

Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pemanfaatan Ulang Ruang Rawat Inap di Rumah Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran 7P

Dian Ekawati

Institut Kesehatan Immanuel, Indonesia

Email: dianekawati309@gmail.com

Abstrak

Rumah sakit adalah pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna, meliputi promosi, pencegahan, pengobatan, dan rehabilitasi, dengan memberikan pelayanan gawat darurat, rawat jalan, dan rawat inap. Jenis penelitian ini adalah penelitian campuran (mixed method). Berdasarkan rumusan pertanyaan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan pemanfaatan kembali ruang rawat inap di Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi ditinjau dari bauran pemasaran 7P.

Kata Kunci: *Aspek Bauran, Pemasaran, Ruang Rawat Inap*

Abstract

Hospital is a health service that provides complete individual health services, including promotion, prevention, treatment, and rehabilitation, by providing emergency, outpatient and inpatient services. This type of research is a mixed method. Based on the formulation of the questions above, the purpose of this study is to find out what factors are related to the reuse of inpatient rooms at Mitra Anugrah Lestari Hospital (RS.MAL) Cimahi in terms of the 7P marketing mix.

Keywords: *aspects of mix, marketing, inpatient room*

PENDAHULUAN

Rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna (meliputi promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif) dengan menyediakan pelayanan gawat darurat, rawat jalan dan rawat inap (Kristiana, 2020). Rumah sakit umum didefinisikan sebagai rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan untuk semua bidang dan jenis penyakit, sementara rumah sakit khusus adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan utama pada satu bidang atau jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit atau kekhususan lainnya (Paramita & Ayuningtyas, 2021). Rumah sakit tidak boleh dipandang sebagai suatu entitas yang terpisah dan berdiri sendiri dalam sistem kesehatan, rumah sakit adalah bagian dari sistem kesehatan dan perannya adalah mendukung pelayanan kesehatan dasar melalui penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas rujukan. Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan memiliki peran yang strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Peran strategis ini karena rumah sakit merupakan organisasi yang padat teknologi, padat modal, padat karya, bahkan sampai padat masalah. Peran tersebut dewasa ini semakin menonjol mengingat pesatnya perubahan, transformasi epidemiologi penyakit, perubahan

IPTEK, perubahan struktur sosio-ekonomi masyarakat yang menuntut layanan kesehatan yang lebih bermutu, ramah dan sanggup memenuhi kebutuhan yang selalu menginginkan perbaikan dalam segi pelayanan (Islamey, 2016).

Produk yang diberikan rumah sakit adalah pelayanan kesehatan yang pada hakikatnya adalah komoditas berupa jasa (*service*). Jasa itupun tergolong pada jasa yang melekat pada si pemberi jasa (*people based*) dimana pemberi jasa adalah orang-orang ahli di bidangnya (*professional workers*). Pelayanan jasa dalam bidang kesehatan sangat mempengaruhi tingkat kunjungan pasien. Peningkatan tersebut memicu timbulnya persaingan antar rumah sakit. Oleh sebab itu, pihak rumah sakit dituntut untuk lebih bekerja keras dan kreatif lagi dalam menarik para pasien yakni dengan mengembangkan strategi pemasaran (Saputra & Saputra, 2021). Promosi biasanya digunakan untuk mempersuasi pelanggan. Harga juga dapat menciptakan sinyal mutu, yang mana harga yang tinggi dapat dipersepsikan memiliki kualitas yang tinggi walaupun tidak selalu. Selain itu, lokasi yang baik juga merupakan keunggulan yang penting untuk produk dan jasa yang mana memudahkan konsumen untuk memperoleh produk dan jasa tersebut.

Setiap rumah sakit harus dapat mengidentifikasi secara formal kebutuhan dan permasalahan pemasarannya, bukan sekedar menerka-nerka atau dengan cara menggunakan hasil identifikasi dari rumah sakit lain untuk menyusun strategi pemasarannya, karena dengan dilakukannya identifikasi secara formal maka semua masalah penting akan terungkap (Indrawan, 2020). Apa sebenarnya masalah pemasaran yang dihadapi oleh rumah sakit adalah adanya kesenjangan antara apa yang ditawarkan rumah sakit dengan apa yang sesungguhnya dibutuhkan dan diharapkan klien/pasien. Salah satu cara untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh klien atau pasien adalah dengan cara mengidentifikasinya menggunakan *marketing mix tools* atau bauran pemasaran.

