

**PENERAPAN *MARKETING MIX* MELALUI  
PEMANFAATAN PELAYANAN KESEHATAN  
DI POLIKLINIK KEBIDANAN DAN KANDUNGAN  
RUMAH SAKIT AR BUNDA PRABUMULIH**

**Prima Sari Putri<sup>1</sup>, Nur Alam Fajar<sup>2</sup>, Misnaniarti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Alumni Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sriwijaya

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sriwijaya

**ABSTRACT**

**Background:** *A need marketing mix marketing strategies as a means to win the competition in the health service. Obstetris and gynecology clinic at AR Bunda Hospital has been trying to implement all variables of marketing mix in an optimal but not accompanied with an increased number of visits. Therefore, this study aims to determine how the application of marketing mix in the clinic of obstetrics and gynecology.*

**Method:** *This kind of the research is descriptive study with a qualitative approach. Research method by observation and depth interviews. There are eleven people plus one expert informant as the source of information in this research.*

**Result:** *The result showed that place, promotion, physical evidence and process variables has not been applied properly. While price and people variables has been applied with good.*

**Conclusion:** *Concluded that implementation of the marketing mix in Obstetrics and Gynecology Clinic at AR Bunda Hospital of Prabumulih City has not done well because there are still some variables that have not been applied properly. The suggestion for public relations of hospital must to further optimize promotional efforts at the hospital. By way of a more proactive approach with the public through seminars that made regular hospital program and for all of department at hospital as a whole to pay more attention to the condition of the hospital cleanliness and completeness of the supporting facilities.*

**Keywords:** *Marketing mix, health services*

**ABSTRAK**

**Latar Belakang:** Dalam persaingan di dunia kesehatan khususnya dunia perumahsakitkan diperlukan suatu strategi pemasaran yang baik. Suatu strategi pemasaran membutuhkan *marketing mix* sebagai alat untuk memenangkan persaingan dalam pelayanan kesehatan. Poliklinik Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit AR Bunda telah berusaha menerapkan seluruh unsur *marketing mix* secara optimal namun tidak diiringi dengan peningkatan jumlah kunjungan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *marketing mix* di poliklinik kebidanan dan kandungan dalam mencapai target kunjungan pasien.

**Metode:** Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian menggunakan observasi dan wawancara mendalam dengan *content analysis*. Informan berjumlah sebelas orang ditambah satu orang informan ahli yang didapatkan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*.

**Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *place, promotion, physical evidence* dan *process* belum diterapkan dengan baik. Sedangkan variabel *price* dan *people* sudah diterapkan dengan baik.

**Kesimpulan:** Dapat disimpulkan bahwa penerapan *marketing mix* di Poliklinik Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit AR Bunda Prabumulih belum baik. Disarankan bagi pihak humas Rumah Sakit Bunda untuk lebih mengoptimalkan upaya promosi di rumah sakit. Dengan cara lebih aktif lagi melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui seminar-seminar yang dijadikan program rutin rumah sakit dan juga bagi pihak Rumah Sakit Bunda secara keseluruhan untuk lebih memperhatikan kondisi dari Rumah Sakit Bunda dalam hal kebersihan serta kelengkapan fasilitas penunjang.

**Kata kunci:** *Marketing mix, Pelayanan Kesehatan*

## PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang menonjol agar pasien mau berkunjung dan memanfaatkan fasilitas rawat jalan serta menciptakan loyalitas terhadap rumah sakit itu sendiri<sup>1</sup>.

Pihak rumah sakit dalam menciptakan loyalitas tersebut menggunakan suatu tehnik yaitu *marketing mix*. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan (dalam hal ini rumah sakit) terus menerus untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.<sup>2</sup> Dengan *Marketing Mix*, pihak rumah sakit akan dapat mengembangkan kegiatan pemasaran lebih luas dan spesifik untuk rumah sakit karena lebih rinci, upaya yang dilakukan akan lebih jelas dan terarah<sup>3</sup>.

