

PENERAPAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN KLINIK/PRAKTIK BERSAMA 24JAM dr. HADI SUSANTO SURABAYA

Astuti Oktaliana¹, Leonard Adrie Manafe²

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

astutioktln1998@gmail.com¹, leonard.adrie@stiemahardhika.ac.id²

Abstrak – Zaman seperti sekarang ini kesehatan adalah aspek utama yang menjadi prioritas dalam kehidupan setiap manusia. Terutama dimasa pandemi covid-19 seperti sekarang ini, kesehatan merupakan kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi untuk menjaga rutinitas dan pekerjaan agar tidak terhambat. Klinik merupakan salah satu penyelenggara pelayanan kesehatan untuk masyarakat umum yang memberikan pelayanan yang bermutu dan profesional kepada setiap pasiennya. Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto adalah salah satu klinik pratama rawat jalan yang didirikan perorangan di Kota Surabaya. Melayani masyarakat sekitar Surabaya dan Sidoarjo tepatnya di daerah Rungkut dan Waru. Penelitian ini bertujuan penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Model pendekatan ini adalah deskriptif kualitatif yang mencerminkan gambaran dari suatu keadaan tertentu. Metode analisis yang digunakan adalah bauran pemasaran (marketing mix). Sehingga mendapatkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) faktor yang paling mempengaruhi adalah promotion (promosi), product (produk), process (proses), price (harga), place (tempat), people (orang), physical evidence (fasilitas fisik).

Kata kunci : *Usaha Kesehatan, Strategi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan.*

Abstract – In this era, health is the main aspect that is a priority in the life of every human being. Especially in the current COVID-19 pandemic, health is a basic need that must be met to maintain routine and work so as not to be hampered. The clinic is one of the providers of health services for the general public that provides quality and professional services to each patient. 24 Hours Joint Clinic/Practice dr. Hadi Susanto is one of the outpatient clinics established by individuals in the city of Surabaya. Serving the community around Surabaya and Sidoarjo, precisely in the Rungkut and Waru areas. This research aims to implement the marketing mix to increase customer satisfaction. The model of this approach is descriptive qualitative which reflects the picture of a certain situation. The analytical method used is the marketing mix. So get some factors that can affect customer satisfaction. From the results of research using the marketing mix, the most influencing factors are promotion, product, process, price, place, people, physical evidence.

Keywords : *Health Business, Marketing Strategy, Customer Satisfaction.*

I. PENDAHULUAN

Pengembangan kesehatan kini menjadi kebutuhan dasar yang bersifat pokok. Kesehatan merupakan kewajiban yang harus terpenuhi setelah pendidikan dan perekonomian. Kebutuhan kesehatan sudah menjadi tanggung jawab setiap individu tidak hanya kewajiban pemerintah, kewajiban instansi, ataupun kewajiban pihak swasta. Sekarang ini kesehatan merupakan kebutuhan yang perlu diperhatikan, hal ini disebabkan karena masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat itu sendiri. Perlindungan hukum hak atas mendapatkan pelayanan kesehatan dimuat dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Pasal 4 menyatakan “Setiap orang berhak atas kesehatan”.

Keberadaan layanan kesehatan merupakan salah satu hal penting yang sebaiknya tidak disepelekan begitu saja. Walaupun pemerintah telah berupaya memenuhi hal tersebut, seperti misalnya dengan pembangunan puskesmas maupun rumah sakit umum daerah, namun tetap saja masih belum mampu memenuhi layanan kesehatan bagi masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu tak heran jika ada banyak pihak yang mendirikan berbagai macam klinik kecil baik untuk sekedar berobat. Hal tersebut diharapkan dapat membantu memperbaiki tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan mereka.

Bauran pemasaran memiliki fungsi penting terhadap perilaku pelanggan atau pasien (dalam hal ini klinik kesehatan) dalam hal pembelian atau penggunaan

jasa yang disodorkan oleh pasar, maka bauran pemasaran yang baik dan benar nantinya akan menaikkan kepuasan pelanggan atau pasien. Sebab dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat membuat klinik itu sendiri dapat bersaing dengan layanan kesehatan lainnya. Bauran pemasaran menjadi sarana dalam mengkomunikasikan pencapaian yang telah dilakukan oleh klinik kesehatan. Klinik akan bersaing dengan mendapatkan minat pasien yang nantinya akan mendatangkan laba yang cukup besar sesuai dengan target yang dituju. Meyakinkan pasien bahwa klinik kesehatan juga dapat diandalkan, memberikan ketenangan pasien dalam mengkonsultasikan kesehatan agar memberikan kesembuhan secara maksimal.