Tugas pemasaran di rumah sakit tidak dibebankan sepenuhnya kepada petugas pemasaran saja, tetapi semua personil rumah sakit juga ikut berperan. Sebagai contoh, pelayanan medis yang dilakukan oleh perawat di instalasi rawat inap yang memberikan perasaan puas terhadap pasien menyebabkan pasien berkeinginan untuk kembali lagi menggunakan produk di rumah sakit tersebut sewaktu-waktu bila memerlukan. Keberhasilan tersebut mempengaruhi pemanfaatan ruang rawat inap yang merupakan salah satu bagian integral dari kegiatan jasa pelayanan kesehatan juga akan memberikan kontribusi sangat berarti bagi rumah sakit. Perawat yang profesional akan memberikan pelayanan kesehatan seoptimal mungkin kepada pasiennya. Keprofesionalan tersebut turut mendukung keberhasilan pemasaran di rumah sakit. Masih relatif kurangnya pasien rawat inap di beberapa rumah sakit merupakan suatu permasalahan yang harus diketahui penyebabnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi seperti biaya rumah sakit yang masih relatif mahal dirasakan oleh sebagian masyarakat, pelayanannya yang berupa pelayanan administrasinya masih kurang, waktu pelayanan yang lama, proses pelayanan yang menyulitkan pasien, petugas yang kurang ramah dan tidak cepat tanggap, keadaan tempat pelayanan seperti ruangan perawatan dan ruangan yang tidak memenuhi syarat, tempat parkir yang kurang luas, informasi pelayanan yang ada kurang jelas bagi sebagian masyarakat awam serta sumber daya manusia yang tersedia kurang memiliki kemampuan di dalam bidangnya (Islami & Fitria, 2019). Hal-hal tersebutlah yang bisa menghambat jumlah kunjungan pasien pada suatu rumah sakit. Mengingat pentingnya bauran pemasaran khususnya pada pelayanan rawat inap maka perlu dilaksanakan dan diterapkan dengan sebaik-baiknya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat pada masa sekarang maupun persaingan di masa yang akan datang. Rumah sakit yang sukses di masa mendatang adalah rumah sakit yang memiliki daya saing. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepuasan kepada konsumen atau pasien melalui penyampaian produk atau jasa kesehatan yang bermutu dengan harga bersaing (Aditama, 2002).

Berdasarkan data dari Buku Profil Kesehatan Kota Cimahi Tahun 2020, cakupan kunjungan rawat inap di kota Cimahi adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Cakupan Pemanfaatan Rawat Inap RS di Kota Cimahi

No.	Rumah Sakit	BOR	AVLOS	TOI	BTO
		Nilai Ideal			
		60-80%	6-9hr	1-3hr	40-50kl
1.	RS. Cibabat	77,5	4	1	67
2.	RS.Dustira	75,1	3	1	73
3.	Kasih Bunda	86,6	3	1	97
4.	RS.Avicena	66,9	4	2	80
5.	RS. Mitra Kasih	80,3	4	1	87
6.	RS. Mitra Anugrah Lestari	58,8	4	3	47
	Kota Cimahi	74,9	3,83	1,42	75,23

Sumber : Buku Profil Kesehatan Kota Cimahi Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah pasien keluar di kali jumlah kapasitas tempat tidur di kali 100%, angka yang menunjukkan presentase tempat tidur yang digunakan dalam satu tahun (BOR) adalah 74,9% masih di dalam batas rata-rata nilai ideal. Untuk periode hari rawat (AVLOS) masih di angka 3,83, masih di bawah nilai ideal 6-9 hari. Untuk jumlah hari sebuah tempat tidur tidak terisi, yaitu waktu antara sebuah tempat tidur ditinggalkan pasien sampai dengan saat ditempati lagi oleh pasien lain berikutnya (TOI) adalah 1,42 hari, hal ini masih dalam batas nilai ideal 1-3 hari. Untuk tingkat penggunaan sebuah tempat tidur, rata-rata jumlah pasien yang menggunakan setiap tempat tidur dalam tahun (BTO) adalah 75,23 kali, hal ini melebihi nilai ideal 40-50 kali per tahun.

Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) beralamat di Jalan Cibaligo No.76 Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi Tengah Cimahi, adalah rumah sakit yang berawal dari sebuah poliklinik kemudian berkembang menjadi Rumah Sakit Umum yang dilengkapi dengan tenaga medis professional. Kini rumah sakit Mitra Anugrah Lestari telah "Terakreditasi Penuh Tingkat Dasar" dari Komisi Akreditasi Rumah Sakit, dan berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan RI, RS.MAL ini masuk pada kategori rumah sakit tipe C yaitu rumah sakit yang memiliki fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit 4 spesialis dasar dan 4 penunjang medik spesialis. RS.MAL mempunyai motto "Melayani Dengan Cinta Dan Perhatian" (With Love and Care). RS.MAL memiliki fasilitas Rawat Jalan, Rawat Inap, Layanan Gizi, dan Penunjang Medik lainnya seperti Laboratorium, Farmasi dan Rehabilitasi Medik. Instalasi Rawat Jalan memiliki layanan : Instalasi Gawat Darurat, Klinik Penyakit Dalam, Klinik Anak, Klinik Bedah Umum, Klinik Kebidanan dan Kandungan, Klinik Paru, Klinik Kesehatan Jiwa, Klinik Jantung, Klinik Periodonsia, Klinik RHM, Klinik THT, Klinik Gigi, Klinik Bedah Mulut, Klinik Mata, Klinik Kesehatan Ibu / Anak, Klinik Penyakit Syaraf / Neurologi, Klinik Orthopedi & Traumatologi, Bedah Minor, Keluarga Berencana, Konsultasi Gizi, Konsultasi Dokter Umum, Khitan, Medical Check-up. Untuk Ruang Rawat Inap terdapat pelayanan perawatan yang nyaman mendukung penyembuhan yang sempurna, dapat memilih kamar-kamar perawatan yang bersih dan nyaman dalam golongan : VIP, Kelas I, II dan III, Ruang ICU, NICU, dan PICU, Ruang Operasi dan Ruang Bersalin, untuk jumlah total masing-masing ruangan adalah : VIP = 2 ruang, Kelas 1 = 7 ruang, Kelas 2 = 17 ruang, Kelas 3 = 65 ruang, Ruang Operasi = 2 ruang, PICU = 2 ruang, NICU = 1, HCU = 2 ruang, Kamar Bersalin = 20 ruang, Kamar Bayi = 21 ruang dan Ruang Isolasi = 11 ruang.

Masih berdasarkan tabel 1 di atas, untuk pemanfaatan pelayanan ruang rawat inap di RS.MAL dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah pasien keluar di kali jumlah kapasitas tempat tidur di kali 100%, angka yang menunjukkan presentase tempat tidur yang digunakan dalam satu tahun (BOR) adalah 58,3% dan hal ini di bawah batas rata-rata nilai ideal 60-80%. Untuk periode hari rawat (AVLOS) masih di angka 4, masih di bawah nilai ideal 6-9 hari. Untuk jumlah hari sebuah tempat tidur tidak terisi, yaitu waktu antara sebuah tempat tidur ditinggalkan pasien sampai dengan saat ditempati lagi oleh pasien lain berikutnya (TOI) adalah 3 hari, hal ini masih dalam batas nilai ideal 1-3 hari walaupun sudah batas atas. Untuk tingkat penggunaan sebuah tempat tidur, rata-rata jumlah pasien yang menggunakan setiap tempat tidur dalam tahun (BTO) adalah 47 kali, hal ini melebihi nilai ideal 40-50 kali per tahun walaupun hanya sedikit melebihi batas bawah nilai ideal (Ma'arifa, 2020).

Berdasarkan paparan di atas, diperlukan kegiatan-kegiatan bauran pemasaran jasa dan untuk bisa melihat apa hubungannya kepada pemanfaatan unit rawat inap di rumah sakit ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : "Faktor-faktor yang berhubungan dengan pemanfaatan ruang rawat inap di Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi ditinjau dari aspek Bauran Pemasaran Jasa 7P". Bauran pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk (product), harga (price), lokasi (place), promosi (promotion), orang (people), proses (process), dan bukti fisik (physical evidence) (Kereh, Tumbel, & Loindong, 2018).

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berhubungan dalam pemanfaatan ulang ruang rawat inap di Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi ditinjau dari aspek bauran pemasaran 7P.

METODE

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian campuran (*mixed methods*). Jenis penelitian campuran ini digunakan dengan alasan untuk lebih memahami masalah penelitian dengan mengkonvergensi (atau mentriangulasi) data kuantitatif yang berupa angka-angka dan data kualitatif yang berupa rincian-rincian deskriptif (Irma, Muttaqin, & Majid, 2022). Metode campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan atau mengasosiasikan bentuk *kualitatif* dan bentuk *kuantitatif*. Pendekatan ini melibatkan asumsi-asumsi filosofis, aplikasi pendekatan-pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dan pencampuran (*mixing*) kedua pendekatan tersebut dalam satu penelitian, dengan kata lain metode campuran adalah metode yang menggabungkan dua pendekatan sekaligus yaitu pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini pun digunakan strategi metode campuran konkuren/satu waktu (*concurrent mixed methods*). Strategi metode campuran konkuren merupakan prosedur-prosedur dimana di dalamnya peneliti mempertemukan atau menyatukan data kuantitatif dan data kualitatif untuk memperoleh analisis komprehensif atas masalah penelitian, dalam strategi ini, peneliti mengumpulkan dua jenis data tersebut pada satu waktu, kemudian menggabungkannya menjadi satu informasi dalam interpretasi hasil keseluruhan (Rahmadi, 2017).

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS. MAL) Cimahi. Penelitian ini dimulai dengan melakukan studi pendahuluan pada bulan April 2022 dan pengambilan data akan berlangsung selama bulan Juni - Agustus 2022.