Berdasarkan penelitian Siradjuddin BM dan Noer Bahry Noor (2004) di Instalasi Rawat Jalan RS Dr Wahidin Sudirohusodo diperoleh hasil bahwa unsur-unsur *marketing mix* memiliki hubungan yang signifikan dengan proses keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan di instalasi rawat jalan RS Dr Wahidin Sudirohusodo. Pasien umumnya mengharapkan apa yang didapatkannya bisa diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Selain itu, persaingan yang semakin ketat juga menuntut sebuah rumah sakit untuk selalu memberikan pelayanan terbaik. Hal ini disebabkan para pasien akan mencari rumah sakit yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya<sup>4</sup>. Sehubungan dengan hal tersebut, RS AR Bunda sebagai salah satu rumah sakit yang ada di Kota Prabumulih terus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat.

Pihak Rumah Sakit AR Bunda terlihat telah berusaha menerapkan seluruh unsur *marketing mix* secara optimal. Seperti dengan meningkatkan fasilitas pelayanan mereka. Namun, usaha tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah kunjungan di rumah sakit dalam hal ini di poliklinik kebidanan dan kandungan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix* melalui pemanfaatan pelayanan kesehatan di Poliklinik Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit AR Bunda Prabumulih. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2009 sampai dengan April 2010.

## BAHAN DAN CARA PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diambil dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Sumber informasi berasal dari informan yang berjumlah sebelas orang.

Validitas data pada penelitian ini dilakukan dengan memakai metode triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain<sup>5</sup>. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini, adalah triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber<sup>6</sup>, dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan dan melakukan *crosscheck* antara informasi yang diperoleh dari informan dengan observasi langsung dan arsip yang ada. Triangulasi metode dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Triangulasi data, dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan data bersama PLT Kasubbag Umum, Humas dan Perlengkapan RSUD Prabumulih.

## HASIL PENELITIAN

### a. Karakteristik Informan

Informan dalam penelitian ini sebanyak 11 orang yakni satu orang dokter di poliklinik, satu orang bidan poliklinik, dua orang perawat, satu orang petugas pendaftaran poliklinik dan satu orang kepala bagian humas dan pemasaran rumah sakit serta 5 orang pasien poliklinik.

### b. Product (Produk)

Berdasarkan triangulasi sumber, menunjukkan bahwa informan dari pihak rumah sakit mengatakan bahwa mereka telah berupaya untuk menerapkan bauran produk yang baik, yaitu dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas, tenaga dan peralatan yang cukup lengkap di poliklinik kebidanan dan kandungan. Hal ini juga didukung oleh informan pasien, mereka juga mengatakan bahwa pelayanan, tenaga dan peralatan yang disediakan pihak rumah sakit AR Bunda sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan triangulasi metode, hasil observasi menunjukkan bahwa jika dilihat dari kebutuhan pasien poliklinik kebidanan dan kandungan, pihak rumah sakit telah menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan mereka, yaitu terdapatnya 10 macam pelayanan

di bidang kebidanan dan kandungan, peralatan yang sesuai dengan pelayanan yang tersedia dan juga ada 3 dokter spesialisasi kebidanan dan kandungan, 19 bidan, 3 perawat dan 3 petugas poliklinik serta 5 orang petugas laboratorium yang melakukan pekerjaan sesuai dengan pembagian tugas dan keahlian yang mereka miliki. Namun jika ditinjau dari masyarakat prabumulih secara umum, tidak semua masyarakat Prabumulih membutuhkan pelayanan yang ada di poliklinik kebidanan dan kandungan. Hal ini terlihat dari data BKKBN tahun 2009, didapatkan bahwa hanya ada 213 PUS dari 119.063 penduduk di Prabumulih. Jika dihitung secara keseluruhan hanya 0,35% penduduk Prabumulih yang membutuhkan pelayanan di poliklinik kebidanan dan kandungan. Sedangkan berdasarkan observasi di lapangan, pihak rumah sakit belum melakukan riset pemasaran untuk memperhitungkan hal tersebut.

Berdasarkan triangulasi data, diketahui bahwa pelayanan yang berkualitas itu adalah pelayanan yang bisa memenuhi keinginan pasien dan dapat memuaskan pasien. Jika pelayanan, tenaga dan peralatan yang tersedia sudah bisa memenuhi keinginan pasien maka bisa dikatakan bauran produk di rumah sakit tersebut baik. Oleh karena itu, diperlukan sebuah riset pemasaran agar sesuai dengan kebutuhan pasien.

