

HUBUNGAN ANTARA BAURAN PEMASARAN DAN PEKERJAAN DENGAN KEPUTUSAN PASIEN MEMILIH RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT UMUM PANCARAN KASIH GMIM MANADO

Arfan Tumiwa¹⁾, J. M. Pangemanan¹⁾, A. A. Rumayar¹⁾

¹⁾Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sam Ratulangi

ABSTRACT

Marketing mix is a marketing tool used hospital used hospital to hospital in order to market the consumer or patient using in patient services. Work also affects patients in deciding and choosing in patient services for people who are working will directly choose which hospital he wants to deal with the pain. Pancaran Kasih GMIM Manado general hospital. Over the last three years from the date of 2012 to 2014 in creased by 7456 patient visits. This study aims to determine the relationship between the marketing mix and work with the decision of choosing hospitalized patients choose health care Pancaran Kasih GMIM Manado general hospital. This study uses an analytic survey with cross sectional design conducted in December 2015 through January 2016 in Pancaran Kasih GMIM Manado general hospital. The population in this study is the number of hospitalized patients 62 patients. The collection of data obtained through a questionnaire distributed to inpatients. The data analysis is comprised of univariate and bivariate, with chi square test (CI=90% and $\alpha=0,1$). The results showed there was no correlation between the product and the promotion by selecting hospitalized patient satisfaction in Pancaran Kasih GMIM Manado general hospital and there is a relationship of price, location and work with the decision of choosing hospitalized patients in Pancaran Kasih GMIM Manado general hospital. Suggestions in this study is the attention to the hygiene conditions of equipment as well as in patient hospital services. Completeness of medical equipment, and increase it again good health promotion through print media, electronic media, and a internet.

Key Words: Marketing Mix, Work and Decision Patients

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang digunakan rumah sakit untuk memasarkan rumah sakit supaya konsumen atau pasien menggunakan pelayanan rawat inap. Pekerjaan juga mempengaruhi pasien dalam memutuskan dan memilih pelayanan rawat inap karena orang yang sudah bekerja akan langsung memilih rumah sakit yang diinginkannya untuk menangani sakitnya. RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado selama tiga tahun terakhir terhitung dari tahun 2012 sampai 2014 mengalami peningkatan sebesar 7456 kunjungan pasien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara bauran pemasaran dan pekerjaan dengan keputusan pasien rawat inap memilih layanan kesehatan di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado. Penelitian ini menggunakan survei analitik dengan rancangan potong lintang yang dilaksanakan pada bulan Desember 2015 – Januari 2016 di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap dengan jumlah sampel 62 pasien. Pengumpulan data diperoleh melalui membagikan kuesioner kepada pasien rawat inap. Analisis data yaitu terdiri dari Univariat dan Bivariat, dengan uji chi square (CI=90% dan $\alpha=0,1$). Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat hubungan antara produk dan promosi dengan keputusan pasien memilih rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM, dan terdapat hubungan antara harga, lokasi dan pekerjaan dengan keputusan pasien memilih rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado. Saran dalam penelitian ini ialah memperhatikan kondisi kebersihan peralatan serta pelayanan rumah sakit ruangan inap pasien, kelengkapan peralatan medis, dan lebih tingkatannya lagi promosi kesehatan baik melalui media cetak, media elektronik maupun melalui Internet.

