
ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI DALAM PELAYANAN *BEAUTY SPA & SPA BABY* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI RSIA ERIA BUNDA PEKANBARU

Yely Piesy¹ dan Hetty Ismainar²

Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat STIKes Hang Tuah Pekanbaru

ABSTRAK

Pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* merupakan pelayanan yang di gunakan RSIA Eria Bunda pekanbaru untuk menyikapi persaingan antar rumah sakit. Berdasarkan observasi awal penelitian, memiliki pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* yang belum banyak dimiliki oleh rumah sakit lain sehingga dapat menjadikan itu sebuah strategi diferensiasi bagi keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk diketahuinya analisis strategi diferensiasi produk, pelayanan, personal, saluran dan citra dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* terhadap keunggulan bersaing di rumah sakit. Metode penelitian deskriptif kualitatif yang dilaksanakan di RSIA Eria Bunda pekanbaru pada bulan April 2015. Subjek dalam penelitian adalah Direktur, Staff Marketing, Kepala Bagian Keuangan, Kepala Ruangan dan pelaksana Pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby*, dan Pasien / Pengunjung. Pengumpulan data dilakukan secara wawancara mendalam dengan para informan dan dengan melakukan observasi. Hasil penelitian diferensiasi produk antara lain produk *Day Spa untuk* umum dan produk andalan yaitu layanan Spa untuk Ibu pasca persalinan dan bayi. Diferensiasi pelayanan antara lain Melakukan perawatan Spa langsung ke ruangan pasien tanpa harus menurunkan pasien ke ruangan Spa. Diferensiasi personal antara lain memiliki ahli *Fisioteraphy*, dan terampil dibidang kecantikan. Diferensiasi saluran untuk saat ini cukup melayani pasien/pengunjung di rumah sakit. Diferensiasi citra antara lain produk layanan yang dapat dinikmati setiap pasien/pengunjung di RSIA Eria Bunda, dan harga paket *baby Spa* terjangkau. Kesimpulan penelitian ini adalah strategi diferensiasi dalam pelayanan *BeautySpa & Spa baby* cukup baik. Disarankan juga untuk dapat meningkatkan produk pelayanan yang berbeda dengan pesaing, merancang saluran distribusi serta meningkatkan promosi agar pasien/pengunjung lebih mengetahui keunggulan dari pelayanan tersebut.

Kata Kunci : Strategi diferensiasi, diferensiasi citra, pelayanan, personal, produk, saluran.

ABSTRACT

Beauty Spa & Spa baby is a service which is taken into account by RSIA Eria Bunda Pekanbaru to cope with the competition among the hospitals. Based on preliminary observations research, mother and child hospital Pekanbaru having services Beauty Spa & Spa baby Who have not owned by another hospital so that it can be renders it a strategy differentiation compete for excellence. This research aims to know the analysis of the strategy of product differentiation, service, personnel, channel and image in the service Beauty Spa & Spa baby Against excellence compete in mother and child hospital pekanbaru Years 2015. A method of research with the design descriptive qualitative research carried out mother and child hospital Pekanbaru april 2015. A subject in research is the director, marketing staff, the

head of finance, the head of the room and executive services Beauty Spa & Spa Baby, and patients and visitors. Data collection was done in the in-depth interviews with the informants and by doing observation. The results of research product differentiation among other Day spa product to the public and mainstay product namely spa services for mother in the aftermath of childbirth and babies. Differentiation of services among others Spa treatments do directly into the room without lowering the patient to patient spa room. Differentiation of personnel among others Expert fisioteraphy, and skilled in the fields of beauty. Differentiation channel for currently serving patients/visitors in hospital. Differentiation image among others The product services can be enjoyed every patients and visitors in rsia eria mother , and the price package baby spa affordable. The conclusion of this study is differentiation strategy service Beauty Spa & Spa baby in mother and child hospital Pekanbaru yaers 2015 has been good enough. Then suggested to the hospital to improve the product of different services with competitors, designing distribution channels and improve promotion to patients and visitors of more aware of the excellence of these services.

