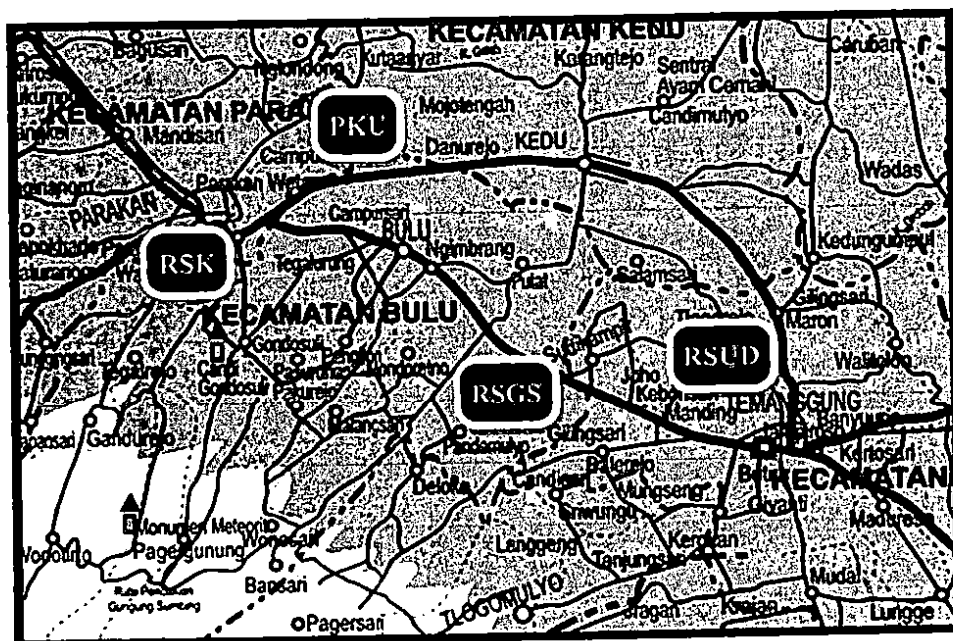


## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kualitas dokter, kualitas perawat, biaya secara keseluruhan, peralatan medis, serta sarana bangunan dan ruang dibandingkan dengan tiga rumah sakit lainnya yang berada di Kabupaten Temanggung yaitu RSUD Djojonegoro, RSK Ngesti Waluyo, dan RSU Gunung Sawo.

Berikut ini adalah gambar peta lokasi keempat rumah sakit yang berada di Kabupaten Temanggung. Dari lokasi ini terlihat bahwa terdapat 2 pasang RS yang saling berdekatan, yaitu RS PKU Muhammadiyah yang berdekatan dengan RSK serta RSUD yang berdekatan dengan RS Gunung Sawo.



Gambar 4.1. Peta Lokasi Rumah Sakit di Kabupaten Temanggung

#### 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN

Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RS saingannya berdasarkan kualitas dokter, kualitas perawat, biaya secara keseluruhan, peralatan medis, serta sarana bangunan dan ruang dilakukan pengambilan data kepada 108 responden. Tabel 4.1 menunjukkan karakteristik dari responden.

Sebanyak 108 responden yang ada, kesemuanya adalah warga kecamatan Bulu, kabupaten Temanggung. Prosentase terbanyak berasal dari kelurahan Danupayan dan Tegallurung yaitu masing-masing sebesar 25,9%.

Rata-rata umur responden adalah sebesar 34,19 tahun. Kelompok umur responden antara 31 – 40 tahun sebanyak 43 orang (39,8%). Pada kelompok usia antara 21 – 30 tahun sebanyak 38 orang, kelompok usia antara 41 – 50 tahun sebanyak 12 orang dan kelompok usia > 50 tahun sebanyak 11 orang. Responden yang paling sedikit berada pada kelompok usia  $\leq 20$  tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan responden berusia < 40 tahun. Untuk jenis kelamin antara laki-laki tampak tidak ada perbedaan yang besar. Perbandingan jumlah responden laki-laki dibandingkan perempuan sebesar 48:51.

Responden paling banyak memiliki pendidikan sampai tingkat SD yaitu sebesar 31,5%. Sedangkan pekerjaan yang dimiliki responden paling banyak adalah mereka yang bekerja sebagai petani maupun buruh (38,9%). Kelompok responden yang berpenghasilan sebulan antara Rp 301.000,00 – Rp 645.000,00 adalah yang paling banyak yaitu sejumlah 30 orang (27,8%). Dari data ini dapat

tergambarkan beberapa faktor-faktor yang mungkin ikut mempengaruhi kecenderungan pasien untuk memilih RS.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK	N	% (n=180)	KARAKTERISTIK	N	% (n=180)
<b>Alamat</b>			<b>Pendapatan</b>		
Candirotto	6	5,60%	< Rp 300.000	29	26,90%
Danupayan	28	25,90%	Rp 301.000 - 645.000	30	27,80%
Kemirijo	9	8,30%	Rp 646.000 - 999.000	24	22,20%
Ngadirejo	14	13,00%	> Rp 999.000	25	23,10%
Ngimbrang	13	12,00%	<b>Pekerjaan</b>		
Padureso	10	9,30%	Karyawan	41	38,00%
Tegallurung	28	25,90%	Pegawai Negeri	15	13,90%
<b>Umur</b>			Pengusaha/Swasta	10	9,30%
Mean	34,19		Petani/Buruh	42	38,90%
Minimum	19		<b>Frekuensi pemanfaatan RS</b>		
Maximum	59		Belum Pernah	33	30,60%
< 20 tahun	4	3,7%	1 RS	52	48,10%
20 - 29 tahun	38	35,2%	2 RS	16	14,80%
30 - 39 tahun	43	39,8%	3 RS	4	3,70%
40 - 50 tahun	12	11,1%	4 RS	3	2,80%
>50 tahun	11	10,2%	<b>Jumlah yang pernah dirawat di RS</b>		
<b>Jenis Kelamin</b>			PKU	37	34,30%
Pria	52	48,10%	RSUD	29	26,90%
Wanita	56	51,90%	RSK	30	27,80%
<b>Pendidikan</b>			RSGS	12	11,10%
Tidak Tamat SD	4	3,70%			
SD	34	31,50%			
SMP	30	27,80%			
SMA	30	27,80%			
Universitas	10	9,30%			

Responden terbanyak pernah merasakan dirawat di satu RS di kabupaten Temanggung (48,1%), namun prosentase terbanyak kemudian disusul responden

justeru mereka yang belum pernah merasakan layanan rawat inap di RS manapun di Temanggung (30,6%). Dari data di tabel tersebut juga dapat terlihat bahwa sebagian besar responden yang berasal dari kecamatan Bulu pernah dirawat di RS PKU, yaitu sebesar 34,3%.

## 4.2 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji coba validitas dan reliabilitas kuisisioner dilakukan dengan melakukan uji pre-test pada 30 pasien pulang RS PKU Temanggung untuk memperoleh keyakinan validasi dan reliabilitas dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas.

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Menurut Sugiyono (1999) nilai koefisien validitas setiap pertanyaan instrumen (R) dapat dikonsultasikan dengan nilai r tabel. Nilai R dapat dikatakan memiliki nilai validitas, jika positif dan nilai lebih atau sama dengan nilai r tabel. Pada penelitian ini, dengan jumlah responden 30 orang dan signifikansi 0,05 dihitung dengan program SPSS untuk meminimalisasikan *human error*. Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dokter, kualitas pelayanan perawat, biaya perawatan dan obat, peralatan yang tersedia, dan sarana bangunan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dokter, kualitas pelayanan perawat, biaya perawatan dan obat, peralatan yang tersedia, dan sarana bangunan menunjukkan bahwa item pertanyaan mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,361 adalah valid, sedangkan untuk nilai *Corrected Item-*

*Total Correlation* < 0,361 adalah tidak valid. Suatu pertanyaan yang dinyatakan valid berarti pertanyaan tersebut mampu mengukur apa saja yang hendak diukur, mampu mengungkapkan apa saja yang hendak diukur, mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan (Hadi, 1994).

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

ATRIBU I	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan Dokter</b>		
Ketrampilan Dokter	0,497	Valid
Penampilan Dokter	0,801	Valid
Ketelitian Dokter	0,644	Valid
Informasi Dokter	0,571	Valid
<b>Kualitas Pelayanan Perawat</b>		
Ketrampilan Perawat	0,806	Valid
Kesabaran Perawat	0,719	Valid
Penampilan Perawat	0,687	Valid
Ketelitian Perawat	0,768	Valid
Informasi Perawat	0,780	Valid
<b>Biaya Perawatan dan Obat</b>		
Biaya Terjangkau	0,646	Valid
Biaya Sesuai	0,735	Valid
Jamkesmas	0,612	Valid
<b>Peralatan yang Tersedia</b>		
Alat Lengkap	0,645	Valid
Alat Canggih	0,618	Valid
Alat Siap	0,599	Valid
<b>Sarana Bangunan</b>		
Akses Mudah	0,518	Valid
Tampilan Fisik	0,500	Valid
Parkir	0,457	Valid
Ruangan	0,544	Valid

Berdasarkan tabel 4.2 untuk variabel kualitas pelayanan dokter, kualitas pelayanan perawat, biaya perawatan dan obat, peralatan yang tersedia, dan sarana bangunan semua pertanyaannya valid karena mempunyai nilai > 0,361.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Hadi (1991), rumus Alphas dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai atau yang berbentuk skala. Suatu variabel akan dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha cronbachnya positif dan lebih besar dari 0,70. Berikut hasil uji reliabilitas instrumen.