Kata kunci : Bauran pemasaran, pekerjaan, Keputusan pasien

PENDAHULUAN

Menurut WHO (*World Health Organization*) dalam buku Rijadi (1997) Rumah Sakit adalah institusi yang merupakan bagian integral dari organisasi kesehatan dan organisasi sosial dan berfungsi menyediakan pelayanan kesehatan yang lengkap baik secara kuratif dan preventif bagi pasien rawat jalan dan rawat inap melalui kegiatan medis serta perawatan. Perubahan yang cenderung semakin cepat mendorong rumah sakit untuk terus melakukan perubahan yang lebih baik lagi, dengan munculnya berbagai perilaku konsumen, teknologi, strategi pesaing, perekonomian, pertumbuhan pasar dan faktor-faktor lain yang mengakibatkan situasi persaingan semakin tajam. (Marck dan Newbold, 1991). . Untuk menunjang peningkatan atau membuat keadaan stabil bagi pendapatan rumah sakit dalam keadaan seperti ini diperlukan strategi bauran pemasaran yang tepat demi memenangkan persaingan dan memahami keinginan pasien dengan melakukan suatu strategi pemasaran yang tepat (Griffith, 1997). Bauran pemasaran menurut Kotler (2009) adalah produk (*product*), harga (*pricing*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Pemasaran berkaitan erat dengan ukuran dan tingkat pertumbuhan penduduk di kota, wilayah atau negara, dengan umur, pekerjaan, etnis, tingkat pendidikan, pola rumah tangga, serta karakteristik dan pergerakan regional. Beberapa lingkungan demografi lainnya adalah: bauran usia, populasi, pasar etnis, kelompok pekerja, pola rumah tangga, pergeseran populasi secara geografis, dan

pergeseran dari pasar massal ke pasar makro (Arman dkk, 2006). Menurut Sari (2009) seseorang yang bekerja mempunyai pendapatan keluarga sehingga mempunyai dana untuk kesehatan. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Orang yang bekerja akan memperhatikan terhadap kesehatannya sehingga bila sakit akan langsung memilih rumah sakit untuk menangani penyakitnya. Keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif dari beberapa alternatif yang dihadapi, alternatif yang dipilih merupakan keputusan yang akan diambil. Menurut Setiadi (2003) biasanya strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen, seperti peningkatan kunjungan atau pembelian produk tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei analitik dengan rancangan potong lintang (*cross sectional*). Penelitian ini dilakukan di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado pada bulan Desember 2015 – Januari 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado sebanyak 157 pasien dengan jumlah sampel sebanyak 62 pasien yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi. Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner yang sudah diuji Validitas dan reabilitas, alat tulis menulis, dan komputer untuk pengolahan data. Pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada

pasien rawat inap. Analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan menggunakan analisis Uji Chi Square dengan tingkat kemaknaan ($\alpha=0,1$) dengan tingkat kepercayaan 90%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah Sakit Umum Pancaran Kasih GMIM Manado adalah rumah sakit swasta tipe C, yang secara resmi beroperasi pada sekitar 28 November 1987. Awal pelayanan RSU Pancaran Kasih GMIM Manado dimulai dari Balai Kesehatan Ibu dan Anak (BKIA) Titiwungen Manado, yang berdiri tanggal 8 Januari 1955, namun pelayanan sebagai sebuah rumah sakit baru dimulai tanggal 28 november 1987. Maka pada tahun 1979 telah dibangun gedung permanen yang baru lengkap dengan peralatan medis. Pada hari minggu tanggal 26 Januari 1986 telah dilaksanakan peletakan batu pertama. Pembangunan

Harga	Keputusan Memilih		Total	<i>p value</i>
	Kurang Baik	Baik		
Kurang				
Baik	16	14	30	0,066
Baik	10	22	32	
Total	26	36	62	

Rumah Sakit wanita dan Anak tahap I yang berkapasitas 75 tempat tidur oleh walikota kotamadya Dati II Manado Ir. N. H. Eman.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap yang sudah dirawat minimal 1x24 jam, dan dalam penelitian ini

Produk	Keputusan Memilih		Total	<i>p value</i>
	Kurang Baik	Baik		
Kurang				
Baik	12	11	23	0,162
Baik	14	25	39	
Total	26	36	62	

berjumlah 62 pasien rawat inap yang dilakukan pada ruangan kelas I, ruangan kelas II, dan ruangan kelas III di RSU Pancaran Kasih GMIM Manado.

Hubungan Produk dengan Keputusan Pasien Memilih Rawat Inap di RSU Pancaran Kasih GMIM Kota Manado

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai $p = 0,162$ dan $\alpha = 0,1$. Ini berarti tidak berhubungan antara produk dengan keputusan pasien memilih rawat rawat inap karena nilai $p = 0,162 < \alpha = 0,1$ yang artinya H_a ditolak.

