

STRATEGI MARKETING DENGAN MENGOPTIMALISASI SEO (*SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*) UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN : LITERATURE REVIEW

Devi Setyawati^{1*}, Pujiyanto²

Program Studi Kajian Administrasi Rumah Sakit,Fakultas Kesehatan Masyarakat,Universitas Indonesia,Indonesia^{1,2}

*Corresponding Author : devisetyawati703@gmail.com

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kesehatan mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi. Perubahan ini paling terlihat dalam cara pasien mencari informasi layanan kesehatan, di mana banyak calon pasien kini menggunakan mesin pencari seperti Google untuk menemukan rumah sakit dan dokter. Oleh karena itu, visibilitas online dan optimalisasi mesin pencari (SEO) menjadi krusial bagi rumah sakit untuk menarik perhatian pasien baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengoptimalan SEO dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan. Dengan menerapkan strategi SEO yang efektif, rumah sakit tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya tetapi juga memberikan informasi yang relevan bagi pasien. Metode penelitian ini menggunakan studi literature review terhadap jurnal yang dipublikasikan dalam lima tahun terakhir, dengan fokus pada hubungan antara SEO dan peningkatan kunjungan pasien. Penelitian dilakukan dengan menganalisis artikel dari berbagai database seperti Google Scholar dan Scopus, menggunakan kata kunci "SEO". Kriteria inklusi berdasarkan pendekatan PICOS diterapkan untuk memilih studi yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi SEO on-page dan lokal dapat memperkuat citra rumah sakit di dunia digital, serta meningkatkan jumlah pasien yang datang. Kesimpulannya diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi manajemen rumah sakit dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di era digital, serta membantu mereka meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan secara signifikan.

Kata kunci : digitalisasi, SEO, strategi marketing

ABSTRACT

In recent years, the health industry has experienced a significant transformation due to developments in information technology and digitalization. This change is most visible in the way patients search for healthcare information, with many prospective patients now using search engines like Google to find hospitals and doctors. Therefore, online visibility and search engine optimization (SEO) are crucial for hospitals to attract new patients. This research aims to explore how SEO optimization can increase the number of outpatient visits. By implementing an effective SEO strategy, hospitals can not only increase their visibility online but also provide relevant information to patients. Method: This research method uses a literature review study of journals published in the last five years, with a focus on the relationship between SEO and increased patient visits. The research was carried out by analyzing articles from various databases such as Google Scholar and Scopus, using the keyword "SEO". Inclusion criteria based on the PICOS approach were applied to select relevant studies. Results: research shows that optimizing on-page and local SEO can strengthen a hospital's image in the digital world, as well as increase the number of patients who come. Conclusion: It is hoped that this research can provide insight and recommendations for hospital management in designing more effective marketing strategies in the digital era, as well as help them increase the number of outpatient visits significantly.

Keywords : SEO, marketing strategy, digitalization

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kesehatan mengalami transformasi signifikan seiring perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi. salah satu perubahan yang paling

mencolok adalah cara pasien mencari informasi mengenai layanan kesehatan. Saat ini, sebagian besar calon pasien memanfaatkan mesin pencari, seperti Google, untuk menemukan rumah sakit, dokter, dan informasi terkait kesehatan lainnya. Dengan demikian, keberadaan online dan visibilitas di mesin pencari menjadi sangat penting bagi rumah sakit untuk menarik perhatian dan menggaet pasien baru (Smith & Johnson, 2020). *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat situs web di hasil pencarian mesin pencari. Dengan strategi SEO yang tepat, rumah sakit dapat meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pasien yang mencari layanan kesehatan. Optimalisasi SEO tidak hanya mencakup penggunaan kata kunci yang relevan, tetapi juga melibatkan pembuatan konten berkualitas, desain situs yang ramah pengguna, serta pengelolaan media sosial yang efektif. Semua ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung situs dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk mengunjungi rumah sakit (Fatma Hardianti Fauzia, 2023)

Jumlah kunjungan pasien rawat jalan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan sebuah rumah sakit. Dengan meningkatnya jumlah pasien yang datang, rumah sakit dapat meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan layanan, dan memperkuat reputasi mereka di masyarakat. Namun, banyak rumah sakit yang masih kurang memanfaatkan potensi SEO dalam strategi pemasaran mereka, sehingga kehilangan peluang untuk menjangkau pasien baru yang berpotensi. Melihat pentingnya SEO dalam strategi marketing rumah sakit, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengoptimalan SEO dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan. Dengan memahami dan menerapkan strategi SEO yang efektif, rumah sakit tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas online mereka, tetapi juga memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi pasien (Fatma Hardianti Fauzia, 2023). Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berguna bagi manajemen rumah sakit dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang lebih efektif di era digital, serta membantu mereka dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan secara signifikan (M. Najib Wafirur Rizqi, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengoptimalan SEO dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan.