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan Dokter	0,797	<i>Reliable</i>
Kualitas Pelayanan Perawat	0,896	<i>Reliable</i>
Biaya Perawatan dan Obat	0,810	<i>Reliable</i>
Peralatan yang Tersedia	0,774	<i>Reliable</i>
Sarana Bangunan	0,714	<i>Reliable</i>

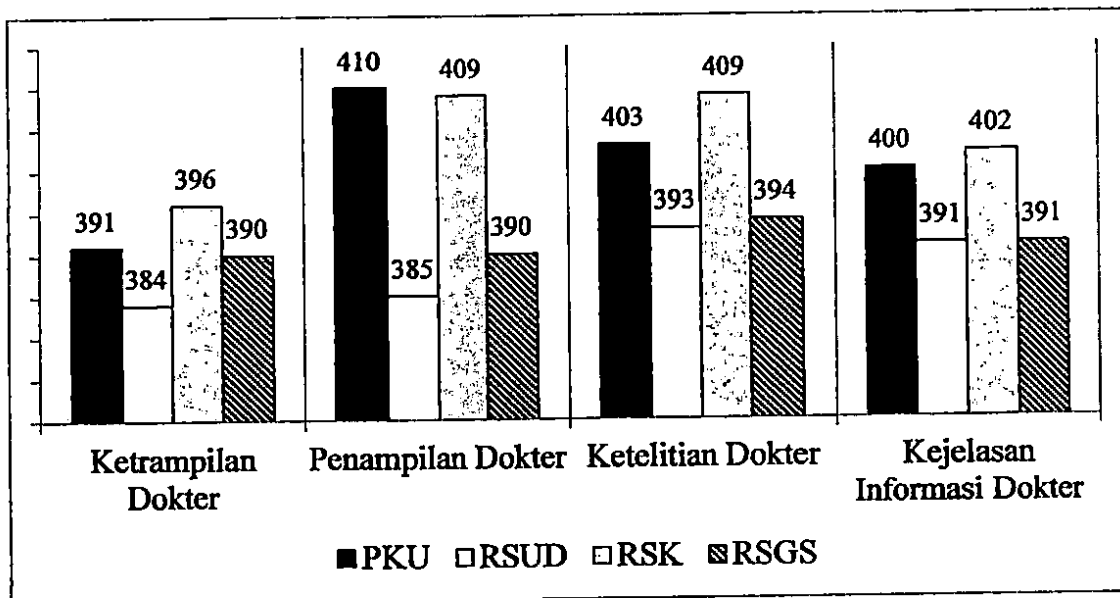
Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,70. Dengan demikian instrumen penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian telah layak digunakan untuk mengambil data penelitian. Suatu instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut mempunyai unsur kemantapan, kejelasan atau stabilitas hasil pengamatan dengan instrumen (pengukuran), seandainya barang atau orang ataupun apapun yang diamati dalam keadaan tidak berubah dalam kurun waktu amatan pertama, kedua, dan selanjutnya.

### 4.3 HASIL PENELITIAN

Dengan input data berupa rata-rata preferensi (dari keseluruhan responden) untuk setiap stimuli yang dievaluasi terhadap sejumlah atribut yang mendeskripsikan stimuli-stimuli tersebut. Pada peta yang dihasilkan, tiap titik stimuli akan terletak berdekatan dengan atribut yang menjadi keunggulannya berdasarkan persepsi responden dan terletak berjauhan dengan atribut yang tidak menjadi keunggulannya

#### 4.3.1 PERSEPSI KONSUMEN DAN POSISI RUMAH SAKIT BERDASARKAN ATRIBUT PELAYANAN DOKTER

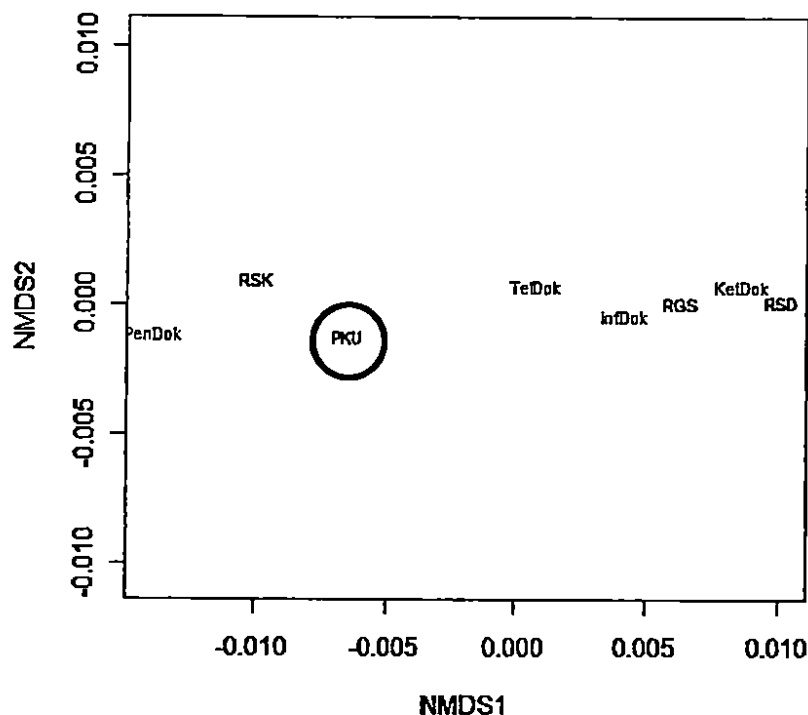
Berikut ini persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dokter dari empat rumah sakit yang berada di Temanggung.



Gambar 4.2 Grafik Persepsi Responden terhadap Atribut Kualitas Dokter

Gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa persepsi responden berdasarkan kualitas pelayanan dokter, nilai tertinggi untuk RS PKU Muhammadiyah Temanggung berada pada atribut penampilan dokter yang sebesar 410. Atribut layanan dokter di dominasi keunggulannya oleh RSK Ngesti Waluyo yang unggul di atribut Ketrampilan dan Ketelitian dokter.

Berdasarkan persepsi tersebut, kemudian ditentukan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung dibandingkan dengan ketiga rumah sakit pesaingnya yang diolah secara MDS. Secara jelas posisi tersebut disajikan dalam gambar hasil analisis MDS seperti pada Gambar 4.3 berikut ini.



Ket : PKU : RS PKU Muhammadiyah Temanggung; RSK : RSK Ngesti Waluyo; RSD : RSUD Djojonegoro; RSG : RSU Gunung Sawo; KetDok : Ketrampilan Dokter; PenDok : Penampilan Dokter; TelDok : Ketelitian Dokter; InfDok : Kejelasan Informasi Dokter

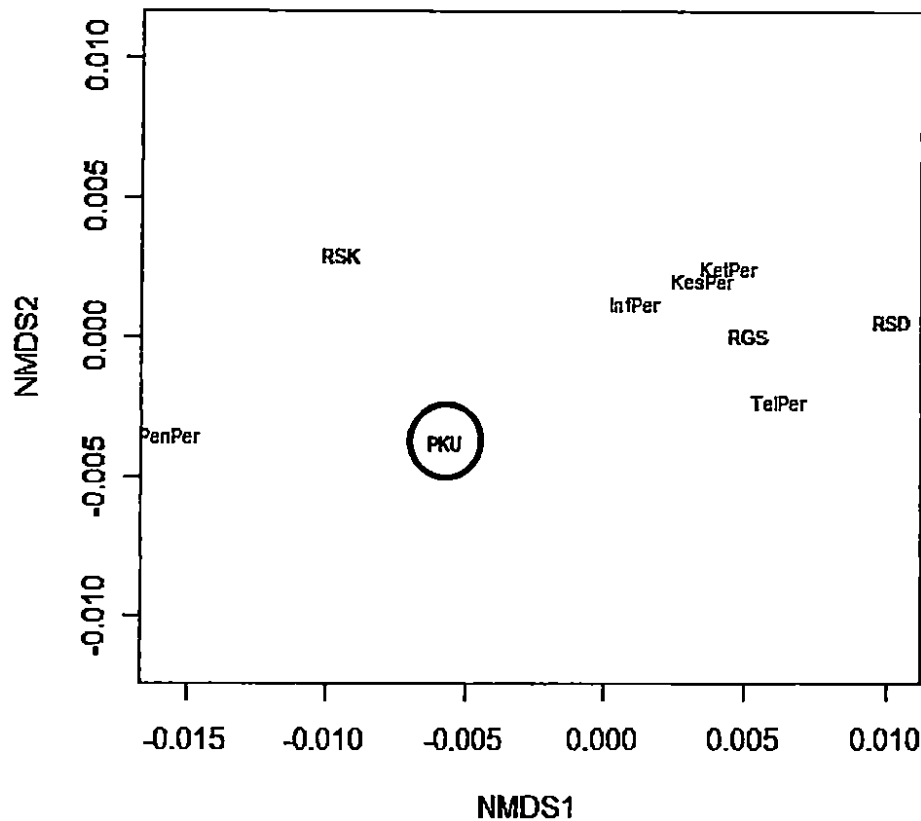
Gambar 4.3 Hasil Pemetaan *MDS* Persepsi Responden terhadap Atribut Pelayanan Dokter



Gambar 4.2 menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dokter di antara RS di Temanggung didominasi oleh RSK Ngesti Waluyo yang disusul kemudian RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Dominasi tersebut terdapat pada atribut ketrampilan dokter, ketelitian dokter, serta kejelasan dokter dalam memberikan informasi. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi konsumen terhadap ketiga atribut tersebut lebih unggul di RSK Ngesti Waluyo daripada RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Sebaliknya untuk atribut penampilan dokter, ternyata persepsi konsumen lebih mengunggulkan RS PKU Muhammadiyah Temanggung daripada RS yang lain. Kedua RS tersebut (RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RSK Ngesti Waluyo) merupakan RS swasta besar yang berada di Temanggung. Strategi-strategi yang telah dilakukan oleh kedua RS dalam meningkatkan layanan dokter telah berhasil menciptakan persepsi di benak konsumen jika dibandingkan RS negeri (RSUD Djojonegoro) dan RSU Gunung Sawo. Hal ini dibuktikan dari gambar 4.2 dimana RSK Ngesti Waluyo dan RS PKU Muhammadiyah Temanggung selalu lebih unggul daripada RS yang lain.

Namun jika kita mengamati gambar 4.3 ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Yang pertama adalah ternyata keunggulan dalam atribut penampilan dokter yang dimiliki RS PKU Muhammadiyah Temanggung mempunyai posisi yang berdekatan dengan RSK Ngesti Waluyo. Atau dalam hal ini berarti bahwa persepsi konsumen terhadap atribut penampilan dokter antara RSK Ngesti Waluyo dan RS PKU Muhammadiyah Temanggung tersebut hampir serupa, walaupun RS PKU Muhammadiyah Temanggung lebih unggul. Hal yang sama terjadi yaitu

Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditentukan posisi untuk masing-masing rumah sakit berdasarkan kualitas pelayanan perawat yang secara jelas disajikan dalam gambar hasil analisis MDS seperti pada Gambar 4.5 berikut ini.