### **c. Place (Tempat)**

Berdasarkan triangulasi sumber, bahwa informan dari rumah sakit mengatakan bahwa mereka telah berupaya untuk menerapkan bauran *place* yang baik, yaitu dengan menempatkan lokasi rumah sakit yang strategis. Mereka telah mengupayakan lokasi yang tidak jauh dari pemukiman penduduk dan pusat kota. Namun dalam hal ini, pihak rumah sakit tidak memperhitungkan saluran distribusi menuju ke rumah sakit. Karena berdasarkan informasi dari pasien didapatkan bahwa susah akses menuju ke rumah sakit, mereka mengeluhkan susah transportasi menuju rumah sakit. Selain itu, ongkosnya juga terbilang mahal. Terjadi perbedaan pendapat ini disebabkan oleh perbedaan sudut pandang kedua belah pihak informan. Pihak rumah sakit hanya melihat dari letak rumah sakit dari pusat kota dan pemukiman penduduk. Karena jika dari sudut pandang pihak rumah sakit, semakin dekat dengan pemukiman penduduk maka akan semakin banyak masyarakat yang datang ke rumah sakit bunda.

Sedangkan dari sudut pandang pasien, mereka menilai dari segi kemudahan mereka menuju rumah sakit. Hal ini berkaitan dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh pasien ketika menuju rumah sakit. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan yang menyatakan bahwa bagi seorang pasien faktor *place* berhubungan dengan akses biaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan pelayanan. Sedangkan bagi pihak rumah sakit faktor *place* dilihat dari lokasi rumah sakit dengan penduduk<sup>8</sup>.

Berdasarkan triangulasi metode, hasil wawancara dengan informan pihak rumah sakit memang benar bahwa lokasi rumah sakit memang tidak jauh dari pemukiman penduduk dan pusat kota. Selain itu juga yang dikatakan oleh informan pasien mengenai susah akses menuju rumah sakit. Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan, dari segi kedekatan dengan penduduk dan pusat kota, rumah sakit hanya berjarak 3Km dari pusat kota dan berada di sekitar pemukiman penduduk. Selain itu jika ditinjau dari segi penyedia pelayanan kesehatan yang lain, di kota Prabumulih ada 1 rumah sakit milik pemerintah, 1 rumah sakit swasta, 5 klinik bersalin dan 20 bidan praktek swasta yang terletak paling dekat 7 Km dari rumah sakit bunda.

Jika dilihat dari faktor saluran distribusi, akses menuju rumah sakit termasuk susah. Karena hanya dilewati oleh ojek. Selain itu juga jalan yang ada tidak terlalu lebar, ramai dilalui oleh masyarakat serta adanya sekolah di sekitar lokasi rumah sakit. Sehingga dalam keadaan gawat akan susah untuk dapat menuju rumah sakit dengan cepat. Namun jika dilihat dari segi kebisingan, lokasi rumah sakit tidak terlampau bising. Hal ini disebabkan lokasi rumah sakit yang tidak berada di jalan utama dan juga bangunan gedung yang tidak dekat dengan jalan.

Berdasarkan triangulasi data, diketahui bahwa lokasi yang baik bagi rumah sakit itu harus mudah diakses oleh pasien. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kemudahan akses itu, tidak hanya memperhatikan letaknya dari pusat kota dan rumah sakit lain.

### **d. Price (Tarif)**

Berdasarkan triangulasi sumber, informan dari pihak rumah sakit mengatakan bahwa mereka telah mengupayakan suatu bauran tarif yang sesuai dengan pelayanan yang diterima pasien. Hal ini juga didukung oleh

pernyataan informan pasien yang mengatakan bahwa sebenarnya tarif yang ada di rumah sakit cukup mahal. Namun hal itu sebanding dengan pelayanan yang diterima oleh pasien. Terdapatnya persamaan persepsi ini jika dilihat dari pelayanan yang diberikan kepada pasien. Pasien sering menggunakan tarif sebagai salah satu indikator penilaian. Hal ini disebabkan mereka sulit untuk menilai kualitas pelayanan kesehatan<sup>10</sup>.