Tidak ada sampling pada penelitian ini, karena seluruh pasien yang sedang mendapat pelayanan di ruang rawat inap menjadi populasinya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pasien di ruang rawat inap Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi pada tahun 2022, ditambah dengan pihak manajemen rumah sakit dalam hal bagian pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

RS. Mitra Anugrah Lestari (RS. MAL) berdiri pada tanggal 5 Juli 1997 pada awalnya berbentuk Poliklinik dan Rumah Bersalin. Pada tanggal 26 Mei 2001 berdasarkan SK Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung Nomor 442 / 001 / RS-YANKES / VI / 2001, Poliklinik dan Rumah Bersalin Mitra Anugrah Lestari mendapat kepercayaan dan izin dari Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung, menjadi berstatus Rumah Sakit. Pada tanggal 29 Desember 2006 mendapat Ijin Penyelenggaraan Rumah Sakit dari Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor YM.02.04.3.5.6494. Pada tahun 2011 mendapat izin Penyelenggaraan Rumah Sakit dari Walikota Cimahi Nomor 503.36/001/1566/KPPT/2011, Tentang Operasional Rumah Sakit Umum Klasifikasi Kelas C, sebagai lembaga kemanusiaan, Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari mempunyai misi kemanusiaan yakni untuk memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dengan memperhatikan setiap pasien sebagai insan yang memerlukan pertolongan, perawatan dan pelayanan yang manusiawi serta mengutamakan fungsi sosial dalam pelayanannya sesuai dengan dasar saling mengasihi dan menyayangi sesama manusia, sebagai suatu perwujudan ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa. Sesuai dengan cita-cita pendiri yayasan RS. Mitra Anugrah Lestari bahwa tidak semata-mata hanya mencari keuntungan semata (Not Profit Oriented) dan telah diwujudkan dengan bekerjasama dengan pemerintah dalam program BPJS.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di ruang rawat inap RS.MAL yang dirawat pada saat pengambilan data yaitu tanggal 27 Juli, 2 Agustus dan 10 Agustus 2022 adalah sebagai berikut : laki-laki berjumlah 13 orang dan perempuan berjumlah 17 orang. Karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut : usia 20 – 24 tahun sebanyak 4 orang, usia 25 – 29 tahun sebanyak 5 orang, usia 30 – 34 tahun sebanyak 4 orang, usia 35 – 39 tahun sebanyak 4 orang, usia 40 – 44 tahun sebanyak 4 orang, usia 45 – 49 tahun sebanyak 2 orang dan diatas usia 50 tahun sebanyak 5 orang. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut : wiraswasta sebanyak 3 orang, karyawan swasta sebanyak 16 orang, buruh sebanyak 2 orang dan tidak bekerja sebanyak 9 orang. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan adalah sebagai berikut : tingkat Pendidikan SD sebanyak 3 orang, tingkat Pendidikan SMP sebanyak 3 orang, tingkat pendidikan SMA sebanyak 14 orang, tingkat pendidikan Diploma sebanyak 5 orang dan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 5 orang. Karakteristik responden berdasarkan sumber pembiayaan adalah sebagai berikut : pasien umum (bayar tunai) adalah sebanyak orang 1 orang, pasien yang dibiayai oleh perusahaan (iuran BPJSnya dibayarkan oleh perusahaan tempat dia bekerja) adalah sebanyak 18 orang, membayar sendiri iuran BPJSnya (BPJS mandiri) adalah sebanyak 7 orang, iuran BPJSnya dibayarkan oleh pemerintah/PBI) adalah sebanyak 4 orang, selanjutnya adalah karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan adalah sebagai berikut : pendapatan < Rp.1.500.000 adalah sebanyak 8 orang, pendapatan antara Rp.1.500.000 – Rp.3.000.000 adalah sebanyak 16 orang dan pendapatan di atas Rp.3.000.000 adalah sebanyak 6 orang.

Penjelasan Jawaban Responden

1. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Produk (*Product*).

Penjelasan jawaban responden terhadap pasien mengetahui diagnosa penyakit yang pasien derita sebagai berikut : responden menjawab sangat setuju sebesar 80% atau sebanyak 24 orang dan menjawab setuju sebesar 20% atau sebanyak 6 orang. Menurut responden dokter dan atau perawat memberitahukan diagnosa penyakit yang diderita. Penjelasan responden terhadap pasien mengetahui fungsi obat yang diberikan sebagai berikut : responden menjawab sangat setuju sebesar 83,3% atau sebanyak 25 orang, menjawab setuju sebesar 13,3% atau sebanyak 4 orang, dan sangat tidak setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang. Menurut responden, pasien

diberitahukan fungsi obat-obatan yang harus mereka minum. Penjelasan responden terhadap pasien mengetahui fungsi obat-obatan yang harus mereka minum, sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 90% atau 27 orang, menjawab setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, dan menjawab sangat tidak setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang. Menurut responden pasien diberitahukan fungsi obat-obatan yang harus mereka minum.

2. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Harga (Price).

Penjelasan jawaban responden terhadap tarif di RS. MAL sesuai dengan kemampuan pasien sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 100% atau sebanyak 30 orang, menurut responden tarif pelayanan rawat inap di RS.MAL sesuai dengan kemampuan. Penjelasan responden terhadap harga kamar perawatan sesuai dengan fasilitas yang tersedia adalah : menjawab sangat setuju sebesar 100% atau sebanyak 30 orang, menurut responden fasilitas yang diberikan di ruang rawat inap RS.MAL sesuai dengan harga kamar.

3. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Tempat (Place).

Penjelasan jawaban responden terhadap lokasi RS.MAL strategis (berdekatan dengan pasar, bank, tempat kuliner) adalah : menjawab sangat setuju sebesar 90% atau sebanyak 27 orang, menjawab setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang dan menjawab sangat tidak setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden lokasi RS. MAL cukup strategis berdekatan dengan pasar Cibaligo, Bank BRI, dan warung-warung nasi. Penjelasan responden terhadap RS. MAL mudah diakses (dapat dijangkau oleh transportasi umum, dekat dengan rumah, dekat dengan tempat kerja) adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 93,3% atau sebanyak 28 orang, menjawab kurang setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang dan menjawab sangat tidak setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden RS. MAL mudah dijangkau oleh transportasi umum yaitu angkutan kota jurusan Cimahi – Cimindi dan Cimahi - Cibeber, juga jaraknya tidak jauh dari pintu keluar tol Baros yaitu hanya 2,2 km atau bisa ditempuh dalam waktu 6 menit, juga tidak jauh dari tempat tinggal, karena pasien yang berobat ke RS. MAL kebanyakan bertempat tinggal daerah sekitar rumah sakit yaitu dari Jalan Cibaligo, Leuwigajah, Cimindi, Baros dan sekitarnya, juga pasien-pasien yang datang ke RS. MAL berasal dari pabrik-pabrik sekitar RS. MAL.

4. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Promosi (Promotion).

Penjelasan jawaban responden terhadap promosi yang dilakukan oleh RS. MAL, bahwa pasien dapat mengetahui keberadaan RS. MAL dari laman Facebook RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, menjawab setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menjawab kurang setuju sebesar 13,3% atau sebanyak 4 orang, menjawab tidak setuju sebesar 46,7% atau sebanyak 14 orang dan menjawab sangat tidak setuju sebesar 30% atau sebanyak 9 orang, menurut responden mereka tidak mengetahui keberadaan RS. MAL dari laman Facebook RS. MAL. Penjelasan responden terhadap promosi yang dilakukan oleh RS. MAL, bahwa pasien dapat mengetahui keberadaan RS. MAL dari laman Instagram RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, menjawab setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menjawab kurang setuju sebesar 13,3% atau sebanyak 4 orang, menjawab tidak setuju sebesar 46,7% atau sebanyak 14 orang dan menjawab sangat tidak setuju sebesar 30% atau sebanyak 9 orang, menurut responden mereka tidak mengetahui keberadaan RS. MAL dari laman Instagram RS. MAL. Penjelasan responden terhadap promosi yang dilakukan oleh RS. MAL, bahwa pasien dapat mengetahui keberadaan RS. MAL dari Youtube RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, menjawab setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menjawab kurang setuju sebesar 13,3% atau sebanyak 4 orang, menjawab tidak setuju sebesar 46,7% atau sebanyak 14 orang dan menjawab sangat tidak

setuju sebesar 30% atau sebanyak 9 orang, menurut responden mereka tidak mengetahui keberadaan RS. MAL dari laman Youtube RS. MAL. Penjelasan responden terhadap promosi yang dilakukan oleh RS. MAL, bahwa pasien dapat mengetahui keberadaan RS. MAL dari Podcast RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab kurang setuju sebesar 23,3% atau sebanyak 7 orang, menjawab tidak setuju sebesar 46,7% atau sebanyak 14 orang, dan sangat tidak setuju sebesar 30% atau sebanyak 9 orang, menurut responden mereka tidak mengetahui keberadaan RS. MAL dari laman Podcast RS. MAL. Penjelasan responden terhadap promosi yang dilakukan oleh RS. MAL, bahwa pasien dapat mengetahui keberadaan RS. MAL dari teman / saudara adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 100% atau sebanyak 30 orang, menurut responden mereka mengetahui keberadaan RS. MAL dari teman, saudara dan atasan di tempat kerja.

5. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Orang (People)

Penjelasan Jawaban Responden terhadap Proses (*Process*)

Penjelasan jawaban responden terhadap kemudahan dan kecepatan proses pendaftaran rawat inap adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 93,3% atau sebanyak 28 orang dan menjawab setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 3 orang, menurut responden proses pendaftaran rawat inap mudah dan cepat, karena proses pendaftaran rawat inap dilakukan oleh petugas yang berwenang dan kompeten, terampil dan sesuai dengan spesifikasi tugasnya. Penjelasan jawaban responden terhadap kejelasan informasi saat akan dilakukan tindakan adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 93,3% atau sebanyak 28 orang dan menjawab setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, menurut responden, mereka diberikan informasi yang jelas saat akan dilakukan tindakan, misalnya ketika akan dilakukan tindakan pemasangan kateter, infus, dan alat-alat deteksi kesehatan lainnya.

6. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Bukti Fisik (Physical Evidence)

Penjelasan jawaban responden terhadap papan nama RS.MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 90% atau sebanyak 27 orang, menjawab setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, dan menjawab sangat tidak setuju sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, menurut responden papan nama RS. MAL dapat terlihat dengan jelas. Penjelasan jawaban responden terhadap jalan masuk ke RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju sebesar 96,7% atau sebanyak 28 orang dan menjawab setuju sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden jalan masuk ke RS.MAL mudah terlihat dan mudah dilalui. Penjelasan jawaban responden terhadap lahan parkir adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju adalah sebesar 56,7% atau sebanyak 17 orang, menjawab setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menjawab kurang setuju adalah sebesar 10% atau sebanyak 3 orang, menjawab sangat tidak setuju adalah sebesar 30% atau sebanyak 9 orang, menurut responden lahan parkir yang tersedia cukup luas. Penjelasan jawaban responden terhadap desain eksterior (luar) RS.MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju adalah sebesar 83,3% atau sebanyak 25 orang, menjawab setuju adalah sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, menjawab kurang setuju adalah sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, dan menjawab sangat tidak setuju adalah sebesar 3,3% atau 1 orang, menurut responden desain eksterior (luar) RS.MAL rapi dan menarik. Penjelasan jawaban responden terhadap desain interior (dalam) RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju adalah sebesar 83,3% atau sebanyak 25 orang, menjawab setuju adalah sebesar 10% atau sebanyak 3 orang, menjawab kurang setuju adalah sebesar 3,3% atau 1 orang, dan menjawab sangat tidak setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden desain interior (dalam) RS.MAL rapi dan menarik. Penjelasan jawaban responden terhadap keteraturan, kerapian dan kebersihan ruang rawat inap RS.MAL adalah sebagai berikut : sangat setuju adalah sebesar 93,3%, setuju adalah sebesar 3,3%, kurang setuju adalah sebesar 3,3%, menurut responden ruang rawat inap RS.MAL teratur, rapi dan

bersih. Penjelasan jawaban responden terhadap kebersihan kamar mandi ruang rawat inap RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju adalah sebesar 93,3% atau sebanyak 28 orang, menjawab setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menjawab kurang setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden kamar mandi RS. MAL terjaga kebersihannya. Penjelasan jawaban responden terhadap ketersediaan kantin RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat tidak setuju adalah sebesar 100% atau sebanyak 30 orang, menurut responden sangat perlu tersedia kantin di dalam lingkungan RS. MAL agar pengantar pasien, penunggu pasien, keluarga lainnya dapat membeli keperluan makan dan minum, supaya tidak usah keluar lingkungan rumah sakit. Penjelasan jawaban responden terhadap adanya penunjuk arah yang jelas di lingkungan RS. MAL adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju adalah sebesar 93,3% atau sebanyak 28 orang, menjawab setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menjawab kurang setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden terdapat penunjuk arah yang jelas seperti arah masuk dan keluar, arah menuju lift, nama lantai, nama ruangan, lokasi kasir, lokasi farmasi, lokasi radiologi dan lokasi laboratorium. Petunjuk arah di rumah sakit berperan penting menavigasi pengunjung yang sedang bergegas atau fokus dengan hal lain. Petunjuk arah ini membantu pengunjung yang awam dengan lingkungan rumah sakit, untuk bisa menemukan tempat yang mereka cari dengan cepat, dengan adanya penunjuk arah di lingkungan rumah sakit, manfaat yang diperoleh pasien, pengunjung dan staf akan lebih maksimal. Salah satu yang dilakukan pasien dan keluarga pasien di rumah sakit adalah menunggu, terkadang untuk jangka waktu yang cukup lama, mengetahui di mana kita berada, ke mana kita akan pergi dan apa yang diharapkan, dapat mengurangi tingkat stres saat berada di rumah sakit.

