., 2024) menyatakan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara media digital yang digunakan rumah sakit (termasuk sosial media, website, dll.) dengan persepsi kepuasan pasien. Karena kepuasan adalah salah satu faktor utama dalam membentuk loyalitas, maka dapat disimpulkan bahwa digital media belum mampu membentuk loyalitas pasien secara langsung.

Adapun penelitian yang tidak sejalan (Murniati, 2021) studi ini menganalisis hubungan iklan digital rumah sakit dengan loyalitas pasien, yang diukur melalui niat pasien untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit yang sama di masa depan.

Hasilnya menunjukkan bahwa iklan digital yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pasien dengan memperkuat hubungan mereka dengan rumah sakit.

7. Hubungan *Digital Data* Dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital Data merujuk pada informasi pribadi pasien yang dikumpulkan, disimpan dan dikelola secara elektronik melalui layanan kesehatan digital. Data ini mencakup informasi sensitif yang harus dijaga kerahasiaan dan keamanannya. Pemanfaatan *digital data* di RSUD Labuang Baji mencakup aspek kepercayaan pasien terhadap perlindungan data, kesadaran pasien dalam menjaga privasi, kejelasan kebijakan privasi rumah sakit serta kemudahan akses pasien terhadap data pribadinya yang disimpan secara digital.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital data* yang cukup efektif yaitu sebanyak 90 pasien (83,3%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital data* yang kurang efektif yaitu sebanyak 0 pasien (0,0%). Analisis data menggunakan chi-square diperoleh nilai $p = 0,440$ ($p > 0,05$) yang berarti tidak ada hubungan signifikan antara *digital data* yang diterapkan oleh rumah sakit dengan loyalitas pasien.

Digital data di RSUD Labuang Baji sudah cukup efektif, Hal ini terlihat dari banyaknya pasien yang menyatakan setuju bahwa rumah sakit menjaga kerahasiaan dan keamanan data pribadi mereka, memiliki kebijakan privasi yang jelas, serta memberikan kemudahan bagi pasien untuk mengakses atau meminta salinan informasi pribadi mereka. Namun demikian, meskipun aspek pengelolaan data digital dinilai baik oleh pasien, hal tersebut tidak memberikan hubungan yang signifikan dengan loyalitas pasien.

Penelitian sejalan dilakukan oleh (R. D. Putri et al., 2025), ditemukan bahwa implementasi rekam medis elektronik sebagai bagian dari digitalisasi data pasien tidak berhubungan secara langsung dengan loyalitas pasien. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pasien dengan keamanan dan aksesibilitas data digital belum menjadi faktor utama yang mendorong mereka untuk tetap setia atau kembali menggunakan layanan kesehatan di fasilitas tersebut.

Adapun penelitian yang tidak sejalan dilakukan oleh (Solehudin & Syabanasyah, 2023) Dalam era digital, perlindungan data pasien menjadi isu penting. Ketika pasien merasa data pribadi mereka tidak aman atau digunakan secara tidak etis, hal ini dapat mengganggu kepercayaan mereka dengan fasilitas kesehatan dan mengurangi loyalitas pasien.

8. Hubungan *Digital Marketing Technology* Dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji

Digital Marketing Technology adalah pemanfaatan teknologi digital oleh institusi layanan kesehatan seperti RSUD Labuang Baji untuk mempromosikan layanan, menyampaikan informasi kesehatan serta memberikan kemudahan akses terhadap fitur-fitur layanan medis secara online. Teknologi ini mencakup iklan digital, konten edukatif (artikel, video, webinar), serta platform digital seperti situs web dan aplikasi seluler yang menyediakan informasi layanan, pencarian dokter dan ulasan pasien. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pengetahuan, kepuasan dan partisipasi pasien dalam pengambilan keputusan terkait kesehatan mereka.

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa data dengan nilai tertinggi terdapat pada kategori cukup loyal dengan *digital marketing technology* yang kurang efektif yaitu sebanyak 55 pasien (76,4%). Sementara itu, nilai terendah terdapat pada kategori kurang loyal dengan *digital marketing technology* yang cukup efektif yaitu sebanyak 1 pasien (2,6%). Analisis data menggunakan uji Chi-Square diperoleh nilai $p = 0,004$ ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan antara *digital marketing technology* dengan loyalitas pasien.

Penerapan *digital marketing technology* di RSUD Labuang Baji dinilai masih kurang efektif. Hal ini terlihat dari jawaban pasien yang menunjukkan bahwa sebagian besar pasien belum merasa terinformasi dengan baik melalui media digital yang digunakan rumah sakit, seperti website maupun media sosial. Ketika pasien merasa terinformasi dan dilibatkan dengan baik melalui media digital rumah sakit, mereka akan merasa lebih percaya dan puas, yang pada akhirnya mendorong loyalitas mereka terhadap layanan kesehatan yang diberikan. Sebaliknya, penerapan teknologi digital yang kurang efektif dapat menyebabkan pasien merasa kurang terhubung dan tidak puas terhadap layanan yang diberikan, yang berpotensi menurunkan loyalitas. Oleh karena itu, optimalisasi strategi digital marketing menjadi penting dalam upaya membangun dan mempertahankan loyalitas pasien di era pelayanan kesehatan digital saat ini.

Penelitian sejalan yaitu penelitian (Deniswara et al., 2024) ini menemukan bahwa aspek-aspek pemasaran digital seperti relevansi, informatif, kegunaan, keaslian, hiburan, estetika, dan variasi konten memiliki hubungan yang signifikan dengan minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

Adapun penelitian tidak sejalan dilakukan oleh (Novia et al., 2023) Meskipun konteks penelitian ini adalah UKM, temuan ini dapat memberikan wawasan bahwa penggunaan teknologi

pemasaran digital saja belum tentu efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan tanpa didukung oleh faktor lain seperti kualitas produk dan pelayanan.