

Fenomena Bauran Pemasaran Jasa Bisnis Rumah Sakit

HADIYATI^{*)}; T. RIDHO NANDA CAHYADI

Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 08 Papua Barat Telp. (0962) 52581
E-mail : hadiyati@unilak.ac.id

Submit: 8 Februari 2022

Review: 2 Maret 2022

Publish: 26 Maret 2022

*) Korespondensi

Abstract: The hospital business is increasingly widespread today, apart from being a necessity, the hospital has also become a trend for improving the quality of people's lives. However, it is important to note that in this health business, it is necessary to carefully examine the phenomena of the marketing mix as to what is happening. This is so that services can be anticipated in a better direction. Using a descriptive method with a survey of 400 hospital patients in Riau Province, the results of the marketing mix phenomenon of hospital services fall into the category of good enough to good. Where the hospital has prepared a marketing mix of hospital services for outpatients is sufficient. Of the seven dimensions, the highest answer is on price, namely the outpatient service rates applied to affordable hospitals and the level of price competition with other hospitals is felt by the patients. Meanwhile, the lowest dimension of the marketing mix of hospital services lies in the product where quality assurance in outpatient services is still not optimal and also variations in the form of services that suit the needs of outpatients are also not yet available.

Keywords: Service Marketing Mix, Hospital Business

Bisnis rumah sakit selain daripada tujuannya yang semi komersial, atau berkaitan dengan unsur pengembangan ilmu pengetahuan dan pengabdian masyarakat. dewasa ini rumah sakit memiliki prospek bisnis yang kian menjulang. Beberapa bulan belakangan ini saya pun mencoba untuk mempelajari sedikit banyak karketer bisnis Rumah Sakit itu sendiri. Melalui proses tersebut saya menemukan bahwa bisnis Rumah Sakit merupakan suatu bisnis yang unik, yang tidak memiliki kesamaan karakteristik dengan kategori industri lain.

Tuntutan eksternal antara lain adalah dari para *stakeholder* bahwa Rumah Sakit dituntut untuk memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu, dan biaya pelayanan kesehatan terkendali sehingga akan berujung pada kepuasan pasien. Tuntutan dari pihak internal antara lain adalah pengendalian biaya. Pengendalian biaya merupakan masalah yang kompleks karena dipengaruhi oleh berbagai pihak yaitu mekanisme pasar, perilaku ekonomis, sumber daya profesional dan yang tidak kalah penting adalah perkembangan

teknologi. Rumah sakit pemerintahan yang terdapat di tingkat pusat dan daerah tidak lepas dari pengaruh perkembangan tuntutan tersebut. Dipandang dari segmentasi kelompok masyarakat, secara umum rumah sakit pemerintah merupakan layanan jasa yang menyediakan untuk kalangan menengah ke bawah, sedangkan rumah sakit swasta melayani masyarakat kelas menengah ke atas. Biaya kesehatan cenderung terus meningkat, dan rumah sakit dituntut untuk secara mandiri mengatasi masalah tersebut. Namun saat ini dengan gerakan BPJS antara rumah sakit swasta dan pemerintah saling bersaing merebut hati masyarakat.

Dalam rangka membangun kepercayaan pasien pada rumah sakit, maka perlu memperhatikan fenomena bauran rumah sakit sebagai penyedia jasa kesehatan. Seperti dijelaskan Hiam and Schewe, dikutip oleh Koesworodjati (2006) bahwa dalam kontek bisnis dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, salah satu *mind set* baru yang penting dalam pemikiran dan praktek manajemen adalah berorientasi kepada

pemasaran. Program pemasaran yang bermutu memadukan standar manufaktur dan layanan dengan selera pelanggan dan kemampuan pesaing. Kecenderungan kearah layanan yang unggul ditentukan oleh persepsi pelanggan dan dituntun oleh kebutuhan pelanggan. Pergeseran ke arah sistem produksi fleksibel dirancang untuk membuat pabrik lebih tanggap terhadap pasar. Sedangkan menurut Best (2009) *“A business with a strong customer focus stays in close contact with customers in an effort to deliver a high level of customer satisfaction and build customer loyalty. Marketing strategies in these businesses are centered on customer needs and other sources of customer satisfaction”*.