Berdasarkan triangulasi metode, yang dikatakan oleh informan pihak rumah sakit memang benar. Dari hasil observasi didapatkan bahwa mereka telah melakukan penetapan tarif sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Namun, jika dilihat dari tarif standar yang ditetapkan di Kota Prabumulih, tarif tersebut berada di atas standar tarif yang ada. Hal ini dilihat dari Perda Kota Prabumulih No.14 Tahun 2007 Pasal 8 yang menjelaskan mengenai tarif standar yang dikenakan kepada pasien. Walaupun tarif yang diterapkan di rumah sakit bunda di atas tarif standar, masyarakat cenderung menilai hal tersebut tidak menjadi masalah bagi mereka. Selain itu juga masyarakat merasa terjangkau untuk membayar tarif tersebut. Mereka mengatakan bahwa tarif yang ada sebanding dengan pelayanan yang telah mereka terima, karena tarif bagi pasien merupakan kesesuaian antara biaya yang telah dikeluarkan dengan pelayanan yang telah mereka dapatkan<sup>10</sup>. Untuk itu, pihak rumah sakit harus lebih teliti dalam menetapkan tarif yang dikenakan kepada pasien.

Berdasarkan triangulasi data, menurut pendapat ahli yang menyatakan bahwa dalam menentukan suatu tarif pelayanan, rumah sakit harus memperhitungkan antara perhitungan, biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa dalam penetapan tarif harus diperhitungkan secara benar dan terperinci antara biaya yang telah dikeluarkan dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu juga, pemerintah turut andil dalam menentukan tarif maksimal<sup>11</sup>.

Berdasarkan analisis konten, maka dapat dikatakan bahwa rumah sakit bunda telah menerapkan bauran *price* yang baik. Hal ini terlihat dari penilaian masyarakat yang menyatakan bahwa mereka mampu untuk membayar tarif yang ditetapkan. Selain itu juga, tarif yang dikenakan sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada pasien, karena pasien

sering menggunakan tarif sebagai salah satu indikator penilaian<sup>10</sup>.

#### e. *Promotion (Promosi)*

Berdasarkan triangulasi sumber, menunjukkan bahwa menurut informan pasien secara keseluruhan upaya promosi yang dilakukan oleh rumah sakit belum optimal. Karena pada umumnya mereka mengetahui tentang rumah sakit bukan langsung dari pihak rumah sakit. Sedangkan menurut informan dari pihak rumah sakit menyatakan bahwa mereka telah melakukan upaya promosi yang optimal dengan membuat brosur dan *leaflet*. Hal ini bisa dikaitkan dengan upaya pihak rumah sakit yang kurang optimal melakukan pendekatan kepada masyarakat. Jika upaya promosi kurang divariasikan dengan pendekatan kepada masyarakat, maka upaya promosi yang dilakukan akan kurang optimal.

Berdasarkan triangulasi metode, yang dikatakan oleh informan pihak rumah sakit sesuai dengan hasil observasi. Hasil observasi menunjukkan bahwa memang benar pihak rumah sakit membuat brosur dan *leaflet* yang disediakan di bagian pendaftaran serta di setiap bagian poliklinik-poliklinik dan ruang rawat inap rumah sakit. Namun berdasarkan hasil penelitian, pasien cenderung mendapatkan informasi melalui kerabat atau kenalan mereka. Hal ini terjadi berkaitan dengan upaya promosi yang dilakukan oleh pihak rumah sakit belum optimal. Pihak rumah sakit cenderung pasif dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat.

Berdasarkan triangulasi data, bahwa upaya promosi yang baik dengan menggunakan berbagai media promosi yang ada. Upaya promosi dapat menggunakan 5 media promosi yaitu periklanan, humas dan publisitas, promosi penjualan, penjualan tatap muka dan pemasaran langsung<sup>12</sup>.