Ket : PKU : RS PKU Muhammadiyah Temanggung; RSK : RSK Ngesti Waluyo; RSD : RSUD Djonegoro; RSG : RSU Gunung Sawo; KetPer : Ketrampilan Perawat; PenPer : Penampilan Perawat; KesPer : Kesabaran Perawat; TelPer : Ketelitian Perawat; InfDok : Kejelasan Informasi Perawat

Gambar 4.5. Hasil Pemetaan MDS Pada Atribut Pelayanan Keperawatan

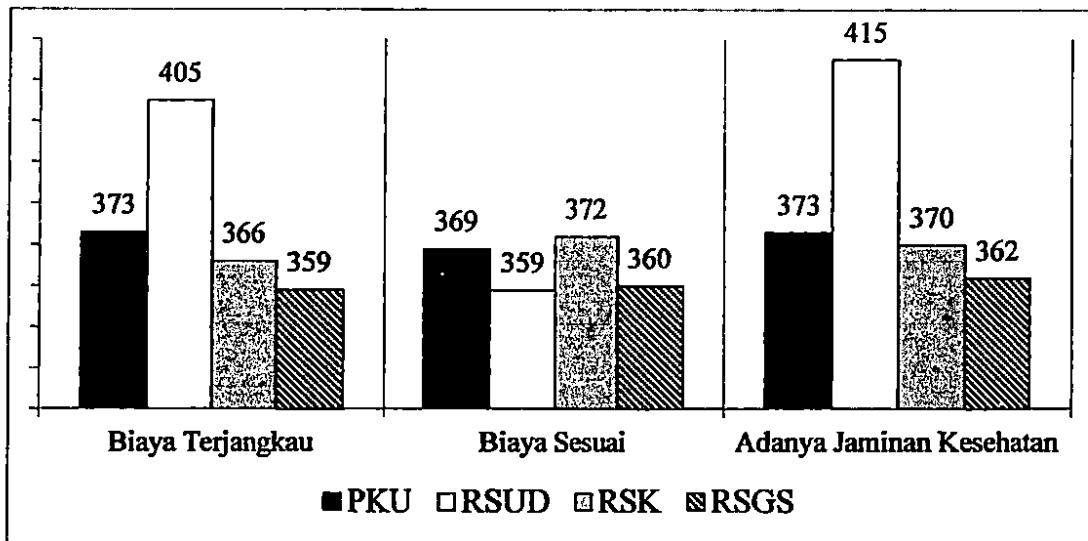
Berdasarkan hasil dari pengolahan data MDS berbasis atribut pada kualitas pelayanan perawat, terlihat bahwa masing-masing rumah sakit memiliki posisinya, artinya masing-masing rumah sakit telah memiliki posisi dan karakteristik masing-masing. Namun jika dicermati, ternyata terdapat beberapa

rumah sakit yang memiliki posisi yang cukup berdekatan, yaitu RSU Gunung Sawo dengan RSUD Djojonegoro dan RSK Ngesti Waluyo dengan PKU Muhammadiyah Temanggung

Gambar 4.4 dan 4.5 menunjukkan pola yang hampir serupa antara atribut pelayanan keperawatan dan atribut layanan keperawatan. Kualitas layanan keperawatan RSK Ngesti Waluyo dan RS PKU Muhammadiyah Temanggung lebih unggul bila dibandingkan RS yang lain. Keunggulan RS PKU Muhammadiyah Temanggung terdapat pada atribut ketelitian dan penampilan sedangkan atribut yang lain masih unggul oleh RSK Ngesti Waluyo. Keunggulan penampilan perawat atau dalam hal ini aspek *tangible* dalam kualitas layanan keperawatan di RS PKU Muhammadiyah Temanggung ternyata juga mempunyai kedekatan kemiripan dengan RSK Ngesti Waluyo. Namun hal berbeda justru nampak pada atribut ketelitian perawat, dimana selain lebih unggul daripada RSK Ngesti Waluyo, posisinya juga lebih baik karena berjauhan. Persepsi masyarakat menilai ketelitian perawat RS PKU Muhammadiyah Temanggung unggul dan berbeda dari RSK Ngesti Waluyo.

#### **4.3.3 PERSEPSI KONSUMEN DAN POSISI RUMAH SAKIT BERDASARKAN ATRIBUT BIAYA**

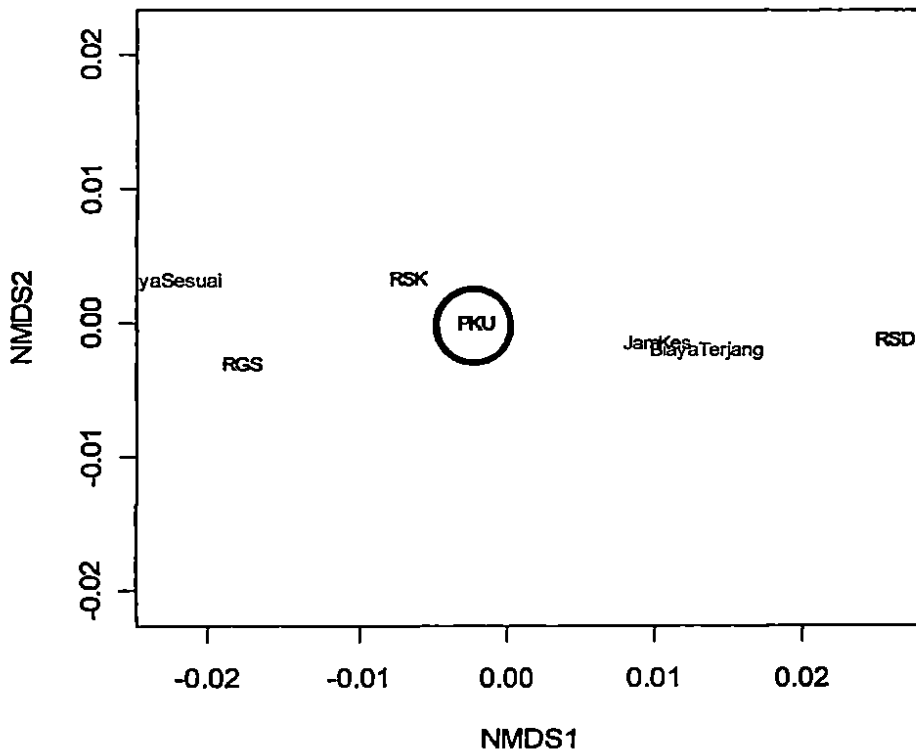
Persepsi responden berdasarkan biaya perawatan dan obat dari empat rumah sakit yang berada di Temanggung disajikan dalam Gambar 4.6.



Gambar 4.6 Grafik Persepsi Responden terhadap Atribut Biaya Perawatan dan Obat

Gambar 4.6 memperlihatkan bahwa nilai tertinggi dari persepsi responden berdasarkan biaya perawatan dan obat dari atribut biaya terjangkau (405) dan jamkesmas (415) berada di RSUD, dan untuk atribut biaya yang sesuai di RSK Ngesti Waluyo (372).

Dan berdasarkan persepsi tersebut, dapat ditentukan posisi untuk masing-masing rumah sakit berdasarkan biaya perawatan dan obat yang secara jelas disajikan dalam gambar hasil analisis MDS seperti pada Gambar 4.7. Berdasarkan hasil dari pengolahan data MDS berbasis atribut pada biaya perawatan dan obat, terlihat bahwa masing-masing rumah sakit memiliki posisi cukup berjauhan satu sama lain, artinya masing-masing rumah sakit telah memiliki posisinya masing-masing dan karakteristik khas. Gambar 4.7 juga menunjukkan bahwa RSUD Djojonegoro memiliki posisi tersendiri dan jauh dari RS yang lainnya dalam atribut keterjangkauan biaya dan adanya jaminan kesehatan.



Ket : PKU : RS PKU Muhammadiyah Temanggung; RSK : RSK Ngesti Waluyo; RSD : RSUD Djogonegoro; RSG : RSU Gunung Sawo; BiayaTerjang : Keterjangkauan Biaya; JamKes : Adanya Jaminan Kesehatan

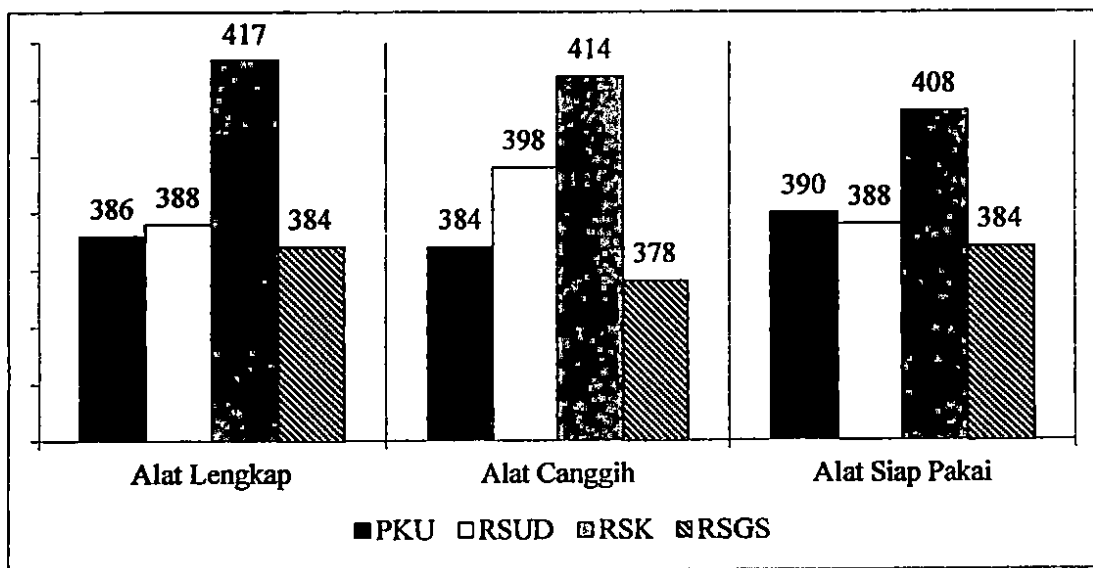
Gambar 4.7 Hasil Pemetaan MDS Atribut Biaya

Hasil persepsi keunggulan untuk atribut biaya ini ada perbedaan dari atribut yang lain, dimana persepsi konsumen cenderung menganggap untuk masalah biaya yang paling unggul adalah RSUD Djogonegoro. Konsumen kemudian menilai RS PKU Muhammadiyah Temanggung sebagai urutan kedua dalam atribut biaya secara keseluruhan ini.