Tugas para eksekutif pemasaran tiada lain adalah mengintegrasikan penawaran perusahaan yang berupa produk barang atau jasa dengan menetapkan harga menyalurkan penawaran perusahaan ke pasar melalui proses logistik atau distribusi, dan mengkomunikasikan penawaran perusahaan melalui promosi (Desy Handayani, 2009).

Kotler dan Amstrong (2012) bahwa bauran pemasaran jasa 7P menjelaskan antara lain: product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process. Alma (2014) bauran pemasaran atau dikenal dengan istilah *marketing mix* berupa 4 P: *product, price, place* dan *promotion*. Untuk usaha perbankan sebagai produsen jasa, dilengkapi dengan 3 P yaitu: *people, physical evidence* dan *process*. Tjiptono (2014) bauran pemasaran jasa memiliki 8 dimensi antara lain: *product, pricing, promotion, place, people, physical evidence, process, customer service*.

Bauran pemasaran jasa rumah sakit dari pendapat Kotler dan Amstrong (2012); Alma (2014); Tjiptono (2014) dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa rumah sakit adalah berbagai kombinasi dari produk jasa rumah sakit yang dapat diperkenalkan kepada pasiennya, sebagai berikut:

- 1) Product, maksudnya adalah pelayanan rawat jalan yang diberikan kepada pasien yang dirasakan kualitas dan kuantitasnya oleh pasien saat menerima pelayanan.
 - 2) Price, maksudnya adalah biaya yang dikeluarkan oleh pasien setelah mendapatkan pelayanan kesehatan apakah bersaing dengan produk sejenis atau belum.
 - 3) Place, merupakan tempat pelayanan atau keberadaan rumah sakit apakah sudah dekat dengan kelompok pasien atau jaraknya jauh.
 - 4) Promotion, merupakan bentuk pengenalan produk layanan rumah sakit yang diberikan pihak rumah sakit kepada calon pasiennya.
 - 5) People, merupakan ketersediaan staf dan petugas medis dan non medis dalam memberikan pelayanan kepada pasien.
 - 6) Physical evidence, kepedulian yang dirasakan oleh pasien dari petugas medis dan non medis.
 - 7) Process, merupakan berupa prosedur atau langkah kerja yang diterapkan dan dinilai oleh pasien.
- Berangkat dari persoalan pentingnya identifikasi fenomena bauran pemasaran rumah sakit, maka menjadi alasan mendasar penelitian ini dilakukan dan dengan harapan adanya informasi akurat mengenai fenomena pemasaran jasa rumah sakit dan berguna untuk membangun kepercayaan pasien ke depannya.

METODE

Penelitian ini adalah deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang bauran pemasaran jasa rumah sakit. Sumber data yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah terdapat dua sumber data yaitu : Data primer dan data sekunder. Dalam mengumpulkan data diperlukan berbagai teknik pengumpulan

data menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner didesain dalam bentuk pernyataan terstruktur, dimana pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban kepada beberapa alternatif saja ataupun kepada satu jawaban saja.

Tabel 1: Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator
bauran pemasaran jasa rumah sakit adalah berbagai kombinasi dari produk jasa rumah sakit yang dapat diperkenalkan kepada pasiennya	Product	Kualitas rawat jalan Kuantitas pelayanan rawat jalan
	Price	Keterjangkauan Persaingan
	Place	Letak Keterjangkauan
	promotion	Ketersediaan promosi Efektifitas promosi
	People	Ketersediaan petugas Kemampuan petugas Kecekatan petugas
	Physical evidence	Kepedulian petugas Keramahtamahan petugas
process	Prosedur Pelaksanaannya	

Survei dilakukan kepada 400 orang pasien rumah sakit di Propinsi Riau, dengan menggunakan *Proposional Cluster Random Sampling*. Alat analisis menggunakan analisis deskriptif.

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian bahwa deskripsi bauran pemasaran jasa rumah sakit dilihat dari tujuh dimensi dengan nilai total skor yang diperoleh mencapai 3,14 dengan standar deviasi sebesar 1,11 dan dengan 2,02 s/d 4,26 masuk dalam kategori cukup baik menuju baik. Ini berarti Rumah sakit sudah menyiapkan bauran pemasaran jasa rumah sakit pada pasien rawat jalan sudah cukup memadai. Dari tujuh dimensi jawaban tertinggi adalah pada price yakni tarif pelayanan rawat jalan yang diterapkan pada

rumah sakit terjangkau dan juga tingkat persaingan harga dengan rumah sakit lain terasa oleh pasien. Sedangkan dimensi paling rendah dari bauran pemasaran jasa rumah sakit adalah terletak pada produk dimana jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan masih belum optimal dan juga variasi bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien rawat jalan juga masih belum tersedia.