Berdasarkan analisis konten, upaya promosi yang dilakukan oleh rumah sakit bunda memang belum optimal. Hal ini berkaitan dengan upaya promosi yang belum mencakup seluruh media promosi yang ada. Namun jika dinilai dari efektivitas dan efisiensi media promosi, upaya promosi yang dilakukan oleh rumah sakit bunda sudah baik. Karena melalui media promosi *word of mouth*, rumah sakit bunda tidak memerlukan biaya yang besar dan waktu yang banyak. Hal ini didukung juga oleh hasil penelitian, bahwa

promosi melalui *word of mouth* paling efektif dalam suatu media promosi. Selain itu, upaya promosi melalui *word of mouth* lebih murah dan efektif dari media promosi lain. Walaupun upaya promosi melalui *word of mouth* sudah baik, tetap harus diimbangi dengan upaya media promosi yang lain<sup>13</sup>.

#### **f. Physical Evidence (Bukti Fisik)**

Berdasarkan triangulasi sumber menunjukkan bahwa menurut informan pasien secara keseluruhan bukti fisik rumah sakit belum bisa memenuhi harapan mereka. Ada banyak aspek yang membuat orang menilai baik suatu fisik rumah sakit. Yang dapat dilihat dari aspek fasilitas penunjang yang dimiliki oleh rumah sakit. Selain itu, juga dinilai dari kondisi ruangan itu sendiri. Jika kondisi ruangan bersih dan nyaman, maka kondisi fisik dari rumah sakit itu baik.

Hal ini sesuai dengan teori tampilan fisik bangunan dan berbagai fasilitas penunjang yang dimiliki penyedia jasa berpengaruh pada sikap dan perilaku pelanggan<sup>10</sup>. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu memperhatikan bagaimana kondisi bangunan dan fasilitas jasa. Suatu rumah sakit yang tidak memperhatikan tampilan fisik dan fasilitas penunjang akan membuat pasien semakin depresi dan tidak semangat.

Berdasarkan triangulasi metode, yang dikatakan oleh informan pasien memang benar dan sesuai dengan hasil observasi. Dari hasil observasi didapatkan bahwa pihak rumah sakit memang belum membuat suatu desain yang berbeda dari tempat lain. Selain itu, pihak rumah sakit kurang menjaga penampilan mereka. Sehingga pasien tidak merasa nyaman berada di rumah sakit. Hal ini terlihat dari kondisi ruangan yang masih belum terpelihara dengan baik, kebersihan masih belum terjaga. Selain itu, kurangnya fasilitas seperti wc dan musholla. Sedangkan untuk *ambulance* dan seragam, pihak rumah sakit bunda sudah sangat baik. Karena menurut pengamatan peneliti, pada setiap petugas memiliki seragam yang berbeda pada setiap bagian. Dan juga seragam yang dipakai memiliki lambang atau bordiran yang menunjukkan identitas dari rumah sakit bunda.

Berdasarkan triangulasi data, menurut pendapat ahli bahwa untuk dapat menarik perhatian pasien, pihak rumah sakit harus membuat suatu keadaan yang membuat pasien merasa nyaman saat berada di rumah sakit. Oleh sebab itu, seluruh aspek dari rumah sakit harus

diperhatikan. Mulai dari fasilitas penunjang, kondisi ruangan serta keadaan fisik bangunan. Dalam menciptakan hal tersebut, rumah sakit harus beracuan dengan peraturan depkes yang ada. Hal ini juga sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa desain suatu produk jasa itu didukung oleh fasilitas penunjang dan keadaan tempat produk jasa dilangsungkan<sup>14</sup>.

Berdasarkan analisis konten, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan bauran *physical evidence* di rumah sakit bunda belum baik. Hal ini diakibatkan masih ada hal-hal dari aspek *physical evidence* yang belum baik. Hal ini juga sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa desain suatu produk jasa itu didukung oleh fasilitas penunjang dan keadaan tempat produk jasa dilangsungkan<sup>14</sup>.

#### **g. People (Sumber Daya Manusia)**

Berdasarkan triangulasi sumber menunjukkan bahwa menurut seluruh informan mengatakan bahwa tenaga-tenaga yang disediakan di rumah sakit merupakan tenaga yang profesional dan terlatih sesuai bidang mereka. Pihak rumah sakit bunda mempunyai kebijakan tersendiri dalam hal penyediaan tenaga di rumah sakit khususnya poliklinik kebidanan dan kandungan. Pihak rumah sakit bunda menyediakan dokter-dokter yang memiliki spesialisasi di bidang kebidanan dan kandungan, bidan, perawat dan petugas yang terlatih.