Pelayanan terbaik terhadap pelanggan adalah kunci yang mesti dimaksimalkan. Pembentukan kepuasan pelanggan ditentukan dari peranan mutu produk. Pelanggan merasa puas atau tingginya kepuasan pelanggan yang terjadi dipengaruhi oleh kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Instrument kualitas produk jasa yang dimaksud mencakup pelayanan terhadap pelanggan. Premis ihwal pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tersebut benar adanya. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang tinggi akan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen terhadap konsumsi barang/produk suatu perusahaan. Zendesk, suatu lembaga pengelolaan melakukan survey dengan hasil menunjukkan bahwa tingginya efek pelayanan pelanggan terhadap tingkat pembelian produk dan jasa. Khususnya, terdapat 62% klien *Business to Business* (B2B) dan 42% konsumen *Business to Customer* (B2C) mempunyai kecenderungan untuk menjadi pelanggan setia akibat dari perolehan pelayanan yang baik yang dialami. Disamping itu, sebaliknya di mana masing-masing 62% pelanggan B2B dan 25% B2C tidak melanjutkan pembelian akibat mengalami pelayanan yang jelek alias mengecewakan. Bagus atau tidaknya suatu pelayanan akan berpengaruh pada promosi sukarela yang dilakukan konsumen/pelanggan. Hasil survei sejenis memperlihatkan bahwa 85% pelanggan akan melakukan *sharing* pengalaman baik yang dialami kepada orang lain dan sebaliknya pengalaman pelayanan yang mengecewakan akan dibagikan oleh lebih besar persentasinya yaitu 95% pelanggan.

Penelitian ini akan dilakukan di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto yang berada di Kecamatan Gununganyar, Surabaya. Klinik ini merupakan klinik swasta yang didirikan oleh dr. Hadi Susanto untuk membantu masyarakat menengah kebawah mendapatkan pengobatan dengan biaya yang

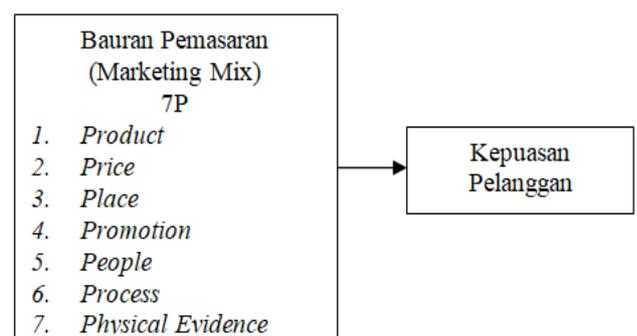
terjangkau. Klinik ini melayani pemeriksaan dokter umum, pembuatan surat sehat, dan memberikan surat izin sakit bila dibutuhkan. Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto di dirikan sejak tahun 2013 dimana klinik ini sudah berdiri sejak 8 (delapan) tahun silam. Hal tersebut membuat klinik ini mampu bersaing dengan klinik yang lainnya karena telah memiliki pengalaman selama 8 (delapan) tahun dalam membantu menangani keluhan pasien.

Keadaan serta kondisi klinik saat ini yang mengalami penurunan pelanggan atau pasien membuat klinik mengalami penurunan pada omset atau tidak memenuhi target yang dituju. Hal tersebut berdampak besar pada pemasukan dan pengeluaran biaya klinik. Terlebih terhadap karyawan yang bekerja, gaji yang diberikan juga mengalami penurunan mengingat gaji yang diberikan sesuai dengan omset yang dituju.

Dari hasil penjelasan diatas maka jelaslah masalah yang sering terjadi adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, tidak adanya bauran pemasaran yang sesuai keadaan. Maka dalam penelitian kali ini, peneliti ingin melakukan peninjauan terhadap penerapan bauran pemasaran di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto ini berdasarkan pandangan dan kaidah-kaidah ekonomi agar tidak melanggar ketentuan-ketentuan. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui dalam bentuk artikel yang berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto Surabaya”.