Hubungan Harga dengan Keputusan Pasien Memilih Rawat Inap di RSU Pancaran Kasih GMIM Kota Manado

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai $p = 0,066$ dan $\alpha = 0,1$. Ini berarti berhubungan antara harga dengan

keputusan pasien memilih rawat rawat inap karena nilai $p = 0,066 < \alpha = 0,1$ yang artinya H_a diterima.

Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pasien Memilih Rawat Inap di RSU Pancaran Kasih GMIM Kota Manado

Lokasi	Keputusan Memilih		Total	<i>p value</i>
	Kurang Baik	Baik		
Kurang Baik	19	17	36	0,037
Baik	7	19	26	
Total	26	36	62	

Pancaran Kasih GMIM Kota Manado

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai $p = 0,037$ dan $\alpha = 0,1$. Ini berarti berhubungan antara lokasi dengan keputusan pasien memilih rawat rawat inap karena nilai $p = 0,037 < \alpha = 0,1$ yang artinya H_a diterima.

Hubungan Promosi dengan Keputusan Pasien Memilih Rawat Inap di RSU Pancaran Kasih GMIM Kota Manado

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai $p = 0,337$ dan $\alpha = 0,1$. Ini berarti tidak berhubungan antara Promosi dengan keputusan pasien memilih rawat rawat inap karena nilai $p = 0,337 < \alpha = 0,1$ yang artinya H_a ditolak.

Hubungan Pekerjaan dengan Keputusan Pasien Memilih Rawat Inap di RSU Pancaran Kasih GMIM Kota Manado

Pekerjaan	Keputusan Memilih		Total	<i>p value</i>
	Kurang Baik	Baik		
Tidak Bekerja	15	13	28	0,092
Bekerja	11	23	34	
Total	26	36	62	

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai $p = 0,092$ dan $\alpha = 0,1$. Ini berarti berhubungan antara Pekerjaan dengan keputusan pasien memilih rawat rawat inap karena nilai $p = 0,092 < \alpha = 0,1$ yang artinya H_a diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di rumah sakit umum Pancaran Kasih GMIM Manado maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tidak berhubungan antara produk dengan keputusan pasien memilih

Promosi	Keputusan Memilih		Total	<i>p value</i>
	Kurang Baik	Baik		
Kurang Baik	7	12	19	0,399
Baik	19	24	43	
Total	26	36	62	

- rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado.
2. Ada hubungan antara harga dengan keputusan pasien memilih rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado.
 3. Ada hubungan antara lokasi dengan keputusan pasien memilih rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado.
 4. Tidak berhubungan antara promosi dengan keputusan pasien memilih rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado.
 5. Ada hubungan antara Pekerjaan dengan keputusan pasien memilih rawat inap di RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado.

SARAN

1. Bagi Instansi RSUD Pancaran Kasih GMIM Manado.
Memperhatikan kondisi kebersihan peralatan serta pelayanan rumah sakit ruangan inap pasien, kelengkapan peralatan medis, dan lebih tingkatannya lagi promosi kesehatan baik melalui media cetak,

media elektronik maupun melalui Internet.

2. Bagi Peneliti selanjutnya.
Memberikan masukan kepada penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian tentang bauran pemasaran dan pekerjaan di rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffth, J. R. 1997. *The well-managed community hospital*. Michigan: Health Administration Press.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: PT Erlangga.
- Marck dan Newbold, 1991. *Health are in Sales, New Strategy for Improving Quality, Client Relation and Revenue*. Jossey-Bass Publisher, San Fransisko. Oxford
- Nasution, dkk. 2006. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Rijadi dan Suprijanto 1997. *Manajemen Unit Rawat Inap*. FKMUI: Jakarta.

Sari. 2009. Manajemen: *Pemasaran Usaha Kesehatan*. Jogjakarta: Mitra Cendikia Press.

Setiadi, Nugroho J. 2003.*Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.