Berdasarkan triangulasi metode, yang dikatakan seluruh informan sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan. Dari hasil observasi didapatkan bahwa pihak rumah sakit telah menyediakan tenaga-tenaga yang sesuai dengan kebutuhan di poliklinik kebidanan dan kandungan. Dimana berdasarkan data yang ada, rumah sakit juga mengadakan pelatihan-pelatihan bagi tenaga di rumah sakit sesuai dengan bidang keilmuan mereka. Pada umumnya masyarakat akan memilih suatu pelayanan kesehatan dilihat dari sisi tenaga yang tersedia yang bisa dipercaya serta berpengalaman. Hal ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa perbedaan kualitas produk jasa dengan produk jasa lainnya tergantung pada petugas yang melayani pelanggan. Mereka menekankan perlunya menitikberatkan perhatian kepada seleksi, pelatihan dan motivasi karyawan yang langsung melayani pelanggan. Di samping perlu memiliki teknis medis, mereka juga perlu memiliki kemampuan interpersonal yang baik<sup>15</sup>.

Berdasarkan triangulasi data, menurut pendapat ahli bahwa Sebuah rumah sakit harus mempunyai kebijakan tersendiri dalam pengelolaan personil rumah sakit. Hal ini berguna untuk meningkatkan keberhasilan rumah sakit tersebut dan memenuhi harapan pasien. Untuk itu, dibutuhkan tenaga-tenaga yang profesional dan berkualitas.

Berdasarkan analisis konten, penerapan bauran *people* di rumah sakit bunda sudah baik dengan membuat suatu kebijakan mengenai tenaga yang harus ada di rumah sakit. Karena dilihat dari sisi pengalaman dan kualifikasi, pihak rumah sakit bunda telah menyediakan tenaga-tenaga yang terlatih dan mempunyai kemampuan di bidang kebidanan dan kandungan. Sehingga masyarakat akan lebih percaya terhadap pelayanan yang di rumah sakit tersebut. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan dapat membedakan penyampaian jasanya salah satunya dengan unsur *people*, perusahaan dapat membedakannya dengan memiliki *people* yang lebih mampu dan lebih dipercaya sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan kepercayaan masyarakat<sup>16</sup>.

#### **h. Process (Proses)**

Berdasarkan triangulasi sumber menunjukkan bahwa menurut seluruh informan proses pelayanan di rumah sakit sudah bagus. Karena pada umumnya tenaga kesehatan melayani sesuai dengan prosedur yang ada. Hanya saja dilihat dari segi waktu tunggu, menurut informan termasuk lama. Hal ini diakibatkan belum terkoordinir dengan baik mengenai waktu pemberian pelayanan yang baik. Pernyataan ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa Penyedia pelayanan kesehatan kadang kurang memperhatikan waktu pemberian pelayanan kesehatan<sup>16</sup>.

Berdasarkan triangulasi metode, yang dikatakan oleh informan pihak rumah sakit memang benar bahwa mereka telah melakukan pelayanan sesuai dengan prosedur yang ada hal ini sesuai dengan hasil observasi dimana didapatkan bahwa petugas melayani dengan sangat ramah dan sesuai dengan pelayanan yang dibutuhkan pasien. Hanya saja jika dilihat dari waktu tunggu, berdasarkan hasil observasi didapatkan data bahwa waktu tunggu sangat lama yaitu rata-rata pasien berada di ruang tunggu selama 120 menit. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari informan pasien. Padahal

sebenarnya waktu tunggu sangat mempengaruhi penilaian pasien terhadap pelayanan yang ada di rumah sakit.

Berdasarkan triangulasi data, menurut pendapat ahli bahwa dalam sebuah pelayanan di rumah sakit, faktor lama pelayanan dan proses melayani oleh dokter mempengaruhi penilaian pasien terhadap kinerja rumah sakit tersebut.

Berdasarkan itu, dapat dikatakan bahwa penerapan bauran proses di poliklinik kebidanan dan kandungan belum optimal karena dilihat dari waktu tunggu dan lama pelayanan yang tidak sesuai. Hal ini didukung oleh penelitian, didapatkan bahwa penilaian terhadap bauran proses suatu rumah sakit dilihat dari segi lama pelayanan dan proses melayani. Sehingga akan mempengaruhi penilaian pasien<sup>8</sup>.