Namun jika diperhatikan keunggulan RSUD Djogonegoro ternyata terletak pada atribut biaya yang terjangkau serta adanya jaminan kesehatan. Keterjangkauan biaya yang dimaksud di sini adalah harga yang paling kecil atau paling murah yang konsumen keluarkan untuk mendapatkan layanan RS.

#### 4.3.4 PERSEPSI KONSUMEN DAN POSISI RUMAH SAKIT BERDASARKAN PERALATAN YANG TERSEDIA

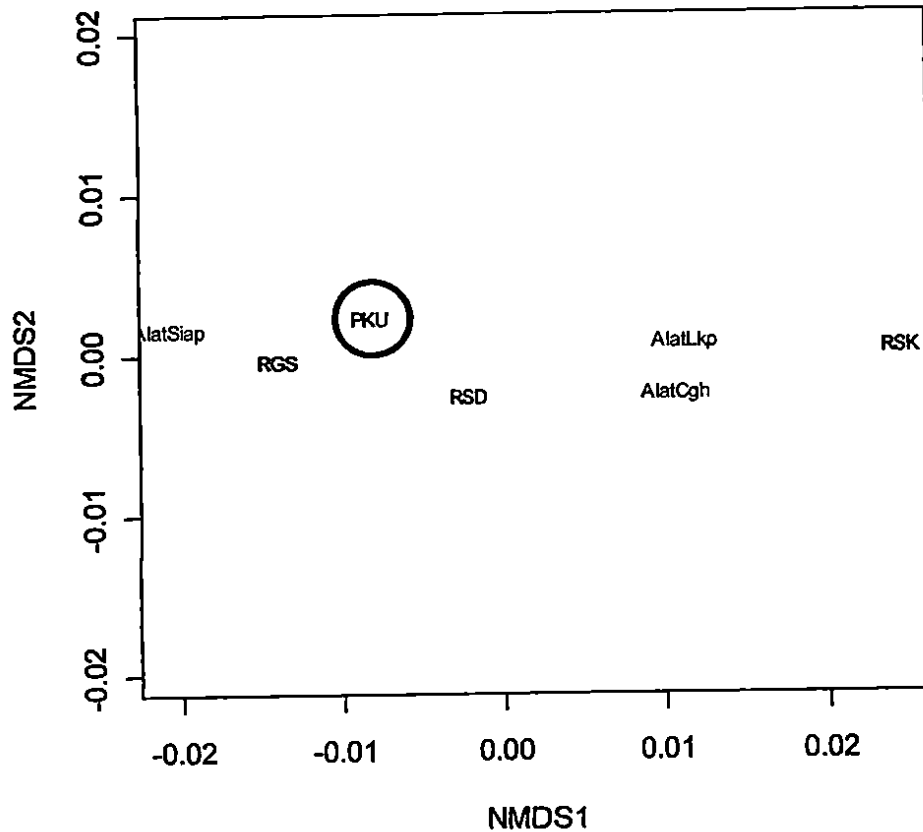
Hasil persepsi reponden berdasarkan peralatan yang tersedia dari empat rumah sakit di Temanggung disajikan dalam Gambar 4.8



Gambar 4.8 Grafik Persepsi Responden terhadap Atribut Peralatan yang tersedia

Atribut peralatan medis yang ada didominasi oleh RSK Ngesti Waluyo. Berikutnya tampak dengan nilai di bawahnya yaitu RSUD Djojonegoro dan RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Sedangkan RSU Gunung Sawo masih mempunyai nilai terendah mengingat RS ini merupakan RS yang paling baru di kabupaten Temanggung.

Berdasarkan persepsi tersebut, maka dapat ditentukan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung berdasarkan peralatan yang tersedia dibandingkan dengan ketiga rumah sakit pesaingnya. Secara jelas posisi tersebut disajikan dalam gambar hasil analisis MDS seperti pada Gambar 4.9 berikut ini.



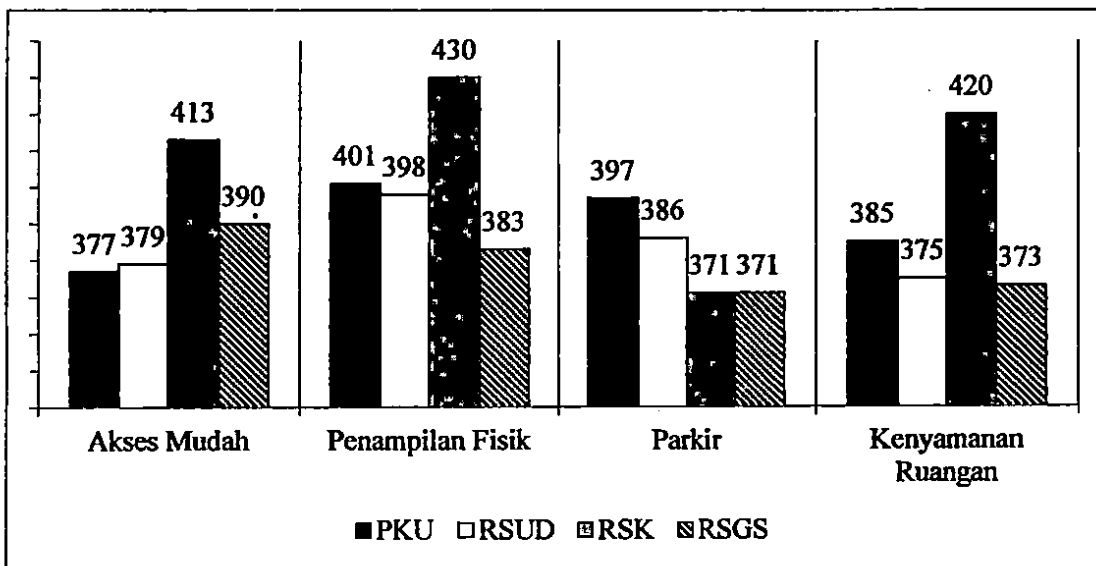
Ket : PKU : RS PKU Muhammadiyah Temanggung; RSK : RSK Ngesti Waluyo; RSD : RSUD Djojonegoro; RSG : RSU Gunung Sawo; AlatLkp : Kelengkapan Alat; AlatCgh : Kecanggihan Alat

Gambar 4.9 Hasil Pemetaan MDS pada Peralatan yang Tersedia

Berdasarkan hasil dari pengolahan data MDS berbasis atribut pada peralatan yang tersedia hasilnya menunjukkan memang RSK Ngesti Waluyo memiliki posisi yang tersendiri dan berjauhan dibandingkan RS yang lain. Sedangkan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung berdekatan atau mirip dengan RSU Gunung Sawo dalam atribut kesiapan alat

#### 4.3.5 PERSEPSI KONSUMEN DAN POSISI RUMAH SAKIT BERDASARKAN SARANA BANGUNAN

Persepsi responden berdasarkan sarana bangunan dari empat rumah sakit yang berada di Temanggung disajikan dalam Gambar 4.10 berikut ini.



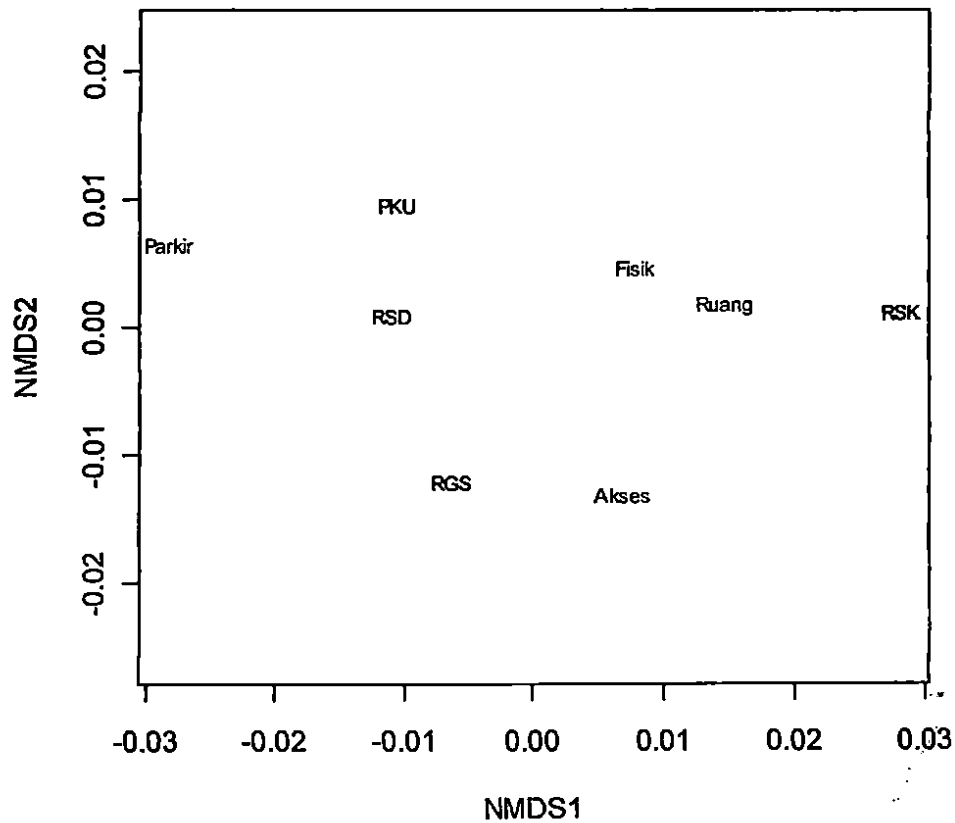
Gambar 4.10 Grafik Persepsi Responden terhadap Atribut Sarana Bangunan

Gambar 4.10 menunjukkan persepsi konsumen terhadap sarana bangunan lebih unggul RSK Ngesti Waluyo disusul kemudian RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Dari keempat atribut yang diteliti, hampir semua atribut unggul di RSK Ngesti Waluyo sebagai RS swasta kecuali atribut fasilitas parkir dimana ternyata persepsi masyarakat lebih mengunggulkan RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RSUD Djojonegoro daripada RSK Ngesti Waluyo.

Berdasarkan persepsi tersebut, maka dapat ditentukan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung Muhammadiyah Temanggung berdasarkan sarana bangunan dibandingkan dengan ketiga rumah sakit pesaingnya. Secara jelas posisi



tersebut disajikan dalam gambar hasil analisis MDS seperti pada Gambar 4.11 berikut ini.