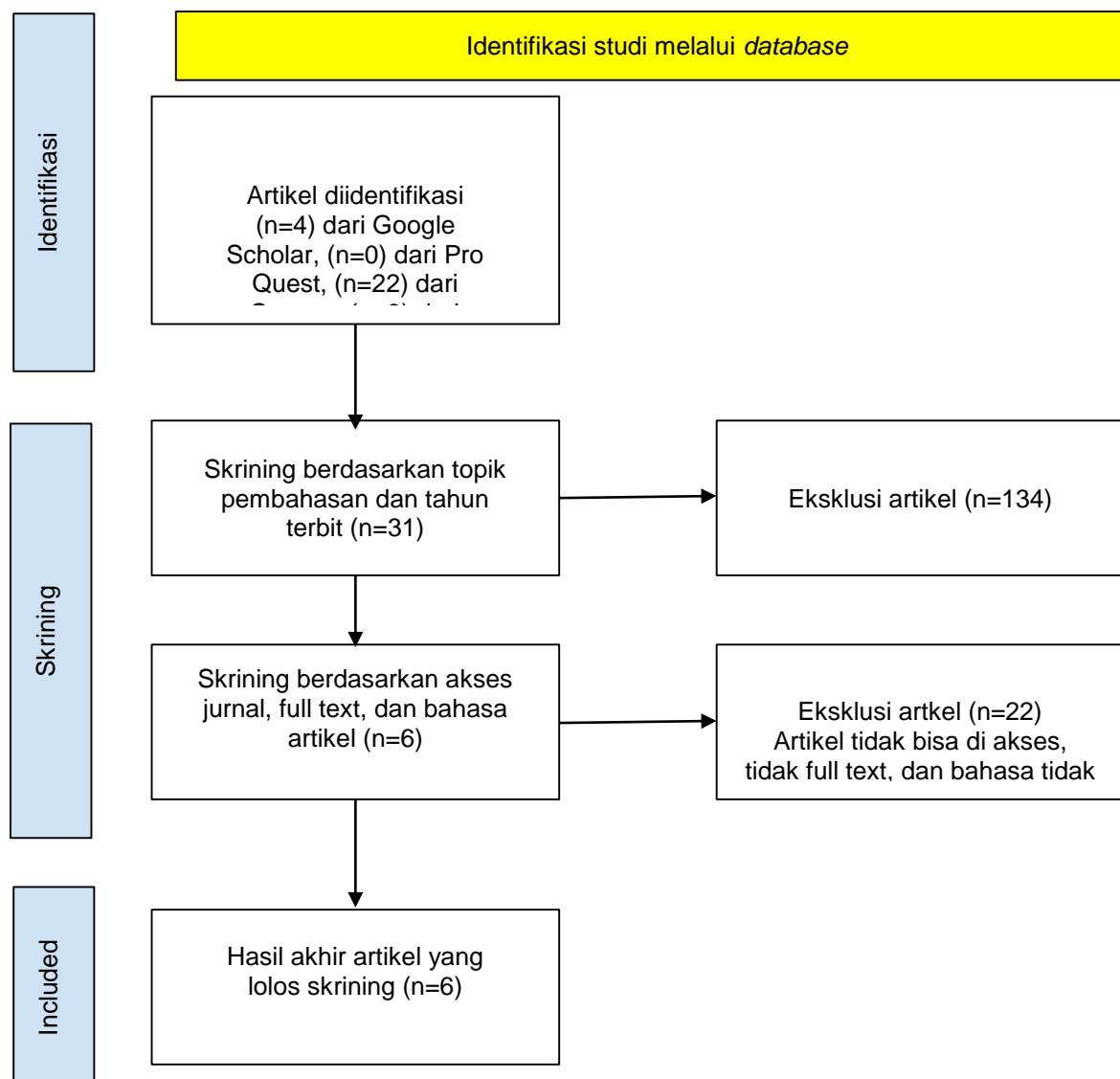
METODE

Penelitian dilakukan dengan studi *literature review* terhadap jurnal penelitian yang sebelumnya telah dipublikasi. Rentang waktu jurnal yang digunakan adalah selama 5 tahun terakhir yang memiliki hubungan bagaimana mengoptimalkan SEO dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan. Terdapat 4 web database yang digunakan untuk melakukan pencarian artikel, diantaranya Google Scholar, ProQuest, Scopus, JSTOR, dan Sage Journals. kata kunci yang digunakan SEO (*Search Engine Optimization*). Kriteria dalam pencarian artikel ini adalah topik pembahasan berkaitan dengan SEO (*Search Engine Optimization*), tahun 2020-2024.

Skrining Artikel dan Ekstraksi Data

Peneliti mencari literature artikel penelitian dengan kata kunci lalu dilakukan review terhadap artikel-artikel tersebut agar sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi strategi SEO yang paling efektif dalam meningkatkan peringkat situs web rumah sakit di mesin pencari dan menarik lebih banyak pengunjung.

Perbandingan yang diteliti adalah antara satu rumah sakit yang menggunakan SEO secara optimal dan satu lagi yang tidak mengoptimalkan SEO. Dengan cara ini, bisa melihat perbedaan yang jelas dalam visibilitas online, jumlah pasien, dan pengalaman pasien. Keseluruhan artikel yang diperoleh dipilah menggunakan Metode PRISMA.



Gambar 1. Bagan PRISMA

HASIL

Berikut merupakan *Literature Review* dalam penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Studi *Literature Review*

No.	Judul	Subjek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Pasien di Sebuah Rumah Sakit	Rumah sakit di Kabupaten Serang	studi literatur dari berbagai jurnal	Penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi media sosial sebagai alat efektif dalam membangun citra positif rumah sakit dan meningkatkan kunjungan pasien.

2.	Mengevaluasi Kualitas Website Rumah Sakit untuk Wisata Medis di Indonesia	162 rumah sakit di Provinsi Jakarta	pendekatan kuantitatif dalam menguji perbedaan skor dalam kualitas situs web dengan aplikasi alat Nibbler	Bahwa rumah sakit di Provinsi Jakarta memiliki kesadaran lebih terhadap pemasaran digital karena berada di pusat pengembangan teknologi informasi yang memungkinkan masyarakat untuk beralih dari media promosi konvensional ke media digital.