II. KERANGKA TEORISTIS

Dalam riset ini, pembatasan penelitian dapat dilihat dalam Gambar 1, dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Teoritis

1. Bauran Pemasaran

Menurut (Kotler dan Amstrong 2016:62) pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P adalah sebagai berikut :

- a. *Product* (produk), pengelolaan terhadap elemen produk termasuk mulai dari perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan yaitu dengan melakukan proses perubahan suatu produk atau jasa dengan memberikan penambahan dan pengambilan tindakan yang berbeda yang akan memberikan pengaruh atas produk atau jasa yang beraneka.
- b. *Price* (harga), penentuan ketepatan suatu harga dasar produk atau jasa yang dilakukan oleh sistem manajemen perusahaan sehingga akan berpengaruh juga terhadap penentuan strategi perusahaan terkait potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang terkait.
- c. *Place* (tempat), pemilihan dan pengelolaan distribusi perdagangan yang digunakan untuk penyaluran suatu produk atau jasa dan juga untuk pelayanan terhadap ketepatan sasaran pasar, serta melakukan pengembangan system penyaluran untuk pengirim dan perniagaan produk secara fisik.
- d. *Promotion* (promosi), tindakan untuk melakukan pemberitahuan dan adanya kecenderungan dalam membujuk pasar akan produk atau jasa yang baru pada perusahaan, pembjukan tersebut dapat dilakukan melalui media iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.
- e. *People* (orang), aktor/pemain yang memiliki peranan penting untuk menyajikan jasa sehingga berpengaruh terhadap persepsi pembeli. Unsur terkait orang yaitu pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Terlihat perilaku atau sikap karyawan dalam bertindak, cara penggunaan pakaian karyawan maupun penampilan karyawan akan berdampak tinggi terhadap kesuksesan dalam penyampaian jasa.
- f. *Process* (proses), dalam hal penyampaian jasa maka hal-hal yang terkait dengan prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan perlu menjadi perhatian manajemen. Unsur proses ini merupakan hal penting juga dalam penyampaian suatu jasa. Dalam bauran pemasaran, indikator proses merupakan faktor utama yang harus dilihat, kesenangan pelanggan jasa dapat dirasakan jika sistem

penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri dapat dirasakan.

- g. *Physical Evidence* (fasilitas fisik), suatu indikator yang juga mempengaruhi suatu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa yang disodorkan. Elemen yang terkait dengan sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.

2. Kepuasan Konsumen

Menurut (Priansa, 2017) terdapat 5 (lima) unsur terkait kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

- a. Harapan (*Expectations*), konsumen memiliki ekspektasi yang tinggi sebelum melakukan pembelian atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pada saat pembelian suatu barang atau jasa dilakukan, konsumen memiliki harapan, keinginan dan keyakinan yang besar terhadap fungsi penggunaan barang tersebut. Apabila barang atau jasa tersebut dirasakan sesuai dengan harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan terasa tinggi.
- b. Kinerja (*Performance*), kepuasan konsumen akan terbukti ketika kinerja aktual suatu barang atau jasa berhasil dijalankan. Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- c. Perbandingan (*Comparison*), perbandingan harapan kinerja barang atau jasa sebelum dilakukan pembelian dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen akan terbukti apabila harapan sebelum dilakukan pembelian terlihat sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
- d. Pengalaman (*Experience*), pengalaman konsumen dalam penggunaan merek suatu barang atau jasa yang tidak sama dengan pengalaman orang lain.
- e. Konfirmasi (*Confirmation*), apabila suatu harapan yang diinginkan konsumen sesuai dengan kinerja aktual produk maka konfirmasi atau terkonfirmasi dapat terjadi. Sebaliknya, apabila kinerja aktual produk terbukti lebih rendah dari tingginya harapan konsumen maka dikatakan diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi. Kepuasan konsumen terjadi apabila terjadi konfirmasi/diskonfirmasi.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2017 : 9), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* digunakan atau interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto yang beralamat di Jl. Rungtut Tengah No. 63, Gununganyar Surabaya 60293. Penelitian ini akan dilakukan dalam waktu 2 (dua) bulan. Perhitungan dimulai dari bulan April hingga Mei 2021.

B. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam riset ini yaitu menggunakan teknik wawancara langsung dengan pembagian kuisioner. Berupa sebuah tanggapan, pendapat, informasi, dan keterangan yang berbentuk uraian dalam mengungkapkan masalah. Bentuk wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam dimana bersifat perorangan antara informan lansung dengan peneliti baik terstruktur maupun tidak tetapi tetap dibawah pemetaan yang jelas, sehingga pertanyaan tidak memiliki kebiasaan atau pelebaran maksud. Dengan variabel penelitian ini adalah bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, fasilitas fisik dan kepuasan pelanggan dalam hal ini pasien klinik.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian terambil 30 orang yaitu 2 (dua) karyawan dan 28 pelanggan atau pasien.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2020 sekitar bulan Februari tepatnya saat Covid-19 mulai melanda Indonesia, terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto. Karena hal tersebut berbanding lurus dengan pendapatan klinik juga mengalami penurunan. Berikut jumlah kunjungan

pasien di tahun 2020 dapat dilihat dalam Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2020

2020	Jumlah Kunjungan Pasien	Persentase Naik (Turun)/Bulan
Januari	2196	-
Februari	2072	(1.24)
Maret	1995	(0.77)
April	1857	(1.38)
Mei	1802	(0.55)
Juni	1784	(0.18)
Juli	1829	0.45
Agustus	1891	0.62
September	1975	0.84
Oktober	1946	(0.29)
November	1973	0.27
Desember	1907	(0.66)

Sumber: Data Admintrasi Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa dalam tahun 2020, jumlah kunjungan pasien mengalami beberapa kali penurunan dan sulit untuk kembali diposisi semula. Hal ini disebabkan karena awal pandemi covid 19 dimana pasien membatasi interaksi dengan banyak orang.

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan menggunakan kuisioner dari keseluruhan informan memberikan jawaban yang berbeda sesuai dengan pendapat para informan. Jumlah informan survei jika dilihat berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 12 pria (40%) dan 18 wanita (60%). Jumlah informan jika dilihat dari usia, mayoritas informan berusia 17-29 tahun dengan jumlah 23 orang (76.7%), lalu diikuti oleh kategori umur 30-45 tahun dengan jumlah 7 (tujuh) orang (23.3%). Jika dilihat berdasarkan pekerjaan, mayoritas informan merupakan pekerja sebanyak 23 orang (76.7%), lalu diikuti mahasiswa sebanyak 5 (lima) orang (16.7%), belum bekerja 1 (satu) orang (3.3%) dan pelajar 1 (satu) orang (3.3%).

1. Faktor apa yang menjadi pertimbangan pasien untuk mendapatkan kepuasan di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Santoso?

Sebelumnya peneliti akan membahas rekapan kuisioner atas faktor yang menjadi pertimbangan

pasien untuk meningkatkan kepuasan dalam Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 1. Faktor yang Menjadi Pertimbangan Pasien untuk Meningkatkan Kepuasan

Indikator	Jumlah Informan	Poin	Persentase
<i>Product</i> (produk)	6	24	20
<i>Price</i> (harga)	4	8	13.3
<i>Place</i> (tempat)	4	8	13.3
<i>Promotion</i> (promosi)	7	35	23.4
<i>People</i> (orang)	3	3	10.0
<i>Process</i> (proses)	5	15	16.7
<i>Physical Evidence</i> (fasilitas fisik)	1	1	3.3

Sumber: Hasil Rekapitan Kuesioner, 2021

Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa survei mengenai faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam bauran pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pasien di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto. Pertanyaan yang disusun peneliti dalam kuesioner bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling penting dimana peneliti mewajibkan sampling yang terambil untuk melakukan pengurutan faktor yang menurut informan paling pertama dipilih. Pemilihan indikator yang diurutkan memiliki rentang kriteria dari angka 1 sampai angka 7. Angka 1 adalah pemilihan pertama atau utama diteruskan angka selanjutnya yang merupakan pilihan kedua dan seterusnya. Poin diberikan sebanyak 5 untuk angka 1, selanjutnya 4 poin untuk angka 2, 3 poin untuk angka 3, 2 poin untuk angka 4 dan 1 poin untuk angka 5 keatas. akan mendapatkan 5 poin, angka 2 akan mendapatkan 4 poin, angka 3 akan mendapatkan 3 poin, angka 4 akan mendapatkan 2 poin, dan angka 5 keatas mendapatkan 1 poin.