#### **i. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)**

Dari hasil wawancara dengan informan secara keseluruhan diperoleh informasi bahwa penerapan *marketing mix* di poliklinik kebidanan dan kandungan masih belum baik. Hal ini disebabkan masih adanya beberapa variabel yang belum diterapkan dengan baik, yaitu variabel *place*, *promotion* dan *physical evidence*.

Berdasarkan hasil observasi juga didapatkan bahwa penerapan *marketing mix* di poliklinik kebidanan dan kandungan belum baik. Hal ini ditinjau dari penerapan variabel produk yang masih belum sesuai dengan kebutuhan masyarakat Prabumulih secara umum. Berdasarkan data BKKBN hanya 0,35% masyarakat Prabumulih yang membutuhkan pelayanan poliklinik kebidanan dan kandungan. Selain itu, belum optimalnya penerapan bauran *place* dilihat dari saluran distribusi menuju rumah sakit yang dirasakan masih sangat sulit oleh masyarakat. Jika penerapan pada variabel *promotion* yang belum optimal dilihat dari pelaksanaan promosi oleh rumah sakit belum dilaksanakan dengan menggunakan media promosi yang bervariasi. Sedangkan jika ditinjau dari segi efektivitas dan efisiensi, upaya promosi melalui *word of mouth* sudah sangat efektif dan efisien karena tidak perlu biaya yang besar dan waktu yang banyak. Penerapan variabel *physical evidence* yang belum baik karena masih ada aspek bukti fisik yang belum baik. Seperti kondisi ruangan dan fasilitas penunjang yang ada. Berdasarkan pengamatan peneliti

kondisi ruangan masih agak kotor dan juga WC dan musholla yang ada sangat kotor dan kurang terawat.

Berdasarkan pendapat ahli diketahui bahwa penerapan *marketing mix* yang baik itu harus mencakup segala variabel *marketing mix*.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis konten, dapat dikatakan bahwa penerapan bauran produk di poliklinik kebidanan dan kandungan sudah baik. Hal ini terlihat dari ketiga variabel produk, yaitu variabel jenis pelayanan yang tersedia, tenaga yang tersedia dan peralatan yang tersedia di poliklinik kebidanan dan kandungan rumah sakit. Dalam suatu bauran produk yang dikatakan baik jika unsur-unsur penting sudah baik penerapannya yaitu unsur pelayanan yang tersedia, tenaga yang tersedia dan peralatan yang tersedia<sup>7</sup>. Jadi jumlah kunjungan yang menurun bukan hanya dipengaruhi oleh produk yang diberikan oleh rumah sakit bunda, tapi dari faktor lain yaitu dari faktor PUS yang memang sedikit di kota Prabumulih.

Berdasarkan analisis konten, maka dalam hal ini pihak rumah sakit bunda belum menerapkan bauran *place* yang baik. Karena suatu bauran *place* yang baik itu harus mencakup dua aspek yaitu aspek lokasi rumah sakit dan saluran distribusi. Sedangkan dalam hal ini, aspek lokasi rumah sakit memang sudah baik yang terlihat dari lokasi rumah sakit yang tidak jauh dari pusat kota dan pemukiman penduduk dan juga gedung yang tidak dekat jalan. Sehingga tidak akan menimbulkan kebisingan. Namun dalam aspek saluran distribusi, pihak rumah sakit belum menerapkan dengan baik. Karena susah akses menuju rumah sakit. Dinamakan suatu bauran *place* yang baik itu, dilihat dari banyak faktor yaitu faktor lokasi, saluran distribusi serta kondisi lokasi<sup>9</sup>.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa Secara keseluruhan, penerapan *marketing mix* di Poliklinik Kebidanan Dan Kandungan Rumah Sakit AR Bunda belum dilakukan dengan optimal, yang terlihat dari beberapa variabel *marketing mix* sebagai berikut:

1. Penerapan bauran *product* sudah baik, hanya saja secara umum menurunnya

jumlah kunjungan disebabkan oleh rendahnya jumlah PUS di Kota Prabumulih.