Keywords : Differentiation strategy, differentiation image, services, personnel, product, channel.

PENDAHULUAN

Menurut David (2010) strategi diferensiasi/perbedaan (*differentiation*) adalah sebuah strategi yang bertujuan menghasilkan produk atau jasa yang dianggap unik di industri dan diarahkan kepada konsumen yang relatif peka terhadap harga. Menurut Suyanto (2007) strategi diferensiasi merupakan strategi yang merancang seperangkat perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan (RS) dari penawaran pesaing. Pelayanan Rumah Sakit saat ini mengalami persaingan yang ketat karena semakin pandainya masyarakat dalam memilih layanan kesehatan yang berkualitas. Dalam situasi persaingan tersebut rumah sakit diuntut menjadi kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk yang dianggap langkah serta pelayanan yang unggul untuk menyikapi persaingan antar rumah sakit. Layanan Spa merupakan salah satu layanan yang digunakan rumah sakit untuk menyikapi persaingan antar rumah sakit.

Spa merupakan perawatan kecantikan yang tidak hanya menyegarkan dan menenangkan tubuh serta pikiran. Tapi juga memiliki beberapa keuntungan bagi

kesehatan secara keseluruhan. Inti dari perawatan Spa adalah mendapatkan ketenangan bagi pikiran, tubuh dan jiwa secara maksimal (Hestianingsih, 2012).

Menurut Ismael (1994) dalam Widodo dan Aprina (2013) meningkatnya kesadaran untuk hidup sehat saat ini, masyarakat makin peduli akan pentingnya juga perawatan tubuh secara menyeluruh, tidak terkecuali pada bayi.

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan, RSIA Eria Bunda di lihat dari analisis diferensiasi/pembedaan yaitu memiliki fasilitas unggulan dengan menawarkan pelayanan Spa dengan nama produk yang ditawarkan yaitu pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby*, sehingga dapat menjadikan itu sebuah strategi diferensiasi bagi keunggulan bersaing RSIA Eria Bunda tersebut.

Selanjutnya berdasarkan informasi yang didapat dari beberapa orang nara sumber yaitu pegawai rumah sakit dan pengunjung rumah sakit serta teman mahasiswa STIKes Hang Tuah Pekanbaru menyebutkan hanya beberapa rumah sakit yang menyediakan pelayanan Spa, kemudian penulis melakukan survey berdasarkan informasi yang didapat

kebeberapa rumah sakit di Pekanbaru dan penulis menemukan sebagian kecil pelayanan Spa yang ditawarkan oleh rumah sakit Pekanbaru, yaitu dengan nama produk pelayanan Nina Bobo baby & kids Spa yang lebih menawarkan rangkaian terapi spa untuk baby dan anak saja, kemudian pelayanan kelas pijat bayi sehat yang hanya menawarkan pijat baby setiap sabtu jam 09.00 wib di salah satu rumah sakit Pekanbaru, sedangkan pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda menawarkan rangkaian spa untuk umum, ibu pasca persalinan dan baby yang melayani setiap hari. Jadi dapat dilihat pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda ada perbedaan penawaran pelayanan yang lebih lengkap dibandingkan pesaingnya.

METODE

Jenis penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk melihat Analisis strategi diferensiasi dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* Terhadap Keunggulan Bersaing di RSIA Eria Bunda Pekanbaru tahun 2015. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objek (Notoatmodjo, 2005). Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan (Saryono dan Anggraini, 2013).