Hasil survei yang dapat dilihat pada Tabel 2 diatas, menunjukkan faktor *promotion* (promosi) adalah faktor atau indikator yang utama atau penting bagi pasien dalam meningkatkan kepuasan berkunjung. Selanjutnya faktor kedua dan seterusnya yaitu *product* (produk), *process* (proses), *price* (harga) dan *place* (tempat), *people* (orang) dan faktor terakhir *physical evidence* (fasilitas fisik).

a. *Product* (produk)

Dilihat dari beberapa jenis produk yang menjadi pilihan pertama dalam proses penyembuhan yaitu obat yang diberi secara oral melalui mulut, baik pemberian obat generik atau obat paten. Perbedaan obat generik dan paten dapat dijelaskan bahwa obat generik adalah obat dengan masa paten sudah tidak berlaku, perusahaan farmasi diperbolehkan memproduksi obat tersebut dengan tidak perlu membayar royalti. Sedangkan obat paten, obat yang baru diproduksi dan

dipasarkan oleh perusahaan farmasi yang memiliki hak paten atas obat tersebut. Hasil rekapan kuesioner untuk jenis produk yang dipilih pasien dapat terlihat pada Tabel 3 dibawah ini;

Tabel 2. Jenis Produk yang Dipilih Pasien

Jenis Produk	Jumlah Informan	Poin	Persentase
Obat Paten	11	44	36.7
Obat Generik	19	95	63.3

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner, 2021

Hasil survei terlihat pada Tabel 3 diatas, menunjukkan jenis produk yang paling diminati adalah obat generik dan urutan kedua obat paten. Pemilihan obat generik yang lebih dominan disebabkan karena lebih ekonomis secara harga dan pasien menganggap fungsi dan kasiat obat generik hampir sama dengan obat paten. Pasien lebih memperhitungkan biaya pengobatan yang lebih ekonomis.

Obat memiliki banyak bentuk diantaranya ada pil (*pilulae*), kapsul (*capsule*), bubuk (*pulvis*), larutan (*solutiones*). Rekapitan hasil kuesioner yang berkaitan dengan bentuk obat yang mudah dikonsumsi pasien dapat ditunjukkan pada Tabel 4 dibawah ini:

Tabel 3. Bentuk Obat yang Mudah Dikonsumsi Pasien

Bentuk Obat	Jumlah Informan	Poin	Persentase
Pil (<i>pilulae</i>)	14	70	46,7%
Kapsul (<i>capsule</i>)	8	40	26,7%
Bubuk (<i>pulvis</i>)	4	12	13,3%
Larutan (<i>solutiones</i>)	4	12	13,3%

Sumber : Hasil Olah Kuesioner, 2021

Berdasarkan rekapan Tabel 4, menunjukkan bahwa bentuk obat yang paling diminati urutan pertama adalah pil (*pilulae*). Urutan kedua bentuk obat yang mudah dikonsumsi adalah kapsul (*capsule*), urutan ketiga berupa bubuk (*pulvis*) dan larutan (*solutiones*) adalah pilihan terakhir pasien.

b. *Price* (harga)

Harga yang dikenakan untuk biaya pengobatan di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto berkisar antara Rp. 45.000,00 hingga Rp. 100.000,00. Pengenaan harga tersebut telah disesuaikan dengan biaya angkut obat dan variabel yang bersangkutan lainnya. Harga tersebut merupakan harga yang cukup ekonomis untuk biaya pengobatan. Hasil rekap kuesioner terlihat bahwa kebanyakan informan 28 orang berpendapat bahwa Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto merupakan klinik yang mematok biaya pengobatan yang ekonomis, sedangkan 2 (dua) informan menganggap hal tersebut tidak sesuai. Kisaran

biaya pengobatan umum di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto yang diusulkan oleh 30 para informan berkisar Rp. 52.000,00, angka tersebut merupakan hasil rata-rata dari data yang didapatkan dari para informan.

c. Place (Tempat)

Tempat yang bersih dan rapi pasti akan memberikan kesan pertama pada pasien yang datang di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto. Tempat yang nyaman serta luas merupakan nilai tambah untuk kepuasan pasien itu sendiri. Menurut pendapat seluruh informan, lokasi atau tempat klinik memiliki lokasi yang strategis yang mudah untuk ditemukan. Sedangkan pendapat dari 25 informan secara kondisi klinik memiliki tempat yang nyaman dan bersih untuk pasien memeriksa maupun menunggu antrian, sedangkan 5 (lima) informan berpendapat bahwa klinik tersebut kurang dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan untuk pasien.

d. Promotion (promosi)