3.	Dampak Pemasaran Digital terhadap Pemasaran Rumah Sakit	Pemasaran digital dalam pengaturan layanan kesehatan, termasuk menarik pasien baru, memperluas jangkauan bisnis, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperkuat loyalitas pasien.	Penelitian ini menggunakan metodologi tinjauan pustaka deskriptif untuk menyelidiki dampak pemasaran digital terhadap pemasaran rumah sakit.	Pengaturan layanan kesehatan, termasuk menarik pasien baru, memperluas jangkauan bisnis, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperkuat loyalitas pasien.
4.	Inovasi Strategi Pemasaran Internet Menggunakan Search Engine Optimization.	Jumlah pengguna Internet kawasan Asia	dianalisa menggunakan software atau di survey langsung	Perusahaannya bergerak dalam bidang microchip untuk telepon selular maka kata kunci yang diterapkan sebaiknya adalah microchip tersebut atau yang menyerupainya.
5.	Pemasaran Digital pada Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit	Sumber referensi yang relevan dengan nilai-nilai, budaya, dan norma yang dikembangkan dalam konteks sosial sedang diteliti.	Metode studi pustaka digunakan untuk menggali sumber referensi yang relevan dalam konteks pemasaran rumah sakit	Dalam pengaruhnya digital marketing membantu meningkatkan kepercayaan dengan menyajikan informasi yang jelas dan relevan, serta menciptakan kesan personal melalui interaksi langsung.

Hasil tabel dalam dokumen ini merupakan ringkasan dari studi literatur mengenai pemasaran digital dalam layanan kesehatan, khususnya rumah sakit. Beberapa temuan utama dalam tabel ini meliputi : Media sosial (Instagram) efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien dengan membangun citra positif rumah sakit, Kualitas website rumah sakit berpengaruh terhadap wisata medis, di mana rumah sakit di daerah dengan teknologi tinggi lebih sadar akan pemasaran digital, Pemasaran digital membantu dalam pengelolaan layanan kesehatan, menarik pasien baru, memperluas jangkauan bisnis, serta meningkatkan loyalitas pasien, Search Engine Optimization (SEO) menjadi strategi penting dalam pemasaran digital, khususnya dalam meningkatkan visibilitas rumah sakit di pencarian online, Digital marketing

berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan pasien melalui informasi yang jelas, relevan, dan menciptakan kesan personal melalui interaksi langsung. Secara keseluruhan, tabel ini menekankan bahwa pemasaran digital merupakan strategi penting dalam meningkatkan efektivitas layanan rumah sakit serta kepuasan pasien.