Ket : PKU : RS PKU Muhammadiyah Temanggung; RSK : RSK Ngesti Waluyo; RSD : RSUD Djojonegoro; RSG : RSU Gunung Sawo; Fisik : Tampilan Fisik; Ruang : Kenyamanan Ruang; Akses; Kemudahan Akses; Parkir : Layanan Parkir

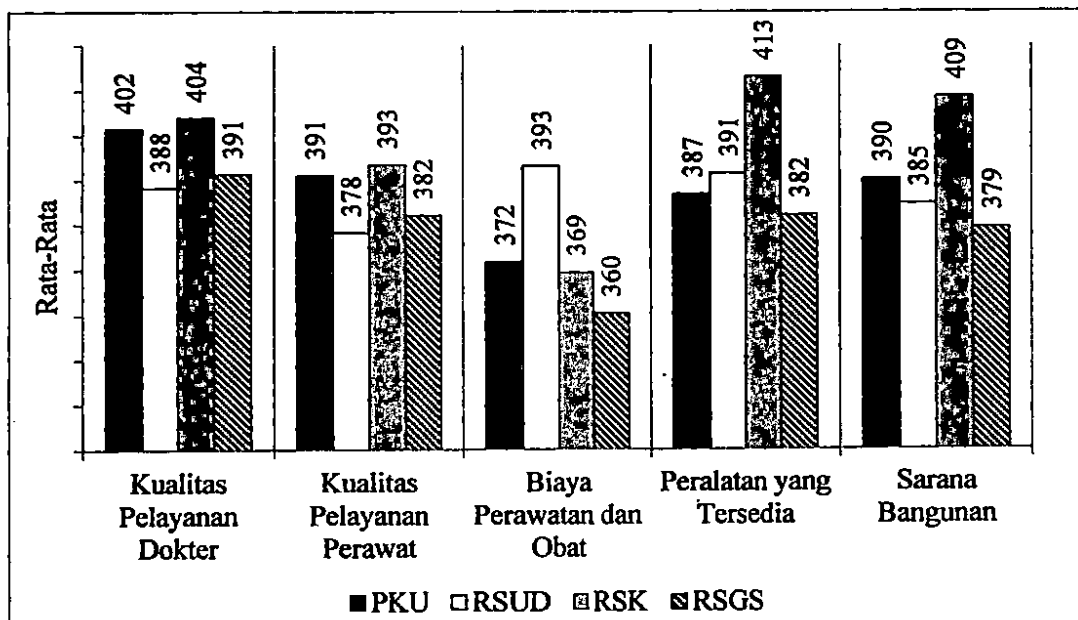
Gambar 4.11 Hasil Pemetaan MDS pada Sarana Bangunan

Gambar 4.11 menggambarkan posisi masing-masing rumah sakit terhadap atribut sarana bangunan menunjukkan posisi RSK Ngesti Waluyo paling berjauhan dari RS yang lain yang berarti posisi RSK Ngesti Waluyo untuk atribut sarana bangunan selain unggul juga berbeda dari RS yang lain. Sedangkan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung berada berdekatan dengan RSUD

Djojonegoro atau berarti ada kemiripan di antara dua RS tersebut terutama dalam atribut fasilitas parkir dan tampilan fisik.

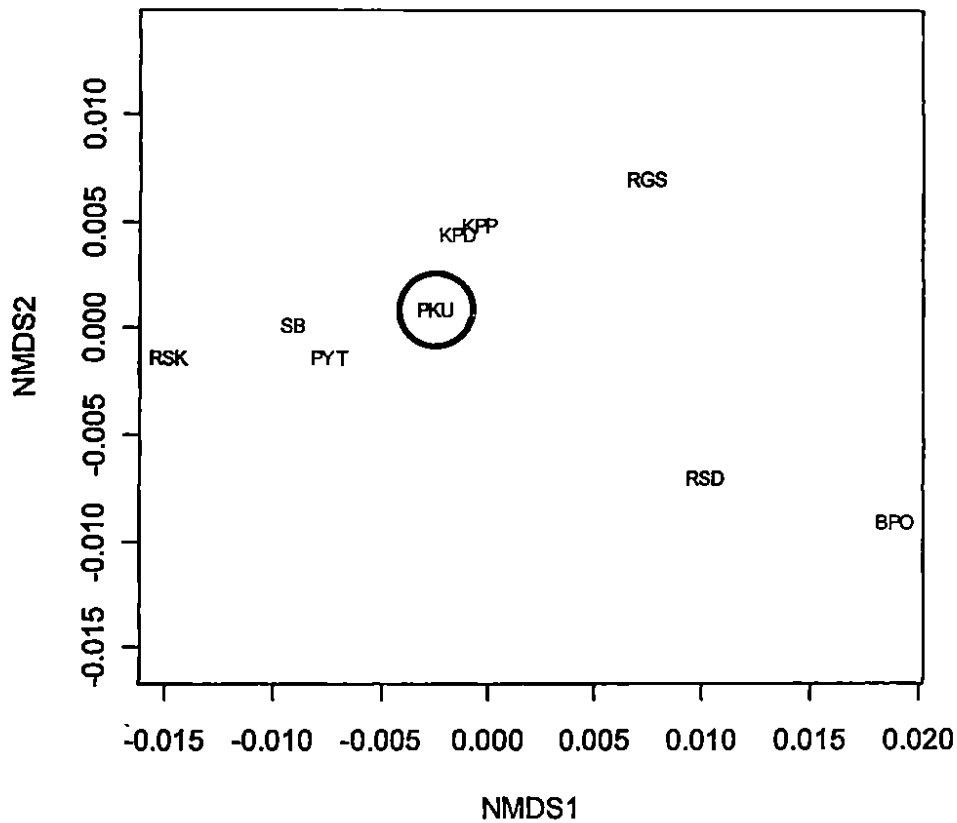
#### 4.3.6 PERSEPSI KONSUMEN DAN POSISI RUMAH SAKIT BERDASARKAN SEMUA ATRIBUT

Hasil persepsi responden berdasarkan semua atribut disajikan dalam Gambar 4.12 berikut ini.



Gambar 4.12 Grafik Persepsi Responden terhadap Semua Atribut

Berdasarkan gambar 4.12 menunjukkan bahwa dominasi terdapat di RSK Ngesti Waluyo pada semua atribut kecuali biaya perawatan yang berada di RSUD Djojonegoro. Berdasarkan persepsi tersebut maka dapat ditentukan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung dibandingkan dengan ketiga rumah sakit pesaingnya. Secara jelas posisi tersebut disajikan dalam gambar hasil analisis MDS seperti pada Gambar 4.13 berikut ini.



Ket : PKU : RS PKU Muhammadiyah Temanggung; RSK : RSK Ngesti Waluyo; RSD : RSUD Djogonegoro; RSG : RSU Gunung Sawo; Fisik : Tampilan Fisik; Ruang : Kenyamanan Ruang; Akses; Kemudahan Akses; Parkir : Layanan Parkir

Gambar 4.13 Hasil Pemetaan MDS pada Semua Atribut

Berdasarkan hasil dari pengolahan data MDS berbasis atribut pada semua atribut, terlihat bahwa masing-masing rumah sakit memiliki posisi cukup berjauhan satu sama lain, artinya masing-masing rumah sakit telah memiliki *positioning* masing-masing dan karakteristik khas. Namun jika dicermati, ternyata RS PKU Muhammadiyah Temanggung berada di posisi tengah-tengah diantara RS yang lain. Di posisi tersebut RS PKU Muhammadiyah Temanggung bersaing di 2 kelompok atribut di 2 RS. RS PKU Muhammadiyah Temanggung bersaing

dengan RSK Ngesti Waluyo dalam atribut sarana bangunan dan peralatan yang tersedia. RS PKU Muhammadiyah Temanggung pun juga bersaing dengan RSU Gunung Sawo dalam atribut kualitas layanan dokter serta kualitas layanan keperawatan. Namun di lain pihak posisi RSUD Djojonegoro tampak mempunyai posisi tersendiri untuk atribut biaya dan merupakan posisi yang kuat karena berjauhan dengan rumah sakit yang lain.

#### **4.4 PEMBAHASAN**

##### **4.4.1 ANALISA KARAKTERISTIK RESPONDEN TERHADAP PERSEPSI RS**

Penelitian ini mengambil subyek warga kecamatan Bulu kabupaten Temanggung dengan pertimbangan penyesuaian jarak agar sama di antara keempat RS. Jarak menuju RS akan mempengaruhi pertimbangan seseorang dalam memilih RS yang dituju sehingga penentuan subyek dari warga kecamatan Bulu diharapkan akan mengecilkkan bias yang terjadi. Walaupun demikian peneliti mengalami kendala dalam hal apakah subyek yang diambil dapat mewakili seluruh populasi kabupaten Temanggung. Pada tabel 4.1 menunjukkan adanya persamaan karakteristik responden dengan profil masyarakat Temanggung yang tertuang dalam BAB I .

Secara umum, karakteristik subyek yang diteliti, seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan, tidak mempengaruhi persepsi seseorang secara langsung. Faktor-faktor tersebut justru akan mempengaruhi keputusan saat terjadi pertimbangan untuk memilih RS. Peran persepsi atau

pencitraan RS dalam benak konsumen bersamaan dengan factor tersebut akan mempengaruhi pertimbangan pemilihan RS. Namun menurut Chaplin (1993) dan Ibrahim (1983), persepsi merupakan penilaian seorang individu terhadap suatu obyek yang dikenalnya yang dia dapatkan dari panca indra. Dalam hal ini persepsi seseorang terhadap sebuah RS dapat muncul atas pengalamannya pribadi atau pengalaman orang lain yang dia dengar ataupun lihat. Sehingga dalam penelitian ini tidak diperlukan subyek yang telah merasakan layanan di keempat RS. Bahkan dari responden yang ada, sebanyak 30% belum pernah dirawat di RS manapun di Temanggung. Mereka adalah responden yang menilai pelayanan RS dari pengalamam orang lain yang sempat mereka dengar ataupun bisa karena merasakan secara langsung ketika menjenguk seseorang di RS.