Promosi sangat dibutuhkan pada suatu usaha baik dalam bidang jasa maupun barang. Promosi memiliki beberapa tujuan seperti menyebarkan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial, mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut, dan menaikkan penjualan serta laba atau keuntungan. Berdasarkan hasil wawancara langsung kepada para informan, 27 diantaranya berpendapat bahwa promosi paket cek kesehatan yang diberikan sangat membantu pasien dalam mengetahui kondisi kesehatan mereka. Berbeda pendapat dengan 3 (tiga) informan lain yang beranggapan bahwa hal tersebut tidak membantu karena biaya per cek kesehatan dan satu paket kesehatan memiliki nilai yang tak berbeda jauh.

e. People (orang)

Orang atau karyawan yang bekerja pada suatu instansi atau perusahaan merupakan faktor pendukung yang sangat penting. Bagusnya kinerja atau performa karyawan akan terlihat berbanding lurus dengan capaian atau hasil bagus dalam perkembangan instansi atau perusahaan. Namun sebaliknya buruknya kinerja atau performa karyawan akan menunjukkan hasil buruk untuk instansi atau perusahaan. Seperti karyawan di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto semua kualitas kinerja dapat dilihat dari jam kerja yang diberlakukan, jumlah kehadiran karyawan, keterlambatan, dan masa kerja yang lama.

Administrasi merupakan gerbang pertama bagi pelanggan atau pasien untuk melakukan registrasi dan pengurusan pembuatan kartu rawat jalan. Rincian atau gambaran biaya diawal bisa dikeluarkan oleh bagian administrasi. Menurut 24 para informan berpendapat

bahwa karyawan bagian administrasi mendata dan melayani pasien dengan ramah, sedangkan 6 (enam) informan lainnya berpendapat sebaliknya.

Sudah menjadi sebuah kewajiban bagi seorang dokter melakukan pelayanan kesehatan mengenai membaktikan hidup guna kemanusiaan, tugas yang dijalankan terhormat dan memiliki susila berdasarkan etika profesi dokter. Hasil wawancara secara langsung oleh 27 informan berpendapat bahwa dokter yang bertugas memudahkan mereka dalam berkonsultasi mengenai kesehatan, berbeda dengan 3 (tiga) informan lainnya yang berpendapat bahwa dokter tidak memudahkan mendapat konsultasi kesehatan.

Apoteker memiliki peranan yang tidak kalah pentingnya. Seorang apoteker memiliki tugas untuk meracik obat resep, berkomunikasi dengan pember resep, dan memastikan keselamatan pasien. Dari 23 informan berpendapat bahwa apoteker memberikan penjelasan cara meminum obat dengan jelas, namun 7 (tujuh) informan beranggapan bahwa apoteker kurang dalam penyampaian informasi mengenai cara meminum obat.

f. Process (proses)

Proses dalam usaha dibidang jasa merupakan indikator yang penting untuk diperhitungkan, oleh karena itu proses harus lebih menjadi perhatian untuk mendapatkan kepuasan pada hati para pelanggan atau psaien. Dimana seluruh karyawan harus bergerak sesuai dengan prosedur yang berlaku untuk memberikan proses yang terbaik. Di Klinik/Praktik 24Jam dr. Hadi Susanto memiliki aturan tersendiri apabila ingin mendapatkan atau membuat surat keterangan sehat dengan membawa KTP asli atau *fotocopy*. Menurut hasil wawancara langsung sebanyak 22 informan merasa setuju dengan adanya peraturan tersebut, namun sebanyak 8 (delapan) informan lainnya merasa peraturan tersebut merepotkan bagi mereka.

Proses penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pelanggan atau pasien juga merupakan tanggung jawab instansi atau perusahaan. Memberikan pemahaman dan pengarahan yang baik dengan tujuan agar pasien merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Menurut 25 informan menyatakan bahwa prosedur klinik dalam penyelesaian masalah atau komplain yang dialami dilayani dengan baik, namun menurut 5 (lima) informan lainnya beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan dalam penyelesaian masalah atau komplain masih kurang baik.

g. Physical Evidence (fasilitas fisik)

Fasilitas fisik yang ada di Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto berupa tempat cuci tangan, nomer antrian, gedung atau bangunan, dan alat kesehatan yang digunakan. Gedung atau bangunan

merupakan hal utama karena dapat dilihat dan dinilai langsung oleh konsumen atau pasien yang datang. Dengan luas gedung seluas 70 m² dan mampu menampung jumlah antrian pasien sebanyak 8 (delapan) orang. Berdasarkan hasil wawancara langsung 24 informan berpendapat bahwa gedung yang digunakan cukup memadai untuk antrian pasien, namun 6 (enam) informan lainnya beranggapan bahwa luas gedung masih kurang untuk menunggu nomer antrian pemeriksaan.