Apabila dilihat dari seluruh indikator per dimensi seperti pada dimensi **Product** dengan 2 item pertanyaan dinyatakan cukup baik (2,75), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan produk layanan dan selalu berupaya untuk memberikan yang terbaik bagi pasien. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Adanya jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan”, hal ini memperlihatkan bahwa Rumah sakit belum mampu memberikan jaminan pelayanan atas rawat jalan yang diberikan kepada pasien.

Uraian per item jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan dengan skor yang diperoleh mencapai 2,68 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan. Produk rawat jalan menjadi sebuah produk andalan rumah sakit umum milik pemerintah ini, karena masyarakat yang berobat, dengan berbagai kondisi dan melalui layanan asuransi BPJS mampu berobat ke rumah sakit dan karena rumah sakit ini merupakan milik pemerintah maka pelayanan kepada masyarakat lebih diutamakan. Jaminan terhadap pelayanan memang masih ada kendala khususnya pada saat pasien ramai, dimana pasien akan saling menunggu dan karena juga keterbatasan fasilitas yang ada terkadang pasien sempat antri dalam mendapatkan pelayanan. Antrian pada produk rawat jalan sudah menjadi sebuah kondisi yang nyata dan memang dapat dilihat dari setiap harinya.

Kemudian pada item variasi bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan

pasien rawat jalan dengan skor yang diperoleh mencapai 2.82 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya variasi bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien rawat jalan. Variasi produk pada rawat jalan ini memang sudah ditetapkan dalam peraturan yang ada, dengan kondisi poliklinik yang ada dan dengan pelayanan yang diberikan memang masih dirasakan cukup bagi pasien, variasi pelayanan sudah cukup baik dan bagi pasien kapasitas dari rumah sakit dalam melayani pasien yang perlu ditambahkan lagi. Kapasitas ini akan menampung banyak pasien dan pasien yang hampir terlantar dalam menerima pelayanan dapat dipuaskan.

Dimensi *Price* dengan 2 item pertanyaan dinyatakan baik (3,49), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan layanan yang baik dan selalu berupaya untuk memberikan harga yang terbaik bagi pasien. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Tariff pelayanan rawat jalan yang diterapkan pada rumah sakit terjangkau”, hal ini memperlihatkan bahwa Rumah sakit belum mampu memberikan tariff pelayanan rawat jalan yang memuaskan bagi pasien.

Uraian per item tarif pelayanan rawat jalan yang diterapkan pada rumah sakit terjangkau dengan skor yang diperoleh mencapai 3,49 masuk dalam kategori baik, ini menunjukkan bahwa cukup baiknya tarif pelayanan rawat jalan yang diterapkan pada rumah sakit terjangkau. Tariff layanan ini sangat berkaitan dengan jaminan kesehatan yang ada dan didapatkan oleh masyarakat, dimana sebagian besar pasien yang berobat pada rumah sakit adalah menggunakan BPJS sejenisnya dan ini membuat pasien tidak merasakan besarnya dan beban biaya pelayanan rumah sakit. Biaya berobat memang dikeluarkan setiap bulan oleh pasien atau keluarga pasien, sehingga pada saat berobat ke rumah sakit mereka tidak merasakan beban yang mereka harus bayarkan.