Faktor usia dan pendidikan sebenarnya juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Dimana penilaian mereka dari apa yang mereka rasakan ataupun dengar baik secara langsung maupun orang lain, akan menentukan penilai mereka terhadap layanan RS. Tingkat kecerdasan seseorang juga akan mempengaruhi penilaian terhadap sebuah obyek.

Faktor pendapatan dan pekerjaan walaupun tidak mempengaruhi persepsi, namun akan mempengaruhi dalam hal pertimbangan seseorang dalam memilih RS. Responden dengan pendapatan yang rendah, cenderung akan memilih RS yang menurut persepsi mereka adalah RS yang murah walaupun dengan pelayanan yang kurang. Atau mereka dapat memilih RS yang menyediakan layanan jaminan kesehatan bagi masyarakat kurang mampu bagi mereka. Sebaliknya responden yang mempunyai kelebihan di bidang finansial cenderung

tidak memilih RS yang menurut persepsinya adalah RS yang murah dengan layanan yang minimal. Begitu pula halnya dengan pekerjaan. Responden dengan pekerjaan tertentu akan memilih RS yang sesuai disesuaikan dengan persepsi mereka.

#### **4.4.2 POSITIONING ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN**

##### **DOKTER**

Dari data posisi RS pada atribut kualitas pelayanan dokter dapat disimpulkan bahwa secara total keseluruhan, RS PKU Muhammadiyah Temanggung kurang unggul daripada RSK Ngesti Waluyo, namun masih ada atribut penampilan dokter di RS PKU Muhammadiyah Temanggung yang unggul. Kesimpulan kedua yaitu RS PKU Muhammadiyah Temanggung mempunyai kemiripan dengan RSK Ngesti Waluyo di atribut penampilan walaupun RS PKU lebih unggul. Analisa penyebab keunggulan serta kemiripan dalam atribut ini disebabkan karena RSK Ngesti Waluyo dan RS PKU Muhammadiyah Temanggung merupakan dua RS Swasta besar di Temanggung yang lebih memperhatikan kualitas layanan dokter daripada RS yang lain. Hasil pengamatan yang dilakukan peneliti yang dituangkan dalam tabel 1.2 menunjukkan layanan dokter umum, dokter gigi, dan dokter spesialis dari keempat RS di Temanggung. Walaupun ternyata dari keempat RS tersebut telah memiliki 4 layanan spesialis dasar (anak, bedah, kandungan, dan dalam), namun persepsi konsumen tetap memilih layanan dokter RSK Ngesti Waluyo dan RS PKU Muhammadiyah Temanggung lebih unggul. Wisniewski (2001) menjelaskan kualitas sebuah

persepsi konsumen terhadap atribut ketrampilan, ketelitian, serta kejelasan informasi dapat meningkat. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Yaitu dengan mengadakan pelatihan dan seminar bagi dokter diharapkan mampu meningkatkan ketrampilan dokter. Kegiatan yang lain perlu dilakukan seperti peningkatan mutu SDM, motivasi, supervisi sehingga diharapkan ada peningkatan aspek ketelitian dan kemampuan komunikasi dari dokter.

#### **4.4.3 POSITIONING ATRIBUT PELAYANAN KEPERAWATAN**

Pola yang hampir serupa juga nampak pada atribut pelayanan keperawatan. Dari gambar 4.4 (Grafik Persepsi Responden terhadap Atribut Kualitas Perawat) dan 4.12 menyimpulkan bahwa persepsi konsumen pada layanan keperawatan di dua RS Swasta di Temanggung, RS PKU dan RSK Ngesti Waluyo, lebih baik daripada RS yang lain. Kesimpulan kedua adalah walaupun konsumen menganggap ketrampilan, kesabaran, dan kejelasan perawat dalam memberikan informasi lebih baik daripada RS PKU Muhammadiyah, konsumen juga menganggap bahwa penampilan perawat RS PKU serta ketelitian mereka lebih baik.

Analisa fakta keadaan ini dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah. Jumlah SDM tenaga keperawatan lebih baik di RSUD Djojonegoro karena jumlah tenaga keperawatan yang lulusan sarjana keperawatan paling banyak di antara ketiga RS yang lain. Angka ini secara tidak langsung menggambarkan bahwa seharusnya layanan keperawatan lebih baik di RSUD. Namun konsumen ternyata berpikiran

lain dengan menganggap kualitas layanan perawat di RSUD Djojonegoro kurang memuaskan.

Tabel 4.4 Jumlah Tenaga Keperawatan Tetap di Masing – Masing Rumah Sakit di Temanggung Pada Tahun 2009

Jumlah Tenaga Keperawatan	PKU	RSUD	RSK	RSGS
<b>Sarjana Keperawatan</b>	3	15	1	0
<b>D-III Perawat</b>	95	84	64	24
<b>Lulusan SPK</b>	3	22	70	0
<b>Jumlah</b>	101	121	135	24

(Pemerintah Kabupaten Temanggung, 2008)

Hal ini secara tidak langsung juga menunjukkan aspek mutu layanan keperawatan memang diperlukan. Persepsi konsumen tidak memandang jumlah tenaga keperawatan yang ada, namun konsumen menilai pentingnya mutu layanan keperawatan dari aspek *reliability*, ketanggapan, jaminan, empati, serta *tangible*.

Proses penawaran posisi yang bisa dilakukan oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung untuk atribut kualitas layanan keperawatan yaitu berusaha mengejar posisi RSK Ngesti Waluyo. Strategi selanjutnya yang perlu diterapkan adalah peningkatan kualitas layanan keperawatan. Seperti halnya pada atribut layanan dokter, perlu adanya peningkatan SDM seperti rekrutmen SDM keperawatan dengan kompetensi sarjana keperawatan atau dengan peningkatan ketrampilan dan kemampuan komunikasi perawat sehingga dapat dicapai layanan yang bermutu dari beberapa aspek, antara lain unsur *tangible*, empati, *responsivnesss*, dan lain-lain. Apabila mutu layanan perawat RS PKU Muhammadiyah Temanggung dapat memuaskan konsumennya, RS PKU akan mendapat strategi promosi *getok tular* sebelum melakukan langkah promosi.



#### 4.4.4 POSITIONING ATRIBUT BIAYA

Analisa atribut biaya perawatan dan pengobatan bisa melihat dari gambar 4.6 dan gambar 4.12. Hasil persepsi keunggulan untuk atribut biaya ini ada perbedaan dari atribut yang lain, dimana persepsi konsumen cenderung menganggap untuk masalah biaya yang paling unggul adalah RSUD Djojonegoro. Konsumen kemudian menilai RS PKU Muhammadiyah Temanggung sebagai urutan kedua dalam atribut biaya secara keseluruhan ini.

Namun jika diperhatikan keunggulan RSUD Djojonegoro ternyata terletak pada atribut biaya yang terjangkau serta adanya jaminan kesehatan.

Keterjangkauan biaya yang dimaksud di sini adalah harga yang paling kecil atau paling murah yang konsumen keluarkan untuk mendapatkan layanan RS. Sedangkan adanya jaminan kesehatan disini yang dimaksud adalah jumlah program-program pemerintahan atau dari perusahaan swasta yang bekerja sama dengan RS dalam memberikan semacam asuransi kesehatan atau jaminan kesehatan bagi masyarakat, contohnya adalah JAMKESMAS, JAMKESDA, ASKES, JAMSOSTEK, dan lain-lain. RSUD Djojonegoro unggul dalam kedua atribut disini yang kemudian disusul oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Sedangkan untuk atribut kesesuaian biaya, persepsi konsumen lebih mengunggulkan RSK Ngesti Waluyo.

Kesesuaian biaya disini berarti adanya kepuasan dari konsumen yang menilai apa yang mereka dapatkan dari layanan RS seimbang dengan apa yang mereka keluarkan. Dalam hal ini walaupun keterjangkauan biaya RSK Ngesti Waluyo lebih dirasa berat oleh konsumen namun uang yang mereka keluarkan

masyarakat bahwa RS PKU Muhammadiyah Temanggung adalah RS yang murah setelah RSUD Djojonegoro.

Strategi penetapan harga atau *pricing* menurut Kismono (2001) merupakan salah satu dari 4 inti kegiatan dalam pemasaran. Definisi harga dari beberapa ahli mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk ataupun jasa (Buchari, 2000). Penetapan sebuah harga untuk sebuah RS menjadi tantangan bagi semua RS baik RS negeri maupun RS swasta. Metode penetapan harga oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung pun juga akan mengalami banyak kesulitan. Besarnya *unit cost* akan menentukan tarif yang akan diberlakukan. Tarif-tarif yang dikeluarkan pesaing juga turut andil dalam penetapan tarif RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Berbagai isu ekonomi dan politik serta kebijakan-kebijakan pemilik modal dan pemerintah juga mempengaruhi penetapan tarif RS PKU Muhammadiyah Temanggung (Dharmesta & Irawan, 2005).

Strategi *Positioning* untuk atribut harga yang murah akan menjadi sulit bagi RS PKU Muhammadiyah Temanggung karena harus bersaing dengan RSUD Djojonegoro walaupun jarak kemiripannya lebih dekat daripada RS yang lain. Penciptaan persepsi agar supaya konsumen berpikir bahwa RS PKU Muhammadiyah Temanggung adalah RS yang murah akan lebih baik jika melakukan *positioning* dengan RS selain RSUD Djojonegoro. Penetapan harga bisa dilakukan dengan menggunakan metode penetapan harga yang berdasarkan pesaing. Bisa dengan harga yang dibawah maupun diatas harga yang ditetapkan oleh RS pesaing.

Sistem jaminan kesehatan bukan merupakan hal yang baru di Indonesia. Bahkan isu tentang jaminan kesehatan ini sedang hangat dibicarakan di kalangan kesehatan Indonesia. Adanya Sistem Jaminan Kesehatan Nasional adalah bagian dari Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) yang merupakan bentuk tanggung jawab pemerintah dalam pemeliharaan kesehatan nasional. Sebagai RS swasta, RS PKU Muhammadiyah Temanggung tidak bisa mengalihkan perhatian terhadap masalah ini. Kecenderungan di masa yang akan datang bahwa masyarakat akan cenderung untuk memakai fasilitas Jaminan Kesehatan ini mendorong RS PKU Muhammadiyah Temanggung serta RS yang lain untuk melakukan kerja sama dengan pihak-pihak pemberi Jaminan Kesehatan maupun pemerintah.