Untuk menunjang kepuasan pelanggan peralatan yang digunakan perlu lebih spesifik atau menggunakan alat terbaru untuk hasil yang lebih valid. Seperti menggunakan komputer, menggunakan alat tensi darah digital, alat press puyer bubuk. Menurut 26 informan memberikan pendapat bahwa peralatan yang digunakan dokter untuk pemeriksaan menggunakan alat yang terbaru, sedangkan menurut 4 (empat) informan lainnya beranggapan bahwa alat-alat yang digunakan untuk pemeriksaan kesehatan masih perlu dilakukan pembaruan.

2. Apa komentar atau saran konsumen lainnya untuk Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto?

Hasil rekapan kuesioner ada beberapa komentar atau saran pasien untuk penyempurnaan kepuasan pasien adalah sebagai berikut : a) terdapat 8 (delapan) informan memberikan saran untuk tetap konsisten memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat; b) terdapat 1 (satu) informan memberikan saran bahwa alat pemeriksaan perlu dilakukan pembaharuan; c) terdapat 3 (tiga) informan memberikan komentar terhadap kebersihan diklinik masih kurang, maka perlu ditingkatkan lagi kebersihannya; d) terdapat 2 (dua) informan memberikan komentar bahwa harga yang ditentukan untuk biaya pemeriksaan dan pengobatan terjangkau dan ekonomis; e) terdapat 3 (tiga) informan memberikan saran untuk memperbaiki interior gedung dan memperluas wilayah klinik agar lebih nyaman; f) terdapat 6 (enam) informan memberikan komentar bahwa pelayanan di bagian administrasi yang diberikan kurang memuaskan terlebih saat melakukan pendaftaran; g) terdapat 6 (enam) informan memberikan saran agar memperbanyak ketersediaan atau *stock* obat lebih bervariasi, agar pasien tidak perlu menebus obat di apotek lainnya; h) terdapat 1 (satu) informan memberikan saran untuk apoteker agar memberikan penjelasan aturan minum obat secara lebih baik lagi.

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling penting dalam bauran pemasaran untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan pada Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto berturut-turut adalah promosi, produk, proses, harga, tempat, orang, fasilitas fisik. Penarikan kesimpulan;

1. *Product* (produk) yang menjadi pilihan pertama dalam proses penyembuhan yang akan digunakan adalah obat generik sebanyak 19 orang (63.3%) dengan poin sebesar 95. Bentuk produk yang lebih mudah dikonsumsi pelanggan adalah pil (*pilulae*) sebanyak 11 orang (36.7%) dengan poin sebesar 70.
2. *Price* (harga) yang dikeluarkan untuk berobat dikatakan ekonomis. Dengan kisaran biaya yang diharapkan oleh pelanggan Rp. 52.000,00.
3. *Place* (tempat) Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto memiliki lokasi yang mudah ditemukan. Memiliki tempat yang nyaman dan bersih untuk pemeriksaan dan ruang tunggu pasien.
4. *Promotion* (promosi) yang diberikan untuk pelanggan berupa paket cek kesehatan sangat membantu pelanggan dalam mengetahui kondisi kesehatan pelanggan.
5. *People* (orang) yang bekerja sebagai karyawan administrasi mendata pasien dengan ramah. Dokter yang bertugas memudahkan pelanggan dalam konsultasi kesehatan. Apoteker memberikan penjelasan cara minum obat dengan jelas.
6. *Process* (proses) yang diberikan dengan membawa KTP asli atau fotokopi KTP untuk mendapatkan surat sehat atau surat izin sakit cukup efisien. Prosedur penyelesaian masalah atau keluhan pelanggan dilayani dengan baik.
7. *Physical evidence* (fasilitas fisik) yang digunakan oleh dokter untuk pemeriksaan menggunakan peralatan yang terbaru. Gedung atau bangunan yang digunakan cukup memadai.