Kemudian pada item tingkat

persaingan harga dengan rumah sakit lain terasa oleh pasien dengan skor yang diperoleh mencapai 3.49 masuk dalam kategori baik, ini menunjukkan bahwa sudah baiknya tingkat persaingan harga dengan rumah sakit lain terasa oleh pasien. Memang saat ini sebagian besar rumah sakit swasta sudah berlangganan dengan BPJS atau memberikan pelayanan BPJS, sehingga hal ini memberikan persaingan terhadap pelayanan yang diberikan, memang dirasakan pasien, dengan adanya persaingan dari rumah sakit swasta yang memberikan pelayanan BPJS akan membuat pelayanan di rumah sakit akan meningkat. Namun dengan kondisi keberadaan rumah sakit swasta di daerah yang terbatas, memang tidak ada pilihan lain selain rumah sakit sebagai rujukan untuk berobat bagi pasien atau masyarakat dalam suatu daerah tertentu. Hal ini juga disebabkan karena propinsi Riau selain memiliki daratan yang bisa diakses dengan transportasi 24 jam, juga ada yang di daerah pesisir yang masih pulau dan untuk mengakses butuh waktu yang cukup banyak.

Dimensi *Place* dengan 2 item pertanyaan dinyatakan cukup baik (2,94), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan layanan yang baik dan selalu berupaya untuk menyediakan lokasi yang memudahkan bagi pasien. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Rumah sakit memiliki letak yang strategis”, hal ini memperlihatkan bahwa Rumah sakit belum mampu memberikan menyediakan lokasi yang memudahkan dengan letak yang strategis bagi pasien.

Uraian per item Rumah sakit memiliki letak yang strategis dengan skor yang diperoleh mencapai 2,93 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya Rumah sakit memiliki letak yang strategis. Rata-rata memang cukup strategis dan mudah dijangkau, karena biasanya rumah sakit berada di ibukota Kabupaten, sehingga

merupakan pusat dari masyarakat. Namun terkadang karena cukup luasnya daerah di kabupaten sehingga membuat untuk sampai ke rumah sakit memjadikan pasien cukup banyak memakan waktu dan biaya sehingga letak rumah sakit menjadi butuh lebih menyebar pada titik-titik masyarakat yang ada di suatu daerah.

Selain itu item rumah sakit mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum dengan skor yang diperoleh mencapai 2,95 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya rumah sakit mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum. Memang bagi masyarakat yang berada di ibukota kabupaten memiliki akses yang mudah untuk menjangkau seperti menggunakan ambulance, namun bagi masyarakat yang jauh di pulau dan akses jalan yang tidak memadai untuk dilalui kendaraan roda dua, sangat tidak mungkin bisa mengakses. Selain itu juga sarana transportasi masih jauh dari sempurna, sehingga pasien memang butuh kesabaran untuk dapat menjangkau rumah sakit.

Dimensi *Promotion* dengan 2 item pertanyaan dinyatakan baik (3,31), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan layanan yang baik dan selalu berupaya untuk mempromosikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit sangat baik. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Promosi yang dilaksanakan dinilai efektif sampai kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan”, hal ini memperlihatkan bahwa Rumah sakit belum memadai dalam memberikan promosi yang efektif bagi pasien.

Uraian per item Rumah sakit melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat berobat dengan skor yang diperoleh mencapai 3,24 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya Rumah sakit melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat berobat. Promosi sesungguhnya tidak perlu dilakukan secara aktif, karena melalui BPJS masyarakat sudah mengetahui rumah sakit mana yang akan mereka tuju,

sehingga banyak promosi untuk memperkenalkan rumah sakit dinilai sudah cukup memadai dan bagi pasien yang dibutuhkan adalah kesiapan dari rumah sakit dalam menampung banyak jumlah pasien khususnya setelah diberlakukannya jaminan berobat menggunakan BPJS. Jaminan berobat ini membuat masyarakat berbondong-bondong untuk berobat, karena kemudahan yang diberikan sehingga terkadang sakit yang tidak penting untuk ke rumah sakit juga mereka tetap datang berobat ke rumah sakit.

Kemudian pada item promosi yang dilaksanakan dinilai efektif sampai kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan dengan skor yang diperoleh mencapai 3,37 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya Promosi yang dilaksanakan dinilai efektif sampai kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan. Promosi yang dilakukan memang sudah cukup efektif khususnya melalui jaminan kesehatan, pemerintah daerah hingga pemerintah pusat dengan gencarnya melaksanakan promosi kesehatan melalui BPJS sehingga masyarakat memang dengan sangat memanfaatkan rumah sakit menjadikan basis kesehatan mereka dan ditambah dengan pelayanan yang dituntut untuk terus meningkat menjadikan rumah sakit harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dalam melayani masyarakat.