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, kelima jurnal ini menunjukkan pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan visibilitas dan efektivitas pelayanan rumah sakit. Media sosial seperti Instagram memberikan cara yang efektif untuk berinteraksi dengan pasien, sementara SEO menjadi elemen kunci dalam memastikan rumah sakit muncul di pencarian online. Website rumah sakit juga harus diperhatikan dengan serius, terutama bagi mereka yang berfokus pada wisata medis, karena kualitas website yang buruk dapat mengurangi daya tarik pasien internasional. Selain itu, pemasaran digital secara umum membantu rumah sakit dalam memperkenalkan layanan mereka, membangun hubungan yang lebih baik dengan pasien, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan dan kepuasan pasien. SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan teknik yang sangat penting bagi rumah sakit untuk meningkatkan peringkat mereka di hasil pencarian Google, yang merupakan salah satu cara utama orang mencari layanan kesehatan. Artikel ini menguraikan bagaimana rumah sakit dapat mengoptimalkan konten mereka dengan kata kunci yang tepat, meningkatkan visibilitas di mesin pencari, dan menarik lebih banyak pasien yang mencari perawatan medis secara online. Penelitian ini menyarankan bahwa rumah sakit yang tidak memanfaatkan SEO dengan baik akan kalah bersaing dalam era digital, karena sebagian besar pasien sekarang mencari layanan kesehatan melalui internet.

Tantangan yang dihadapi oleh banyak rumah sakit adalah untuk tetap mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pasien yang semakin canggih. Oleh karena itu, investasi dalam pemasaran digital dan pengembangan kualitas platform online harus menjadi prioritas utama bagi rumah sakit yang ingin tetap bersaing di pasar yang kompetitif. Tantangan yang dihadapi oleh banyak rumah sakit dalam mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pasien yang semakin canggih sangat signifikan. Dalam konteks ini, investasi dalam pemasaran digital dan pengembangan kualitas platform online menjadi prioritas utama bagi rumah sakit untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Tantangan Teknologi dan Kebutuhan Pasien, Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI), terdapat beberapa tantangan utama dalam implementasi teknologi di rumah sakit. Pertama, banyak rumah sakit masih menggunakan teknologi lama, yang menghambat mereka untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasien modern. Kedua, keengganannya untuk berinvestasi pada digitalisasi kesehatan menjadi masalah besar, di mana rumah sakit lebih fokus pada penambahan fasilitas fisik daripada memperbarui sistem digital mereka.

Keterbatasan Infrastruktur

Keterbatasan infrastruktur juga menjadi tantangan signifikan. Banyak rumah sakit, terutama di daerah terpencil, menghadapi masalah dengan perangkat keras yang usang dan konektivitas internet yang terbatas. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam mengimplementasikan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) secara efektif. Penelitian menunjukkan bahwa rumah sakit yang telah berhasil mengatasi tantangan ini melalui peningkatan infrastruktur TI dan pelatihan staf dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan kesehatan mereka secara signifikan.

Pentingnya Pemasaran Digital

Dalam era digital saat ini, pemasaran digital menjadi alat penting untuk menarik perhatian pasien. Menurut penelitian terbaru, rumah sakit yang mengadopsi strategi pemasaran digital

yang efektif dapat meningkatkan visibilitas mereka secara online dan memberikan informasi yang relevan kepada pasien. Ini mencakup penggunaan media sosial, SEO, dan konten berkualitas untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Investasi dalam Pengembangan *Platform Online*

Investasi dalam pengembangan *platform online* adalah langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman pasien. Rumah sakit perlu memastikan bahwa situs web mereka ramah pengguna dan menyediakan informasi yang mudah diakses. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan tingkat kunjungan pasien. Selain itu, rumah sakit juga harus fokus pada keamanan data pribadi pasien, karena pelanggaran data dapat merusak kepercayaan publik.