2. Penerapan bauran *place* belum baik, hal ini disebabkan oleh karena masih belum baik dalam hal aspek saluran distribusi. Susahnya akses menuju rumah sakit yang menjadi alasan utama.
3. Penerapan bauran *price* sudah baik, hal ini dinilai dari aspek keterjangkauan membayar pasien.
4. Penerapan bauran *promotion* belum optimal, namun jika dinilai dari efektivitas dan efisiensi maka upaya promosi yang dilakukan pihak rumah sakit sudah baik. Karena upaya promosi *word of mouth* tidak membutuhkan biaya yang besar.
5. Penerapan bauran *physical evidence* belum baik, hal ini disebabkan masih ada aspek dari bukti fisik yang belum baik.
6. Penerapan bauran *people* sudah baik, karena dalam hal ini, rumah saki bunda udah mempunyai kebijakan personil sendiri dan sudah menyediakan tenaga yang terlatih dan sesuai dengan bidang kebidanan dan kandungan.
7. Penerapan bauran *process* jika dinilai dari prosedur yang ada, pihak rumah sakit telah melakukan sesuai dengan prosedur. Namun jika dinilai dari waktu tunggu dan lama pelayanan, waktunya lama bagi seorang pasien.

Saran dalam penelitian ini :

1. Bagi seluruh pihak yang terkait dengan penerapan *marketing mix* di poliklinik kebidanan dan kandungan, untuk lebih memperhatikan lagi pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat prabumulih secara umum.
2. Bagi pihak humas Rumah Sakit Bunda untuk lebih mengoptimalkan upaya promosi di rumah sakit dengan cara lebih aktif lagi melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui seminar-seminar yang dijadikan program rutin rumah sakit., serta agar tetap mempertahankan media promosi *word of mouth* yang sudah baik.
3. Bagi pihak rumah sakit bunda secara keseluruhan untuk lebih memperhatikan kondisi rumah sakit dalam hal kebersihan serta kelengkapan fasilitas penunjang.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Jaelani, Evan. *Marketing Mix*. Dari: <http://eje.blogspot.com/2009/03/marketing-mix.html> [2 Februari 2010]. 2009.
2. Sabarguna, BS. *Analisis Pemasaran Rumah Sakit*. Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng, DIY. 2005.
3. Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 1999.
4. Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta, Bandung. 2005.
5. Widajat, Rochmanadji. *Being a Great and Sustainable HOSPITAL*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2009.
6. Darmawan, Iqbal. *Bauran Pemasaran Jasa Poliklinik Rawat Jalan RSUD Karawang berdasarkan Persepsi dan Perilaku Pelanggan Tahun 2004*. Dari : <http://www.digilib.ui.ac.id//file?file=digital/77914-T13114-Bauran%20pemasaran-TOC.pdf> [23 Februari 2010].
7. Kotler, Philip dan Armstrong. *Principle of Marketing*, Prentice Hall International, Inc. A Division of Simon & Scuster, Englewood Cliffs, Nj07632. 2001
8. Kotler, Philip dan Clarke RN. *Marketing for Health Care Organization*. Prentice Hall:New Jersey. 2001.
9. Trisnantoro, Laksono. *Memahami Penggunaan Ilmu Ekonomi dalam Manajemen Rumah Sakit*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta. 2006.
10. Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Andi Yogyakarta Press, Yogyakarta. 2000.
11. Najmuddin, Mohamad. *Bisnis dalam Sektor Jasa "Masih Terbuka Lebar"*. Dari : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eS5uuzN122QJ:elearning-ujb.net/artikel/05-2510-6301BISNIS%2520DALAM%2520SEKTOR%2520JASA.doc+promosi+dari+mulut+ke+mulut+suatu+rumah+sakit&cd=29&hl=id&ct=clnk&gl=id> [1 Mei 2010]. 2007.
12. Lovelock C dan Wirtz J. *Service Marketing People, Technology, Strategy*. 5<sup>th</sup> Ed. Pearson Prentice Hall, Singapura. 2001.
13. Kotler, Philip dan Nancy Lee. *Pemasaran di Sektor Publik*. PT.Indeks, Jakarta. 2007.