Dimensi *People* dengan 3 item pertanyaan dinyatakan cukup baik (3,37), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan layanan yang baik dan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik dengan dibuktikan oleh kemampuan yang memadai oleh petugas rumah sakit. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Petugas cekatan dalam melayani pasien rawat jalan”, hal ini memperlihatkan bahwa petugas Rumah sakit belum memadai dan dapat diandalkan dalam memberikan pengobatan secara cepat.

Uraian per item tersedia petugas

yang memadai dan sesuai kebutuhan dengan skor yang diperoleh mencapai 3,49 masuk dalam kategori baik, ini menunjukkan bahwa sudah baiknya tersedia petugas yang memadai dan sesuai kebutuhan. Petugas dengan jumlah yang memadai dan dengan rekrutmen tenaga medis baik yang pegawai negeri maupun yang tenaga kontrak terus dilakukan pemerintah daerah. Hal ini dimaksudkan menyediakan tenaga untuk memberikan pelayanan dan meningkatkan mutu tenaga pendidik juga sangat menjadikan perhatian, hampir semua petugas kesehatan memiliki tingkat pendidikan tinggi dan minimal akademi dan ini menjadi sebuah upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan bauran pemasaran jasa kesehatan pada rumah sakit.

Kemudian pada item petugas memiliki kemampuan yang dapat diandalkan dalam mengobati pasiennya dengan skor yang diperoleh mencapai 3,52 masuk dalam kategori baik, ini menunjukkan bahwa sudah baiknya petugas memiliki kemampuan yang dapat diandalkan dalam mengobati pasiennya. Kemampuan petugas memang tidak bisa diragukan lagi karena petugas yang didominasi oleh lulusan akademi dan sarjana menjadi sebuah jaminan akan kualitas petugas dalam memberikan pelayanan kepada pasiennya. Pelayanan yang diberikan petugas memang ada hubungannya dengan kualitas pendidikan petugas, dan ini menjadi perhatian dari rumah sakit dan juga pemerintah daerah dalam rangka menyediakan tenaga yang berkualitas.

Pada item petugas cekatan dalam melayani pasien rawat jalan dengan skor yang diperoleh mencapai 3,37 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya petugas cekatan dalam melayani pasien rawat jalan. Petugas sudah cukup cekatan dalam memberikan pelayanan kepada pasien, ketrampilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien, tidak hanya dari pendidikan yang dimiliki oleh petugas, juga ditambah dengan pengalaman dalam memberikan pelayanan kepada pasien. rumah sakit terkenal dengan jumlah pasiennya, sehingga hal ini membuat petugas

tertempa untuk memberikan pelayanan dengan jumlah pasien yang relative banyak. Dimensi *Physical evidence* dengan 2 item pertanyaan dinyatakan cukup baik (2,95), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan layanan yang baik dan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik dengan dibuktikan oleh bukti yang terlihat yang berada di rumah sakit. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Petugas selalu peduli pada penyakit pasien”, hal ini memperlihatkan bahwa petugas Rumah sakit belum memadai dan dapat diandalkan dalam memperlihatkan kepeduliannya pada penyakit pasien.

Uraian per item petugas selalu peduli pada penyakit pasien dengan skor yang diperoleh mencapai 2,85 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya petugas selalu peduli pada penyakit pasien. Kepedulian petugas terhadap rasa sakit yang dirasakan pasien diikuti dengan tindakan yang cepat diberikan oleh petugas, dengan kecepatan petugas memberikan pelayanan akan dapat membantu untuk memberikan harapan kepada pasien akan pasien mendapatkan perawatan dengan baik oleh petugas medis. Selain itu juga dengan adanya kepedulian petugas kepada pasien juga menjadi sebuah bentuk dukungan kepada pasien untuk dapat tetap sembuh dan tetap semangat dalam berusaha untuk sembuh dari penyakit.

Pada item petugas bersikap ramah tamah kepada pasiennya dengan skor yang diperoleh mencapai 3,04 masuk dalam kategori cukup baik, ini menunjukkan bahwa sudah cukup baiknya petugas bersikap ramah tamah kepada pasiennya. Sikap ramah kepada pasien memang diterapkan dalam rumah sakit dan pemerintah secara nasional menerapkan sikap 5 S, yakni sikap senyum, sapa, salam, santun dan sopan diberikan kepada pasien dalam memberikan pelayanan. Dari kebijakan pemerintah tersebut membuat petugas harus bersikap ramah kepada

pasien dan pelayanan yang diberikan kepada pasien memang pelayanan yang berasal dari hati dan dengan ikhlas diberikan dan ditunjukkan petugas kepada pasien dalam memberikan pelayanan kesehatan di rumah sakit.