Strategi *positioning* RS PKU Muhammadiyah Temanggung dalam atribut adanya jaminan kesehatan pun juga akan mengalami kesulitan dalam menggeser posisi RSUD Djojonegoro. Dan sepertinya pemberian jaminan kesehatan terhadap konsumen bukan lagi merupakan hal yang dipertimbangkan namun hal yang harus dapat dicapai di masa yang akan datang. Maka dari itu direksi RS PKU Muhammadiyah Temanggung harus mulai memperkuat kerja sama serta memperluas jaring kerja sama dengan pihak-pihak pemberi jaminan kesehatan.

Atribut kesesuaian biaya yang unggul oleh RSK Ngesti Waluyo secara tidak langsung menunjukkan bahwa RSK Ngesti Waluyo telah melakukan strategi penetapan harga yang di atas pesaing namun diimbangi dengan peningkatan mutu layanan. Hal ini dibuktikan dari pembahasan atribut layanan dokter serta keperawatan dimana persepsi masyarakat menilai mutu layanan RSK Ngesti Waluyo lebih unggul.

Strategi *positioning* RS PKU Muhammadiyah Temanggung perlu dilakukan untuk menggeser posisi RSK Ngesti Waluyo dalam hal mutu pelayanan keperawatan sehingga diharapkan persepsi terhadap atribut kesesuai biaya dapat meningkat. Langkah ini dirasakan lebih baik daripada mengejar posisi RSUD dalam biaya layanan yang murah.

#### **4.4.5 POSITIONING ATRIBUT PERALATAN YANG TERSEDIA**

Persepsi konsumen terhadap atribut peralatan yang tersedia lebih unggul RSK Ngesti Waluyo dan RSUD Djojonegoro daripada RS PKU Muhammadiyah Temanggung (gambar 4.12). Bahkan persepsi konsumen terhadap kelengkapan fasilitas layanan RS pun juga lebih mengunggulkan kedua RS tersebut daripada RS PKU Muhammadiyah Temanggung (gambar 4.9). Persepsi konsumen ini didukung oleh data ketersediaan alat penunjang medis RS di kabupaten Temanggung yang tertuang dalam tabel 4.6 dibawah. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa RSK Ngesti Waluyo mempunyai peralatan penunjang medis yang lebih lengkap daripada RS yang lain. Selain itu kecanggihan peralatan medis serta kesiapan alat tersebut untuk dipakai paling dominan di RSK Ngesti Waluyo.

Posisi RS dalam atribut peralatan yang tersedia yang ditunjukkan dalam bidang MDS (gambar 4.9) posisi RSK paling berjauhan atau paling berbeda diantara RS yang lain karena memang RSK Ngesti Waluyo memiliki peralatan yang lebih lengkap. Disini juga menunjukkan ternyata ada kemiripan persepsi ketersediaan peralatan medis antara RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RSU Gunung Sawo.

Tabel 4.5. Ketersediaan Alat Penunjang Medis RS di Temanggung

<b>Pelayanan Penunjang</b>	<b>PKU</b>	<b>RSD</b>	<b>RSK</b>	<b>RGS</b>
USG (Ultra Sono Grafi)	v	V	v	v
Echo Cardiografi			v	
Electro Encephalografi (EEG)			v	
Fisioterapi	v	v	v	v
Rontgent	v	v	v	v

Sumber : Dinkes Temanggung, 2009, Profil Kesehatan Temanggung tahun 2009

Masyarakat tidak jarang memilih RS untuk mendapatkan layanan RS yang dilakukan dengan bantuan peralatan medis. Ketersediaan peralatan medis penunjang dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih RS. Strategi positioning untuk atribut peralatan yang tersedia dapat dilakukan oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung dengan cara mencari sebuah differensiasi peralatan medis yang berbeda dari RS yang lain sehingga akan tercipta posisi yang baru untuk atribut peralatan medis ini.

Strategi positioning yang bisa dilakukan oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung adalah dengan membuat posisi yang baru dalam hal peralatan penunjang medis. Hal ini bisa dilakukan dengan pengadaan sebuah alat penunjang medis yang berbeda dari RS yang lain. Hal ini merupakan langkah differensiasi produk layanan di RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Namun perlu diingat bahwa pengadaan peralatan medis juga harus disesuaikan dengan kebutuhan pasien sehingga diharapkan tidak akan terjadi alat yang tidak terpakai. Disamping itu peran pihak pemberi modal juga turut andil dalam pengadaan peralatan medis

yang baru. Pihak direksi RS PKU Muhammadiyah Temanggung harus mampu melakukan negosiasi terhadap organisasi Muhammadiyah selaku pemberi modal apabila akan melakukan pengadaan peralatan penunjang medis.

#### **4.4.6 POSITIONING ATRIBUT SARANA BANGUNAN**

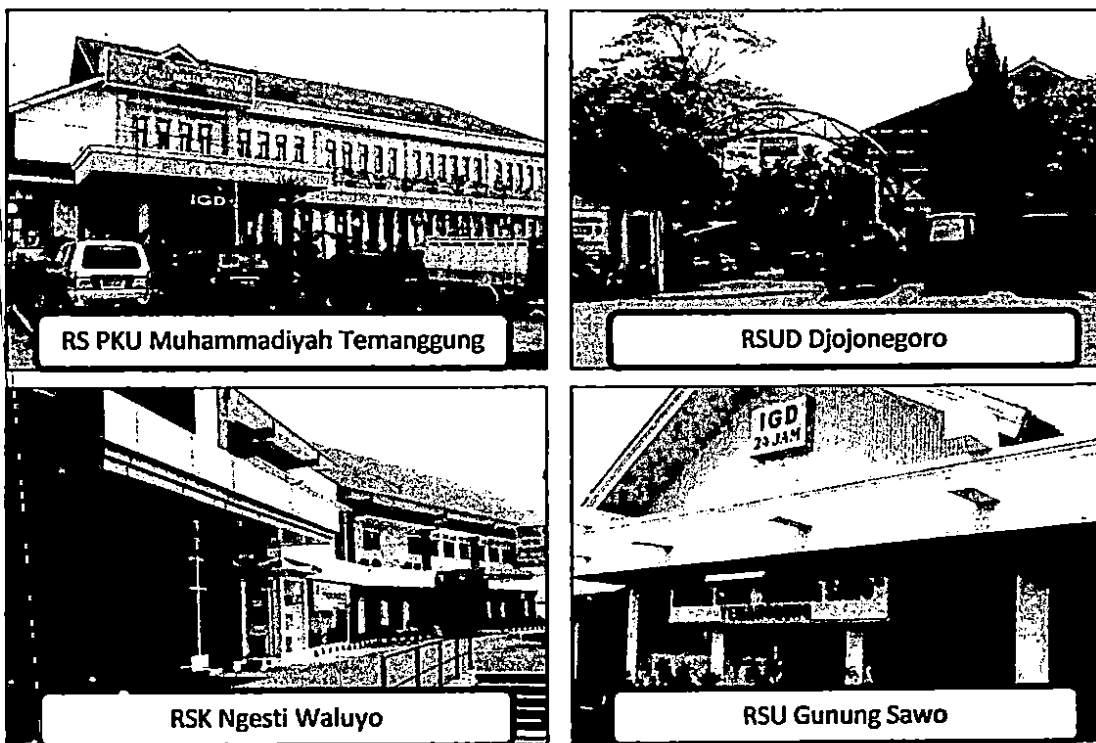
Penelitian ini membagi atribut sarana bangunan menjadi beberapa sub-atribut, yaitu kemudahan akses, penampilan fisik, fasilitas parkir, serta kenyamanan ruang. Kemudahan akses konsumen untuk menuju ke RS yang diinginkan menjadi bahan pertimbangan. Sebagai contoh apabila terjadi kecelakaan lalu lintas, RS dengan kemudahan akses secara letak akan menjadi bahan pertimbangan pemilihan konsumen disamping kedekatan jarak. Hal yang sama juga terjadi pada atribut layanan parkir. Penampilan fisik secara tidak langsung akan menimbulkan persepsi RS yang modern atau RS dengan layanan yang bermutu. Atribut kenyamanan ruang juga menjadi bahan pertimbangan karena RS yang nyaman akan cepat meningkatkan kesembuhan pasien serta meningkatkan kepuasan pelanggan baik pasien maupun keluarganya.

Gambar 4.10 dan 4.12 menunjukkan persepsi konsumen terhadap sarana bangunan lebih unggul RSK Ngesti Waluyo disusul kemudian RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Dari keempat atribut yang diteliti, hampir semua atribut unggul di RSK Ngesti Waluyo sebagai RS swasta kecuali atribut fasilitas parkir dimana ternyata persepsi masyarakat lebih mengunggulkan RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RSUD Djojonegoro daripada RSK Ngesti Waluyo.

Sedangkan gambar 4.11 yang menggambarkan posisi masing-masing rumah sakit terhadap atribut sarana bangunan menunjukkan posisi RSK Ngesti Waluyo paling berjauhan dari RS yang lain yang berarti posisi RSK Ngesti Waluyo untuk atribut sarana bangunan berbeda dari RS yang lain. Sedangkan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung berada berdekatan dengan RSUD Djojonegoro atau berarti ada kemiripan diantara 2 RS tersebut terutama dalam atribut fasilitas parkir dan tampilan fisik.

Kemudahan akses sebuah RS berarti kemudahan konsumen untuk menuju ke lokasi RS tersebut. Kemudahan akses seharusnya dipengaruhi oleh lokasi RS serta jarak. Dari keempat RS di Temanggung, hanya RSUD Djojonegoro yang lokasinya tidak berada di pinggir jalan utama besar di kabupaten Temanggung. Sedangkan faktor jarak sendiri RSU Gunung Sawo adalah RS yang paling dekat. Namun persepsi responden menunjukkan bahwa kemudahan akses yang paling unggul adalah RSK Ngesti Waluyo. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih beranggapan bahwa untuk menuju ke RSK Ngesti Waluyo adalah lebih mudah bahkan lebih mudah daripada RSU Gunung Sawo yang jaraknya lebih dekat. Posisi kedua ditempati oleh RSU Gunung Sawo dimana memang jarak RS tersebut paling dekat diantara yang lain. Sedangkan untuk RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RSUD Djojonegoro, keduanya memiliki jarak yang lebih jauh daripada RSU Gunung Sawo. Strategi *positioning* RS PKU Muhammadiyah Temanggung sulit untuk menggeser posisi RSK Ngesti Waluyo dan RSU Gunung Sawo karena lokasi RS tidak bisa dirubah.