Kolaborasi dan Pelatihan

Untuk mengatasi tantangan ini, kolaborasi antara pemerintah, penyedia layanan kesehatan, dan lembaga pendidikan sangat penting. Pelatihan bagi tenaga medis dan manajemen rumah sakit mengenai penggunaan teknologi digital harus ditingkatkan. Hal ini tidak hanya akan memperkuat kemampuan internal rumah sakit tetapi juga memastikan bahwa staf siap menghadapi perubahan teknologi.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial seperti Instagram, pengoptimalan website untuk menarik wisatawan medis, serta penerapan strategi SEO yang efektif merupakan faktor kunci dalam menarik pasien baru dan memperkuat hubungan dengan pasien yang sudah ada. Penelitian ini menunjukkan bahwa rumah sakit yang mengadopsi dan memanfaatkan teknologi pemasaran digital secara tepat dapat mencapai hasil yang signifikan, termasuk peningkatan jumlah kunjungan pasien, meningkatkan daya tarik bagi pasar internasional (terutama dalam konteks wisata medis), serta membangun kepercayaan dan loyalitas pasien. Sebaliknya, rumah sakit yang tidak beradaptasi dengan pemasaran digital berisiko kehilangan peluang untuk bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

Pentingnya inovasi dan perbaikan berkelanjutan pada platform digital, seperti website dan akun media sosial, juga menjadi sorotan utama, karena kualitas dan kemudahan akses sangat berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Dengan demikian, rumah sakit harus terus berinvestasi dalam pemasaran digital untuk tetap relevan dan efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih atas dukungan, bantuan serta bimbingan kepada semua pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M. (2001). Interaksi ibu yang memiliki sifat temperamental terhadap perkembangan anak. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 254-258.
- Chandra, A. (2011). Aplikasi internet dalam keperluan bisnis. Dalam Mulyandi, M. R., Sudaryono, & Ningrum, I. T. (Eds.), *Inovasi strategi pemasaran internet*.
- Mulyandi, M. R., Sudaryono, & Ningrum, I. T. (2012). Inovasi strategi pemasaran internet menggunakan search engine optimization.

- Sutejo, A. (2006). Persaingan bisnis dalam era globalisasi. Dalam Mulyandi, M. R., Sudaryono, & Ningrum, I. T. (Eds.), *Inovasi strategi pemasaran internet*.
- Turban, E. (2002). E-commerce: A managerial perspective. Dalam Mulyandi, M. R., Sudaryono, & Ningrum, I. T. (Eds.), *Inovasi strategi pemasaran internet*.
- Yuliana, L. (2000). Pengembangan bisnis melalui internet. Dalam Mulyandi, M. R., Sudaryono, & Ningrum, I. T. (Eds.), *Inovasi strategi pemasaran internet*.
- Diniati, A., Suryana, A., & Bajari, A. (2022). Pengalaman buruh anak tentang perilaku komunikasinya. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 322-345.
- Fatma Hardianti Fauzia et al. (2020). Digital marketing strategies in healthcare: The case of hospitals in Indonesia. *International Journal of Healthcare Management*.
- Hidayati, N., & Setiawan, A. (2021). The impact of social media marketing on patient engagement in hospitals: Evidence from Indonesia. *Journal of Health Communication*.
- Prasetyo, Y., & Rahardjo, B. (2019). *The role of website quality in patient satisfaction: A study on private hospitals in Indonesia*. *Asian Journal of Business Research*.
- Rahmawati, R., & Supriyadi, S. (2020). *Analysis of the influence of digital marketing on patient loyalty in public hospitals in Jakarta*. *Journal of Marketing Research*.
- Rahayu, S., & Santoso, H.B. (2021). *The effect of SEO on hospital visibility: A case study in Surabaya hospitals*. *International Journal of Marketing Studies*.
- Santoso, B., & Wibowo, H.P.A.(2018). *Internet marketing strategies for healthcare services: A review of the literature and future directions for research in Indonesia*. *Journal of Health Marketing*.
- Setiawan, B., & Wulandari, D.P.(2017). *The effectiveness of online marketing strategies in increasing hospital visits: Evidence from Yogyakarta hospitals*. *Journal of Healthcare Management*.
- Utami, N.P., & Hidayah, L.(2020). *Digital transformation in healthcare: Strategies for Indonesian hospitals to improve online presence and patient engagement*. *Indonesian Journal of Health Policy*.