HASIL

a. Diferensiasi Produk

Berdasarkan hasil observasi di pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* RSIA Eria Bunda Pekanbaru, yaitu memiliki

beberapa produk layanan yang ditawarkan, menawarkan rangkaian Spa Baby and mom yaitu massage Baby, Baby Swim dan treatment body, menawarkan produk perawatan kids yaitu kids massage and kids creambath, dan Day Spa yaitu Gunting, catok, cuci blow, blow variasi, keriting sosis, pengeritingan, creambath sari buah, masker rambut, creambath NR, creambath makarizo, creambath Spa makarizzo, creambath Spa loreal, pengecatan, pewarnaan, rebonding, cabut alis, totok wajah, massage, manycury / padycury, dan lulur.

Sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa rumah sakit lain di Pekanbaru, yaitu memiliki beberapa produk layanan yang ditawarkan, menawarkan Rangkaian Spa baby yaitu massage Baby dan Baby Swim, menawarkan produk perawatan Kids (2 – 10 tahun) yaitu Kids massage, Natural Scrub, Natural Facial, Kids Creambath, Kids Manicure dan padicure. Teenager Treatment (11 – 15 tahun) yaitu Teenager massage, scrub, facial, manicure Spa, padicure Spa, creambath, dan For Mommy yaitu Totok wajah, masker, breast massage, back & shoulder massage, body massage, foot Spa, manicure, padicure.

untuk andalan pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* paling banyak digemari layanan Spa untuk Ibu pasca persalinan dan bayi yaitu Creambath Loreal, totok wajah, vitamin rambut, massage body, massage baby + baby swim.

Sedangkan untuk andalan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa, Pemilik Nina Bobo Baby & Kids Spa, Dr Andi Nina Maralangeng mengatakan, tentunya yang paling banyak digemari layanan Spa untuk bayi yaitu berenang dan pijat (Halloriau.com, 2011).

berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa informan, diperoleh informasi antara lain: alasan membuka layanan ini karena RSIA Eria Bunda

merupakan rumah sakit khusus pelayanan Ibu dan Anak, kualitas produk sudah cukup bagus, keistimewaan layanan ini pasien/pengunjung tidak hanya mendapatkan pengobatan tetapi juga perawatan kecantikan dan rangkaian Spa, kelengkapan produk layanan yang ditawarkan menawarkan Spa Baby, Mom, Kids dan Day Spa, sedangkan Nina Bobo Baby & Kids Spa menawarkan Spa Baby, kids dan Mommy, yang membedakan produk layanan ini dengan rumah sakit lain yaitu dari segi produk layanan yang ditawarkan. Kendala kendala yang dialami tidak begitu nampak hanya segi fasilitas yang masih kurang serta segi promosi yang masih kurang.

b. Diferensiasi Pelayanan

Berdasarkan hasil observasi di pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru, yaitu memberikan pelayanan kepada pasien/pengunjung dengan kemudahan dalam melakukan perawatan Spa, seperti agar lebih memudahkan pasien dalam perawatan Spa, untuk ibu pasca persalinan perawatan dapat dilakukan di ruangan pasien ibu, dan adanya keramah tamahan serta informasi tentang penjelasan serta cara perawatan Spa.

Sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa memberi pelayanan kepada pengunjung di lakukan di ruangan pelayanan Spa, dan adanya keramah tamahan serta informasi tentang penjelasan serta cara perawatan Spa.

berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa informan, diperoleh informasi antara lain: *layanan Beauty Spa & spa* babymaupun Nina Bobo Baby & Kids Spa sudah memberikan pelayanan yang segera, akurat dan memuaskan serta berkualitas, tetapi salah satu pengunjung pelayanan *Beauty Spa & spa baby*, yang menjadi informan mengatakan sedikit kecewa karena petugas lambat

melayaninya saat itu, membantu keluhan pasien/pengunjung dengan tanggap dan segera, ramah serta memberikan penjelasan informasi tentang pelayanan tersebut, diferensiasi pelayanan *Beauty Spa & spa baby*, yang telah dilakukan adalah profesionalitas petugas Spa yang menjamin kualitas kinerjanya, pelayanan yang lebih baik dan memuaskan, serta pasien/pengunjung mengatakan puas dan cukup puas dengan pelayanan *Beauty Spa & spa* babymaupun Nina Bobo Baby & Kids Spa tersebut.

c. Diferensiasi Personal

Berdasarkan hasil observasi di pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru, Petugas Spa terdiri dari 3 personal, masing masing personal sudah memiliki keterampilan dan keahlian serta pengetahuan tentang Spa. Memiliki SDM lulusan ahli Fisiotherapy dan DIII kecantikan, (wella School).

Sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa, Pemilik Nina Bobo Baby & Kids Spa, Dr Andi Nina Maralangeng mengatakan, tenaga ahli (fisiotherapy) yang ada di Spa ini sudah terlatih dan telah mendapatkan sertifikat Internasional (Halloriatu.com 2011).

berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa informan, diperoleh informasi antara lain: layanan *Beauty Spa & Spa baby* sudah memiliki SDM yang tepat, memiliki petugas yang terampil dalam layanan *massage* untuk ibu dan bayi, petugas yang terampil dibidang kecantikan, skill dan pengetahuan tentang perawatan Spa, serta memiliki kepribadian yang baik, sopan santun, ramah dalam melayani pasien/pengunjung, sudah terlatih dalam bidang perawatan Spa dan dapat dipercaya dan di andalkan, cepat dalam memberikan pelayanan, saling bekerjasama.

Sedangkan pasien/pengunjung pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* dan Nina Bobo Baby & Kids

Spa mengatakan sudah terlatih dan cukup terlatih, dapat dipercaya, tetapi masih kurang dalam hal cepat tanggap melayani pasien/pengunjung pada pelayanan *Beauty Spa & Spa baby*, dan pasien/pengunjung mengatakan puas dan cukup puas dengan pelayanan petugas tersebut.

d. Diferensiasi Saluran

Berdasarkan hasil observasi di pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* dan Nina Bobo Baby & Kids Spa di Pekanbaru, untuk saat ini cukup memberikan pelayanan yang baik dan maksimal kepada pasien/pengunjung di rumah sakit.

berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa informan, diperoleh informasi antara lain: untuk saat ini cukup memberikan pelayanan yang baik dan maksimal kepada pasien/pengunjung di rumah sakit, belum ada menyediakan layanan seperti menawarkan untuk melakukan perawatan Spa di rumah pasien/pengunjung, hal yang perlu dilakukan terhadap kekurangan dari saluran pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* dan Nina Bobo Baby & Kids Spa pasien/pengunjung menyarankan agar menambah cabang baru ditempat lain dan *Home care* untuk mempermudah pengunjung menikmati perawatan Spa.

e. Diferensiasi Citra

Berdasarkan hasil observasi di pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru, penampilan ruangan yang sederhana, ruangan yang rapi, bersih, dan nyaman.

Sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa, Pemilik Nina Bobo Baby & Kids Spa, Dr Andi Nina Maralangeng mengatakan, menyulap ruangan dengan gambar-gambar dan warna yang akrab dengan anak-anak, diharapkan dapat membuat anak lebih bersemangat. Spa ini dikhususkan untuk bayi dan anak-

anak yang menjadi keunggulan kami. Jadi di era milenium ini tidak hanya orang dewasa saja yang harus melakukan spa, namun bayi dan anak-anak juga perlu demi menjaga pertumbuhan dan kebersihan badan. Bahan-Bahan yang digunakan untuk aktivitas ini adalah alami, termasuk *massage oil*-nya dari minyak sayur-sayuran (*vegetable oil*) dan tidak diolah secara kimia. (Halloriau.com, 2011).

berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa informan, diperoleh informasi antara lain: Pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* adalah pelayanan yang bersegmentasi kelas menengah ke atas, nama layanan yang didesain simple menambah nilai elegan bagi layanan ini, produk layanan yang dapat dinikmati setiap pasien/pengunjung di RSIA Eria Bunda, pasien/pengunjung selain berobat juga bisa menikmati perawatan Spa. Pasien/pengunjung mengatakan *pelayanan Beauty Spa & Spa baby* nyaman dan bagus, lebih menjamin, bersih, dan paket *baby Spa* harganya terjangkau. Sedangkan Pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa, tempatnya bersih, tidak hanya Spa Untuk *baby* dan anak – anak tapi tersedia untuk *mommy*, dan *Treatment baby* dan anak – anak lebih lengkap.