VI. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini dibuat sesuai dengan kajian ilmiah dengan menunjukkan beberapa implikasi sebagai berikut:

1. *Product* (produk) adalah hasil dari suatu proses produksi dalam wujud barang ataupun jasa yang selanjutnya diperjualbelikan di pasar. Di klinik kesehatan sendiri produk ini berupa obat dan sejenisnya. Hasil riset menunjukkan bahwa produk memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Implikasi kedepannya perusahaan perlu ekstra perhatian akan ketersediaan atau *stock* obat yang lebih banyak agar pelanggan atau pasien dimudahkan dalam proses pengobatan.
2. *Price* (harga) adalah sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh pasien saat melakukan pengobatan. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa harga yang diberikan cukup ekonomis sesuai dengan preferensi pasien. Implikasi kedepannya perusahaan dapat mempertahankan harga atau tidak menaikkan dengan mendadak.

3. *Place* (tempat) merupakan hal pertama yang nantinya akan menjadi penilaian oleh pasien yang datang. Riset ini memperlihatkan tempat memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien, Klinik/Praktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto memiliki tempat yang strategis dan tempat yang nyaman. Kedepan diharapkan dapat memperluas klinik agar dapat menampung jumlah pasien yang lebih banyak.
4. *Promotion* (promosi) merupakan hal terpenting dalam membangun sebuah usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klinik/Parktik Bersama 24Jam dr. Hadi Susanto perlu melakukan promosi dengan cara memberikan diskon terhadap pasien yang akan periksa, cek kesehatan atau membuat surat keterangan sehat. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pasien.
5. *People* (orang) adalah karyawan yang bertugas disetiap bagian perusahaan atau instansi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan melakukan tugasnya dengan baik dan benar. Namun untuk kemajuan klinik kedepannya diharapkan untuk memperbanyak jumlah karyawan atau memberikan pelatihan pada karyawan agar pelayanan yang diberikan dapat semaksimal mungkin.
6. *Process* (proses) adalah kegiatan pelayanan yang terlihat dalam suatu rangkaian proses yang dimulai dari bagian *customer service* perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pasien. Implikasi kedepan, perhatian dan perbaikan lagi terkait proses pelayanan agar kepuasan pasien dapat terwujud. Terwujudnya kepuasan pasien akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan.
7. *Physical evidence* (fasilitas fisik) terwujud dalam bentuk benda atau yang bisa dibendakan, memiliki fungsi yang dapat membuat menjadi mudah demi kelancaran usaha. Riset memperlihatkan fasilitas fisik memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pasien. Implikasi, perusahaan atau instansi memiliki agenda penting untuk lebih memperhatikan fasilitas fisik seperti gedung atau bangunan, alat yang digunakan, tempat cuci tangan. Hal ini perlu diperhatikan untuk

memberikan kesan pertama yang baik kepada pasien.

Disamping implikasi diatas, riset ini memiliki beberapa keterbatasan dapat dirinci sebagai berikut:

1. Teknik pengambilan data melalui pembagian kuesioner kepada informan, jawaban informan tidak memperlihatkan kondisi sesungguhnya (kelabilan jawaban informan).
2. Keterbatasan jumlah sampling/informan dalam riset dimana jumlahnya hanya 30 informan, sedangkan jumlah pasien klinik mencapai ribuan orang. Kondisi dilapangan yang sesungguhnya masih terlihat kurang menggambarkan.

Dengan adanya keterbatas tersebut maka peneliti mengharapkan adanya penelitian lanjutan yang lebih komprehensif terkait variabel atau indikator yang belum sempat diteliti dan jumlah informan yang lebih banyak lagi.

VII.DAFTAR PUSTAKA

- (1) Abbas, F. (2015). Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda). *eJournal Administrasi Bisnis*.
- (2) Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- (3) Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- (4) Juniardi, A., Haerani, S., & Munir, A. R. (2018). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City Center. *Hasanuddin Journal of Aplied Business and Entrepreneurship*.
- (5) Moensaku, P. Y., & Kune, S. J. (2016). Implementasi *Marketing Mix* Pada Pemasaran Abon Ikan di Kelurahan Humusu C, Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus Pada Kelompok Abon "Pantura"). *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*.
- (6) Mulyati, Y., & Afriana, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan

(Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis.

- (7) Nuraeni, L., & Harnanik. (2017). Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Kripik Bhineka di Desa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. *Economic Education Analysis Journal*.
- (8) Putra, Y. P., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2016). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Ekspor (Studi pada Bali Pasadena Rattan). *Jurnal Administrasi Bisnis*.