Dimensi *Process* dengan 2 item pertanyaan dinyatakan cukup baik (2,90), hal ini mengindikasikan bahwa Rumah sakit selalu dituntut dalam memberikan layanan yang baik dan selalu berupaya untuk memberikan proses pelayanan yang baik. Nilai yang paling rendah dari dimensi ini adalah pada pertanyaan “Tersedian prosedur yang menjamin pelayanan berkualitas”, hal ini memperlihatkan bahwa Rumah sakit belum memadai dan dapat diandalkan dalam memperlihatkan prosedur dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pasien.

Uraian per item tersedia prosedur yang menjamin pelayanan berkualitas dengan skor yang diperoleh mencapai 2,88 masuk dalam kategori baik, ini menunjukkan bahwa sudah baiknya tersedia prosedur yang menjamin pelayanan berkualitas. Prosedur pelayanan memang tersedia khusus pelayanan rawat jalan memiliki prosedur yang dipampang di dinding dan pasien dapat membaca dan melihat antrian pasien dalam mendapatkan pelayanan dengan penerapan standar prosedur pelayanan. Prosedur pelayanan rawat jalan adalah aturan atau sistem yang di buat untuk melayani atau memenuhi kebutuhan orang lain, dalam hal ini pasien untuk mendapatkan perawatan tentang kesehatannya tanpa memerlukan penginapan (*hospitalize*). Tujuan dari pelayanan rawat jalan adalah mengupayakan kesembuhan dan pemulihan pasien secara optimal melalui prosedur dan tindakan yang dapat dipertanggung jawabkan. (standart pelayanan Rumah sakit, dirjen yanmed depkes RI thn 1999). Sedangkan Fungsi dari pelayanan rawat jalan adalah sebagai tempat konsultasi, penyelidikan, pemeriksaan dan pengobatan pasien oleh dokter ahli dibidang masing-masing yang disediakan untuk pasien yang membutuhkan waktu singkat untuk penyembuhannya atau tidak memerlukan pelayanan perawatan.

Poliklinik juga berfungsi sebagai tempat untuk penemuan diagnosis dini, yaitu tempat pemeriksaan pasien pertama dalam rangka pemeriksaan lebih lanjut dalam tahap pengobatan penyakit. Pelayanan rawat jalan dibagi menjadi beberapa bagian atau poliklinik, menggambarkan banyaknya pelayanan spesialisik, sub spesialisik dan pelayanan gigi spesialisik dari staf medis yang ada pada rumah sakit. Berdasarkan Keputusan Menteri kesehatan Nomor : 129/Menkes/SK/II/2008 tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit, standar minimal rawat jalan adalah sebagai berikut: Dokter yang melayani pada Poliklinik Spesialis harus 100% dokter spesialis, Rumah sakit setidaknya harus menyediakan pelayanan klinik anak, klinik penyakit dalam, klinik kebidanan, dan klinik bedah, Jam buka pelayanan adalah pukul 08.00 – 13.00 setiap hari kerja, kecuali hari Jumat pukul 08.00 – 11.00, Waktu tunggu untuk rawat jalan tidak lebih dari 60 menit, dan kepuasan pelanggan lebih dari 90 %.

Kemudian pada item pelaksanaan pelayanan sesuai dengan prosedur yang dijanjikan dengan skor yang diperoleh mencapai 2.9350 masuk dalam kategori baik, ini menunjukkan bahwa sudah baiknya pelaksanaan pelayanan sesuai dengan prosedur yang dijanjikan. Dirasakan pasien atau keluarga pasien, pelayanan sudah cukup mengikuti prosedur yang ada. Dalam memberikan pelayanan prosedur menjadi sebuah jaminan yang diberikan kepada pasien oleh rumah sakit, sehingga dengan prosedur yang ada akan menjadikan pasien memiliki kejelasan dan ini menjadi bagian dari bauran pemasaran jasa kesehatan.

Rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai Bauran Pemasaran memiliki rata-rata 3,14 dan standar deviasi 1,14 dinyatakan termasuk kategori cukup baik, hal ini mengindikasikan bahwa Bauran Pemasaran pada rumah sakit di Propinsi Riau, sangat bervariasi, dimana kategorinya dari bauran pemasaran tidak baik menuju sangat baik. Oleh karena itu masih perlu adanya upaya peningkatan

bauran pemasaran yang lebih merata.

Dari 15 indikator dapat diketahui dua indikator tertinggi adalah a) Tingkat persaingan harga dengan rumah sakit lain dan b) Rumah sakit melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat berobat. Sedangkan dua indikator terendah adalah a) Adanya jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan dan b) Tersedia variasi bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien rawat jalan. Jadi dapat diketahui bahwa bauran pemasaran jasa pada Rumah sakit masih belum optimal, hal ini karena belum adanya jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan dan belum tersedianya variasi bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien rawat jalan.

Hal ini apabila dikaitkan dengan karakteristik responden, maka dapat diketahui responden yang berpendidikan sekolah menengah dan juga berumur lebih dari 51 tahun membutuhkan jaminan kualitas pelayanan dan juga adanya perlakuan yang berbeda antara pasien yang sudah berumur dibandingkan dengan pasien yang masih muda. Hal ini menjadi sebuah harapan dan juga menjadi kenyataan dalam menerima pelayanan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dengan *expert judgment* menyatakan jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan dinilai masih rendah. Produk rawat jalan menjadi sebuah produk andalan rumah sakit umum milik pemerintah ini, karena masyarakat yang berobat, dengan berbagai kondisi dan melalui layanan asuransi BPJS mampu berobat ke rumah sakit dan karena rumah sakit ini merupakan milik pemerintah maka pelayanan kepada masyarakat lebih diutamakan. Jaminan terhadap pelayanan memang masih ada kendala khususnya pada saat pasien ramai, dimana pasien akan saling menunggu dan karena juga keterbatasan fasilitas yang ada terkadang pasien sempat antri dalam mendapatkan pelayanan. Antrian pada produk rawat jalan sudah menjadi sebuah kondisi yang nyata dan memang dapat dilihat dari setiap harinya. Juga

masalah variasi bahwa variasi produk pada rawat jalan ini memang sudah ditetapkan dalam peraturan yang ada, dengan kondisi poliklinik yang ada dan dengan pelayanan yang diberikan memang masih dirasakan cukup bagi pasien, variasi pelayanan sudah cukup baik dan bagi pasien kapasitas dari rumah sakit dalam melayani pasien yang perlu ditambahkan lagi. Kapasitas ini akan menampung banyak pasien dan pasien yang hampir terlantar dalam menerima pelayanan dapat dipuaskan.

SIMPULAN

Simpulan yang diambil bahwa fenomena bauran pemasaran jasa rumah sakit masuk dalam kategori cukup baik menuju baik. Dimana rumah sakit sudah menyiapkan bauran pemasaran jasa rumah sakit pada pasien rawat jalan sudah cukup memadai. Dari tujuh dimensi jawaban tertinggi adalah pada price yakni tarif pelayanan rawat jalan yang diterapkan pada rumah sakit terjangkau dan juga tingkat persaingan harga dengan rumah sakit lain terasa oleh pasien. Sedangkan dimensi paling rendah dari bauran pemasaran jasa rumah sakit adalah terletak pada produk dimana jaminan kualitas pada pelayanan rawat jalan masih belum optimal dan juga variasi bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien rawat jalan juga masih belum tersedia.

DAFTAR RUJUKAN

- Buchari, Alma 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Keenam*. Alfabeta : Bandung
- Tjiptono. Fandy. 2014. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, and Keller, 2012, *Marketing Management, Edisi Terjemahan 13 th Edition*, Pearson International Edition.
- Best R. 2009. *Market Baset Management : Strategies for Growing Customer Value and Profitability*. New Jersey : Pearson Education, Inc
- Koesworodjati, Yudhi. 2006. Prinsip dasar Manajemen Pemasaran, FE-UNPAS. Bandung.
- Handayani, Desy, dkk. 2010. Brand Operation. Jakarta: Esensi.