PEMBAHASAN

a. Diferensiasi Produk

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal strategi diferensiasi yang mencakup diferensiasi produk yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda antara lain adalah: yang membedakan produk layanan ini dengan pesaing yaitu dari segi produk layanan yang ditawarkan produk layanan yang ditawarkan yaitu menawarkan rangkaian Spa Baby and mom, kids dan Day Spa untuk umum sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa menawarkan *Spa Baby*, *kids* dan *Mommy*, untuk andalan

pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* paling banyak digemari layanan Spa untuk Ibu pasca persalinan dan bayi yaitu *Creambath Loreal*, totok wajah, vitamin rambut, *massage body*, *massage baby + baby swim*, sedangkan untuk andalan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa, yang paling banyak digemari layanan Spa untuk bayi yaitu berenang dan pijat.

Menurut Suyanto(2007)diferensiasi produk terdiri dari Kualitas, bentuk, pernak pernik, kehandalan, mudah diperbaiki dan rancangan. Menurut Tjiptono (2001) dalam Prasetya (2011) Strategi diferensiasi ini memiliki maksud yaitu memberikan kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, nyaman, aman, sehingga lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing. Menurut kotler & keller (2009) dalam Ramadhani dan Lita (2013) bahwa diferensiasi produk merupakan cara perusahaan untuk memenangkan persaingan melalui suatu daya pembeda atau keunikan atribut sehingga dipersepsikan sebagai produk yang memiliki nilai lebih oleh konsumen.

Menurut hasil penelitian Lestari Dwi Endah (2005) menyatakan bahwa upaya perbaikan atau peningkatan kualitas produk yang lebih bervariasi terhadap diferensiasi produk akan sangat mempengaruhi keunggulan bersaing.

Menurut hasil penelitian Ramadhani dan Lita (2013) menyatakan bahwa peningkatan strategi diferensiasi produk dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Menurut peneliti diferensiasi produk yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria Bunda memiliki perbedaan penawaran produk yaitu Day Spa untuk umum yang tidak dimiliki oleh pelayanan pesaing dan untuk andalan pelayanan paling banyak digemari layanan Spa untuk Ibu pasca persalinan.

b. Diferensiasi Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal strategi diferensiasi yang mencakup diferensiasi pelayanan yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda antara lain adalah: Memiliki kemudahan pengunjung dalam melakukan perawatan Spa, dengan Melakukan perawatan Spa langsung ke ruangan pasien tanpa harus menurunkan pasien ke ruangan Spa. Sedangkan pelayanan Nina Bobo baby & Kids melayani pasien/pengunjung di ruangan khusus Spa saja.

Menurut Kotler (2006) dalam Ramadhani dan Lita (2013) selain mendiferensiasikan produk fisiknya, perusahaan juga dapat mendiferensiasikan pelayanannya. Jika produk fisiknya tidak mudah didiferensiasikan, kunci sukses lainnya terletak pada peningkatan kualitas pelayanan. Menurut Shelton (1997) dalam Ramadhani dan Lita (2013) dalam hal ini, pelayanan yang dimaksud meliputi kualitas dari pelayanan. Kualitas merupakan kiat secara konsisten dan efisien untuk memberi pelanggan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan.

Menurut hasil penelitian Lestari (2005) menyatakan bahwa variabel diferensiasi pelayanan dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan atau peningkatan kualitas pelayanan, khususnya sumber daya manusia yang ada didalamnya yang berpengaruh terhadap terbentuknya keunggulan bersaing.