Atribut tampilan fisik menunjukkan keunggulan di RSK Ngesti Waluyo. Persepsi responden mengatakan bahwa dari keempat RS di Temanggung, tampilan fisik RSK Ngesti Waluyo adalah yang paling baik seperti pada gambar 4.14 di bawah. Tampilan fisik secara tidak langsung berpengaruh terhadap citra RS yang bermutu disamping tampilan fisik juga akan mempengaruhi kesembuhan pasien. Posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung untuk atribut ini berjarak sama dengan RSUD Djojonegoro. Strategi yang dapat dilakukan oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung adalah memperbaiki tampilan RS baik dari tata letak, infrastruktur, serta keindahan RS agar lebih baik dilihat.



Gambar 4.14 Gambar penampakan depan RS di Temanggung

Atribut fasilitas parkir justru paling unggul adalah RS PKU Muhammadiyah Temanggung walaupun posisinya ada kemiripan yang sama



dengan RSUD Djojonegoro. Dari pengamatan peneliti, RS PKU Muhammadiyah Temanggung memang mempunyai keunggulan dalam fasilitas parkir baik dalam hal luas lahan yang disediakan, layanan, maupun keamanan.

RSK Ngesti Waluyo mempunyai keunggulan lebih lagi dalam atribut kenyamanan ruang, bahkan posisinya paling berbeda diantara RS yang lain. Kenyamanan ruang RSK Ngesti Waluyo baik dari rawat jalan, rawat inap, bahkan sampai ruang tunggu membuat persepsi responden menilai kenyamanan ruang RSK Ngesti Waluyo lebih unggul daripada RS yang lain. RS PKU Muhammadiyah Temanggung perlu melakukan perbaikan ruangan agar kenyamanan ruang lebih meningkat karena kenyamanan ruangan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan baik dari pasien maupun keluarga pasien.

#### **4.4.7 STRATEGI PEMASARAN POSITIONING RS PKU**

##### **MUHAMMADIYAH TEMANGGUNG**

Pembahasan di atas adalah analisa terhadap posisi-posisi RS di kabupaten Temanggung khususnya RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Dari analisa-analisa tersebut di atas dapat dilihat beberapa strategi yang didasarkan pada posisi tersebut. Langkah penentuan posisi diharapkan dapat menciptakan sebuah citra posisi di dalam benak konsumen. Namun sebelum melakukan langkah strategi pemasaran *positioning*, RS PKU Muhammadiyah Temanggung harus melakukan kegiatan STP (*Segmenting-Targeting-Positioning*) terlebih dahulu. *Segmenting* adalah membagi pasar dalam beberapa kelompok, *targeting* merupakan pemilihan

target pasar yang hendak dituju, sedangkan *positioning* bermaksud menawar persepsi konsumen terhadap produk layanannya.

Segmentasi pasar terdiri dari sekelompok konsumen yang memiliki kebutuhan yang sama. Strategi pemasaran tidak berusaha menciptakan segmen, tetapi tugas pemasaran disini adalah mengidentifikasi segmen yang ada dan menetapkan target mana yang akan dituju. Rumah sakit akan lebih mudah memilih jalur distribusi dan komunikasi yang terbaik, dan hal tersebut akan mengetahui para kompetitornya secara jelas yang memiliki target segmen yang sama. Identifikasi penduduk dapat dilakukan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan seperti yang tertuang dalam tabel 4.7 dibawah (Kotler, 2003).

Tabel 4.7. Variabel-Variabel yang Dapat Digunakan Sebagai Dasar Segmentasi

Variabel	Keterangan
Geografi	Suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi-bagi pasar dalam beberapa unit geografis yang berbeda-beda seperti daerah, populasi, kepadatan dan iklim
Demografi	Suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi-bagi pasar dalam beberapa grup dengan basis -basis variabel seperti usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial.
Psikografis	Suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi konsumen atas beberapa grup yang berbeda-beda dengan basis variabel gaya hidup dan kepribadian
Perilaku:	Suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi konsumen atas grup-grup yang berbeda dengan basis variabel seperti status pengguna, kesetiaan merek, tingkat penggunaan, manfaat yang dicari, kesempatan penggunaan, kesiapan membeli dan sikap terhadap produk.

(Kotler, Marketing Management, 2003)

Segmentasi pasar konsumen layanan RS di kabupaten Temanggung, dalam hal ini adalah warga masyarakat kabupaten Temanggung itu sendiri, dapat dilakukan berdasarkan variable diatas serta dengan melihat data yang telah ada seperti profil penduduk kabupaten Temanggung atau dengan melakukan survei langsung.

Pemilihan target segmen pasar yang akan dipilih oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung hendaknya mempertimbangkan beberapa hal. Faktor pertama adalah strategi yang dilakukan pesaing. Menurut Bardley (Setiadi, 2003) untuk memilih strategi mana yang akan diterapkan oleh RS PKU Muhammadiyah Temanggung, maka perlu memperhatikan juga strategi yang diterapkan oleh pesaing dan strategi bersaing yang dipilih RS. Pilihan strateginya bisa berhadapan langsung atau menghindar. Kalau berhadapan langsung, maka organisasi akan memilih segmen yang dimasuki oleh pesaing. Sedangkan kalau menganut strategi menghindar, maka organisasi memasuki segmen yang belum dimasuki oleh pesaing. Faktor kedua adalah ketersediaan sumber daya yang ada baik finansial, SDM, maupun sumber daya yang lain. Langkah *positioning* RS PKU Muhammadiyah Temanggung baru dapat dilakukan setelah target segmen telah dipilih. Beberapa alternatif strategi *positioning* dapat dilakukan oleh pihak RS PKU Muhammadiyah Temanggung berdasarkan target pasar serta strategi bersaing yang akan dipilih. Strategi pembentukan posisi dapat dilakukan dengan menggeser posisi citra atribut RS lain yang posisinya bisa dicapai ataupun menciptakan sebuah posisi baru disamping mempertahankan posisi citra atribut RS PKU Muhammadiyah Temanggung yang sudah kuat.

Dengan melihat gambar 4.12 dan gambar 4.13 posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung tidak ada yang paling unggul. Untuk atribut kualitas layanan dokter, perawat, biaya, dan sarana bangunan, keunggulan RS PKU Muhammadiyah Temanggung terletak pada posisi kedua. Sedangkan persepsi responden menunjukkan posisi yang khas dari masing-masing RS berdasarkan atribut-atribut yang peneliti ambil. Posisi strategi justru terdapat di RS PKU Muhammadiyah Temanggung dimana ternyata posisinya terletak di tengah-tengah kemiripan RS satu dengan yang lain (gambar 4.13). Kemiripan RS PKU Muhammadiyah Temanggung adalah seimbang diantara RS yang lain. Untuk atribut pelayanan dokter dan keperawatan, RS pesaing yang perlu diperhatikan adalah RSUD Gunung Sawo. Sedangkan menurut Yazid (1997) peningkatan layanan jasa merupakan hal yang penting untuk dilakukan terutama bagi layanan jasa RS. Meskipun posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung berada di urutan kedua untuk atribut kualitas layanan dokter serta perawat, namun kedua atribut ini nantinya pasti akan mengalami persaingan yang berat dari RS yang lain karena kepuasan konsumen-konsumen RS lain pun akan dipengaruhi oleh kepuasan mereka terhadap layanan utama RS (layanan medis dan non-medis). Pihak RS PKU Muhammadiyah Temanggung harus memperhatikan aspek layanan dokter dan keperawatannya agar posisinya bisa menguat.

Di lain pihak justru untuk atribut bangunan dan perlengkapan, ada kemiripan antara RS PKU Muhammadiyah Temanggung dan RSK Ngesti Waluyo. RSK Ngesti Waluyo merupakan pesaing yang berat karena dari kedua RS tersebut, persepsi masyarakat cenderung menganggap RS tersebut masih

unggul daripada RS PKU Muhammadiyah Temanggung. Strategi *positioning* RS PKU Muhammadiyah Temanggung dapat dilakukan dengan beberapa alternatif yaitu menggeser posisi RSK Ngesti Waluyo dengan mengikuti keunggulan mereka dalam atribut bangunan dan kelengkapan peralatan. Atau juga dengan menciptakan posisi baru dengan membuat bangunan dan perlengkapan yang berbeda dari RS yang lain.

Sedangkan untuk atribut biaya, RSUD Djojonegoro merupakan pesaing tunggal untuk atribut biaya harga. Langkah untuk menggeser posisi RSUD Djojonegoro dalam atribut biaya lebih sulit daripada atribut yang lain. Apabila target pasar yang hendak dicapai RS PKU Muhammadiyah Temanggung merupakan penduduk ekonomi kebawah, maka strategi pemasaran *positioning* harus melakukan persaingan harga yang minimal atau dengan alternatif lain yaitu meningkatkan jangkauan dan eratnya kerjasama dengan pihak pemberi layanan jaminan kesehatan masyarakat.

Begitu langkah penetapan posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung sudah dilakukan, tugas seorang manajer pemasaran untuk menguatkan posisi tersebut dalam benak konsumen. Buchari (2000) mengatakan bahwa "citra dibentuk berdasarkan impresi, berdasar pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu sebagai pertimbangan untuk mengambil seseorang. Citra dapat dibentuk dengan pengalaman pribadi yang dirasakan konsumen terhadap layanan RS serta melalui penyampaian pesan yang dapat berasal dari pihak RS sendiri ataupun orang lain. Maka dari itu konsekuensi aplikasi setelah posisi RS PKU Muhammadiyah Temanggung telah ditetapkan, tugas berikutnya adalah

mewujudkan posisi dari aspek internal seperti peningkatan layanan serta aspek eksternal berupa penyampaian informasi kepada konsumen. Kemampuan manajerial internal dalam membentuk citra RS dari aspek internal memerlukan kerjasama yang baik antara semua pihak di dalam RS. Sedangkan untuk aspek eksternal peran humas sangat penting dalam pembentukan citra. Promosi RS dapat dilakukan untuk penyampaian informasi RS yang baik dan benar kepada konsumen. Informasi yang diberikan Informasi yang salah dapat memberikan citra yang buruk bagi RS. Kegiatan promosi dapat dilakukan RS PKU Muhammadiyah Temanggung seperti kegiatan amal ataupun kegiatan masyarakat lainnya.