Menurut hasil penelitian Yeni (2013) menyatakan bahwa semakin baik diferensiasi pelayanan, maka semakin tinggi minat beli ulang konsumen. Artinya semakin bagus diferensiasi pelayanan yang diberikan maka minat ulang pasien/pengunjung untuk menggunakan layanan jasa tersebut akan meningkat.

Menurut peneliti diferensiasi pelayanan yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria

Bunda memiliki perbedaan dengan Melakukan perawatan Spa langsung ke ruangan pasien tanpa harus menurunkan pasien ke ruangan Spa. Hal ini mempermudah pasien yang dirawat di rumah sakit tersebut untuk menikmati pelayanan Spa.

c. Diferensiasi Personal

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal strategi diferensiasi yang mencakup diferensiasi personal yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda antara lain adalah: Memiliki petugas yang terampil dalam layanan massage untuk ibu dan bayi (ahli Fisioteraphy), petugas yang terampil dibidang kecantikan. Sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa memiliki ahli terapis yang bersertifikat internasional.

Menurut Tjiptono (2001) dalam Frendy (2011) personal merupakan seluruh karyawan dalam suatu perusahaan (RS). Diferensiasi personal memiliki maksud yaitu seluruh karyawan perusahaan (RS) memiliki keterampilan (Skill) yang baik, memiliki kepribadian yang baik, memiliki sumber daya manusia (SDM) yang tinggi, yang lebih baik dari karyawan perusahaan (RS) lainnya.

Menurut Kotler & Keller (2007) Personalia yang terlatih menunjukkan enam karakteristik: Kemampuan: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan. Kesopanan: Ramah, Menghormati, dan penuh perhatian. Kredibilitas: Dapat dipercaya. Dapat diandalkan: Memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat. Cepat tanggap: Cepat menanggapi permintaan dan permasalahan konsumen. Komunikasi: Berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan baik.

Menurut hasil penelitian Ramadhani dan Lita (2013) menyatakan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan merupakan hal yang tidak kalah penting

untuk memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan haruslah berimbang dengan kemampuan karyawan karena dua hal tersebut sangat berkaitan.

Menurut peneliti diferensiasi personal yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria Bunda memiliki petugas yang handal dibidang kecantikan, sehingga ini menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihannya.

d. Diferensiasi Saluran

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal strategi diferensiasi yang mencakup diferensiasi personal yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda antara lain adalah: Memiliki petugas yang terampil dalam layanan massage untuk ibu dan bayi (ahli Fisioteraphy), petugas yang terampil dibidang kecantikan. Sedangkan pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa memiliki ahli terapis yang bersertifikat internasional.

Menurut Tjiptono (2001) dalam Frendy (2011) personal merupakan seluruh karyawan dalam suatu perusahaan (RS). Diferensiasi personal memiliki maksud yaitu seluruh karyawan perusahaan (RS) memiliki keterampilan (Skill) yang baik, memiliki kepribadian yang baik, memiliki sumber daya manusia (SDM) yang tinggi, yang lebih baik dari karyawan perusahaan (RS) lainnya.

Menurut Kotler & Keller (2007) Personalia yang terlatih menunjukkan enam karakteristik: Kemampuan: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan. Kesopanan: Ramah, Menghormati, dan penuh perhatian. Kredibilitas: Dapat dipercaya. Dapat diandalkan: Memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat. Cepat tanggap: Cepat menanggapi permintaan dan permasalahan konsumen. Komunikasi: Berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan baik.

Menurut hasil penelitian Ramadhani dan Lita (2013) menyatakan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan merupakan hal yang tidak kalah penting untuk memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan haruslah berimbang dengan kemampuan karyawan karena dua hal tersebut sangat berkaitan.

Menurut peneliti diferensiasi personal yang dimiliki oleh pelayanan Beauty Spa & Spa baby di RSIA Eria Bunda memiliki petugas yang handal dibidang kecantikan, sehingga ini menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihannya.

e. Diferensiasi Citra

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal strategi diferensiasi yang mencakup diferensiasi citra yang dimiliki oleh pelayanan Beauty Spa & Spa Baby di RSIA Eria Bunda antara lain adalah: Produk layanan yang dapat dinikmati setiap pasien/pengunjung di RSIA Eria Bunda, dan paket baby Spa harganya terjangkau. Sedangkan Nina Bobo Baby & Kids Spa produk layanan yang dapat dinikmati oleh Baby, Kids dan mommy.

Menurut Suyanto, (2007) diferensiasi citra merupakan diferensiasi yang ditangkap oleh konsumen berupa citra merek. Menurut Ambarwati (2013) dalam Ramadhani & Lita (2013) citra yang penting bagi seorang pelanggan adalah citra yang dirasakan memiliki perbedaan dari citra pesaing. Dalam Hal ini, citra yang dimaksud berupa imege dari produk dan perusahaan.

Menurut Kotler & Keller (2007) dalam Yeni Fitra (2013) citra adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Citra adalah tindakan untuk merancang serangkaian perbedaan yang berarti dalam hal membentuk citra yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan lain

sehingga citra perusahaan akan mudah diterima oleh masyarakat serta melekat kuat pada masyarakat. Berbagai konsep yang berkembang saat ini menyiratkan bahwa pentingnya citra sebagai sarana atau alat untuk meraih keunggulan bersaing sehingga menarik minat baru konsumen di pasar.

Menurut hasil penelitian Lestari (2005) menyatakan bahwa variabel bebas diferensiasi citra merupakan variabel bebas yang cukup berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Menurut hasil penelitian Yeni (2013) keunggulan bersaing diferensiasi citra ini adalah keistimewaan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjual produk dikarenakan produk mereka memiliki citra yang jelas dan sudah banyak masyarakat mengenal bagaimana kualitas dari produk yang dihasilkannya sehingga konsumen merasakan tidak kecewa dengan produk yang dijual karena citranya sudah melekat kuat dibenak konsumen.

Menurut Peneliti diferensiasi citra yang dimiliki oleh pelayanan *Beauty Spa & Spa baby* di RSIA Eria Bunda memiliki citra positif yaitu produk layanan yang dapat dinikmati setiap pasien/pengunjung di RSIA Eria Bunda, dan harga paket baby Spa terjangkau.

KESIMPULAN

1. Diferensiasi produk dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru memiliki perbedaan produk yang ditawarkan dari pesaing seperti Day Spa untuk umum dan produk andalan yaitu layanan Spa untuk Ibu pasca persalinan dan bayi.
2. Diferensiasi pelayanan dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru memberikan pelayanan yang berbeda dengan pesaing yaitu Memiliki kemudahan pengunjung dalam melakukan perawatan Spa, dengan

- Melakukan perawatan Spa langsung ke ruangan pasien tanpa harus menurunkan pasien ke ruangan Spa.
3. Diferensiasi Personal dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru memiliki petugas yang ahli dan terampil dibidang kecantikan (*Beauty*) yang belum dimiliki oleh pesaing.
 4. Diferensiasi Saluran dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda untuk saat ini cukup memberikan pelayanan yang baik dan maksimal kepada pasien/pengunjung di rumah sakit.
 5. Diferensiasi citra dalam pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby* di RSIA Eria Bunda Pekanbaru memiliki citra positif yang berbeda dengan pesaing yaitu produk layanan Spa yang dapat dinikmati setiap pasien/pengunjung di RSIA Eria Bunda, dan harga paket baby Spa terjangkau di bandingkan pesaing.

Keunggulan dari Pelayanan *Beauty Spa & Spa Baby*

1. Untuk produk andalan yaitu layanan Spa untuk Ibu pasca persalinan dan bayi.
2. Memiliki kemudahan pengunjung dalam melakukan perawatan Spa, dengan Melakukan perawatan Spa langsung ke ruangan pasien tanpa harus menurunkan pasien ke ruangan Spa.
3. Memiliki petugas ahli Fisiotherapy dan terampil dibidang kecantikan (*Beauty*)
4. Produk layanan Spa yang dapat dinikmati setiap pasien/pengunjung di RSIA Eria Bunda,
5. Harga paket baby Spa lebih terjangkau.

Keunggulan dari Pelayanan Nina Bobo Baby & Kids Spa

1. Untuk andalan Spa ini, yang paling banyak digemari layanan Spa untuk bayi (berenang dan pijat).
2. Menyediakan layanan pedicure, medicure dan masker untuk si kecil yang sudah beranjak lincah.
3. Bahan-bahan yang digunakan untuk aktivitas ini adalah alami. Termasuk massage oil-nya dari minyak sayur-sayuran (*vegetable oil*) dan tidak diolah secara kimia.
4. Ruangan yang tampil dengan gambar-gambar dan warna yang akrab dengan anak-anak.
5. Tenaga ahli yang ada di Spa ini sudah terlatih dan telah mendapatkan sertifikat Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmaningtyas, F. (2012). *Pendekatan Dunia Spa Baby kepada Anak-Anak dengan Tema Lebih melalui Sentuhan Desain Interior Studi Kasus : Spa Baby Little Bee Surabaya*, (Online) (<http://journal.ecs.soto.ac.uk/survey/survey.html>, di akses 20 Januari 2015).
- Hestianingsih, (2012). *Yuk, Mengenal Berbagai Jenis Spa untuk Kecantikan & Kesehatan*. (Online) (<http://journal.ecs.soto.ac.uk/survey/survey.html>, di akses 01 Februari 2015).
- Lestari, D. E. (2005) *Analisis Strategi Diferensiasi Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Telkomflexi Classy Telkom Divre Iv Jawa Tengah Dan Diy)*. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.

- Prasetya, F. (2011). *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Prasetya, GL, H, et all. (2007). *Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Aliansi Stratejik untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Online) (<http://journal.ecs.soto.ac.uk/survey/survey.html>), Vol.4. Juli 2007.
- Pratiwi, R. A. (2013). *Pengaruh Pijat Bayi Terhadap Perkembangan Bayi Di Desa Pandak Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas*. Skripsi. Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.
- Ramadhani, D.S dan Lita, R. P (2013). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Konsumen Darmarindo Digital printing di Padang*. (Online),(<http://journal.ecs.soto.ac.uk/survey/survey.html>), di akses 01 Februari 2015).
- Saryono, Anggraeni, M, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Supranoto, M. (2009). *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar , Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Susilowati, R. (2005). *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Penataan Internal Rumah Sakit*. Tesis. Universitas diponegoro Semarang.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: CV. ALFABETA.
- Widodo, A, Afrina, D.N. (2013). *Efektifitas Baby Spa Terhadap lamanya Tidur Bayi Usia 3 – 4 Bulan*, (Online),(<http://journal.ecs.soto.ac.uk/survey/survey.html>), di akses 20 Januari 2015).
- SPA Ibu Hamil dan Bayi di Nina Bobo*. (06 Oktober 2011). Pekanbaru. (Online) <http://halloriau.com/read-belanja-15563-2011-10-06-spa-ibu-hamil-dab-bayi-di-nina-bobo.html>, Di akses 25 Juni (2015).
- Salim, A. N, Susilowati., & Probandari, A. (2013). *Evaluasi Efek Relationship Marketing pada Pelayanan Skin Care di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta*. STIKes Hang Tuah Pekanbaru. Jurnal Kesehatan Komunitas, Vol. 2, No. 3, November 2013.
- Yeni, F. (2013). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC di Kota Padang*. (Online) (<http://journal.ecs.soto.ac.uk/survey/survey.html>), di akses 4 Juni (2015).