7. Penjelasan Jawaban Responden terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap di RS. MAL

Penjelasan jawaban responden terhadap pemanfaatan ulang pelayanan rawat inap RS. MAL jika terjadi sakit lagi adalah sebagai berikut : menjawab sangat setuju adalah sebesar 90% atau sebanyak 27 orang, menjawab setuju adalah sebesar 6,7% atau sebanyak 2 orang, dan menjawab sangat tidak setuju adalah sebesar 3,3% atau sebanyak 1 orang, menurut responden bahwa responden akan memanfaatkan kembali pelayanan rawat inap RS. MAL jika di masa mendatang terjadi sakit, kebanyakan dikarenakan lokasi rumah sakit dekat dengan rumah, pelayanannya baik, sudah hafal tata letak rumah sakit dan sudah mengenal sebagian perawatnya.

Hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada bagian marketing RS.MAL, apakah ada bagian marketing dan kapan terbentuknya, diperoleh jawaban bahwa bagian marketing sudah ada sejak RS. MAL berdiri, yaitu sejak Bulan Juli Tahun 1997, sejak masih berbentuk poliklinik dan rumah bersalin, kemudian peneliti lanjut bertanya apa saja tujuan dan fungsi bagian marketing di RS. MAL. Bagian Marketing pun menjawab : “secara garis besar bertanggung jawab terhadap pemasaran rumah sakit sehingga rumah sakit ini bisa dikenal dan mendatangkan pasien. “Sudah cukup banyak yang dilakukan oleh bagian pemasaran RS. MAL, dari awalnya me-maintenance rekanan supaya tetap mengirim pasien, mencari rekanan yang baru, mem-follow up rekanan, membuat brosur, membuat kegiatan untuk memasarkan, pernah juga memberikan edukasi kepada masyarakat sambil promosi di TVRI Jawa Barat melalui acara Dokter Kita yaitu pada tanggal 31 Agustus 2021 dengan tema Penanganan Awal Trauma di Rumah, dengan narasumber dr. Fitriardi Sejati, Sp.B, FINACS, dan dr. Vina Dwitia, Sp.B., M.Kes., mereka adalah dokter kami yang berpraktik di Poli Bedah RS.MAL, kemudian dilaksanakan kembali pada tanggal 19 Oktober 2021 dengan tema Hipnotherapy di Era Vaksinasi Covid 19, di acara yang sama yaitu acara Dokter Kita, sebagai narasumbernya adalah Dewi N Susanto, dr. CHT., Cl., dipl., CIBTAC dan Lucky Wardani, dr., mereka adalah dokter kami yang berpraktik di UGD RS. MAL”. Untuk Lucky Wardani, dr., menjabat juga menjadi Kepala Bidang Pelayanan Medis dan juga Ketua Manajemen Risiko di RS. MAL. Peneliti pun

menanyakan apakah ada perbedaan jumlah pasien sebelum dan sesudah ada bagian pemasaran dibentuk, bagian pemasaran pun kembali menjawab, “ada penambahan jumlah pasien dan jumlah perusahaan yang menjadi rekanan”, selanjutnya peneliti menanyakan adakah perusahaan yang bekerjasama dengan RS. MAL, bagian pemasaran pun menjawab : “ada, jumlahnya 11 perusahaan yang menjadi rekanan RS. MAL”, kemudian peneliti menanyakan perusahaan mana yang dominan mengirimkan pasien ke RS. MAL, bagian pemasaran menjawab : “PT. DEWASUTRA TEX dan juga PT. GRAHA bu”. “Total mereka bisa kirim pasien 100 orang / bulan, kalau untuk perusahaan GRAHA lebih sedikit di 70 orang/ bulan nya”. Hal apa yang dilakukan untuk membina hubungan sehingga terus terbina dengan baik, dijawab :”untuk membina hubungan dengan perusahaan yang sudah bekerja sama, maka kami berusaha selalu memenuhi harapan pelanggan, menjalankan apa yang ada di isi perjanjian kerjasama, melakukan komunikasi secara intens, menanggapi segera apabila ada keluhan yang disampaikan dengan cepat dan tepat.”. Peneliti pun menanyakan strategi marketing apa yang akan dilakukan pada tahun 2023 yang berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, dijawab : “ akan lebih mengutamakan penyebarluasan informasi melalui brosur-brosur yang disebar ke puskesmas-puskesmas, ke pemberi pelayanan kesehatan tingkat I lainnya dan lebih gencar lagi promosi di media sosial”. Peneliti juga menanyakan apakah tarif pelayanan di RS.MAL bersaing dengan tempat lain, dijawab : “RS ini berdiri sudah cukup lama, sementara tiap tahun ada saja RS baru yang muncul, makanya jelas harus bersaing sehat, dengan mensurvei harga pesaing dan kami paling jarang naik tarif, dan sampai saat ini tarif pelayanan di RS. MAL adalah yang paling rendah dari rumah sakit-rumah sakit sekitarnya”. Peneliti pun lanjut menanyakan strategi apa yang paling efektif untuk meningkatkan kunjungan pasien. Bagian pemasaran pun menjawab : “Untuk kepesertaan BPJS, dengan cara sosialisasi ke puskesmas karena sistemnya rujukan berjenjang. Untuk pasien perusahaan dengan sosialisasi ke dokter perusahaan. Untuk pasien umum dengan marketing dari mulut ke mulut dan marketing internal yaitu semua pegawai RS. MAL mempromosikan RS. MAL ke keluarga, saudara, teman dan tetangga.”

8. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Produk (Product) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas pasien mengetahui diagnosa penyakit yang diderita terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,004 hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara pasien mengetahui diagnosa penyakitnya dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas pasien mengetahui fungsi obat yang diberikan terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,052 hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pasien mengetahui fungsi obat yang diberikan dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas pasien mengetahui fungsi perawatan yang diberikan terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,017 hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara pasien mengetahui fungsi perawatan dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL.

9. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Harga (Price) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas tarif RS.MAL sesuai dengan kemampuan pasien terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, tidak terdapat nilai Chi Square test nya dikarenakan seluruh responden menyatakan sangat setuju terhadap pertanyaan tentang tarif sesuai dengan kemampuan pasien. Hal ini disebabkan responden yang diambil datanya saat itu sebagian besar adalah pasien BPJS yang dibayarkan oleh perusahaan sebanyak 18 orang, BPJS mandiri sebanyak 7 orang, BPJS PBI sebanyak 4 orang, dan pasien tunai sebanyak 1 orang.

Penjelasan hubungan jawaban responden atas harga kamar perawatan sesuai dengan fasilitas yang tersedia terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, sama seperti butir pertanyaan sebelumnya yaitu tentang tarif, tidak terdapat nilai Chi Square test nya dikarenakan seluruh responden menyatakan sangat setuju terhadap pertanyaan tentang harga kamar perawatan sesuai dengan fasilitas yang tersedia. Berdasarkan wawancara pada pasien diperoleh data bahwa tarif RS. MAL cukup murah, dan berdasarkan wawancara dengan pihak marketing rumah sakit, bahwa tarif rumah sakit relatif murah dibandingkan dengan rumah sakit lain yang setipe dengan RS. MAL, walaupun demikian, RS. MAL harus tetap memperhatikan harga yang ditawarkan dengan tetap meningkatkan kualitas pelayanan demi meningkatkan pemanfaatan ruang rawat inap. Seperti halnya tipe pasien RS. MAL bervariasi ada pasien umum, pasien peserta BPJS mandiri dan pasien BPJS yang dibayarkan iurannya oleh perusahaan.

10. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Tempat (Place) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas lokasi RS. MAL strategis (berdekatan dengan pasar, bank, tempat kuliner) terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,475, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara lokasi RS. MAL strategis (berdekatan dengan pasar, bank, tempat kuliner) dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas RS. MAL mudah diakses (dapat dijangkau oleh transportasi umum, dekat dengan rumah, dekat dengan tempat kerja) terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,189, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara RS. MAL mudah diakses (dapat dijangkau oleh transportasi umum, dekat dengan rumah, dekat dengan tempat kerja) dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL.

11. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Promosi (Promotion) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas mengetahui tentang RS.MAL dari Facebook terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,227, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara mengetahui tentang RS.MAL dari Facebook dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas mengetahui tentang RS.MAL dari Instagram terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test adalah 0,227, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara mengetahui tentang RS.MAL dari Instagram dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas mengetahui tentang RS.MAL dari Youtube terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,227, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara mengetahui tentang RS.MAL dari Youtube dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas mengetahui tentang RS.MAL dari Podcast terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,101, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara mengetahui tentang RS.MAL dari Podcast dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas mengetahui tentang RS.MAL dari teman/saudara terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, tidak terdapat nilai Chi Square test nya karena seluruh responden menyatakan sangat setuju terhadap pertanyaan tentang mengetahui tentang RS.MAL dari teman/saudara. Walaupun hasil Chi Square test nya tidak menunjukkan hubungan antara promosi dan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, tetapi berdasarkan wawancara mendalam dengan bagian marketing, bahwa untuk Podcast dan Youtube belum ada, masih dalam tahap pemilihan konten dan persiapan sarannya, tetapi untuk promosi dalam bentuk lain sudah dilaksanakan berbagai upaya promosi yaitu pembuatan dan penyebaran brosur, membangun kerjasama dengan perusahaan, memiliki halaman Facebook

dengan alamat : RS Mitraanugrahlestari , Instagram dengan link : <https://www.instagram.com/rs.mitraanugrahlestari/> dan Website dengan link : <http://www.rsmitraanugrahlestari.com/>, serta melakukan promosi di media TV melalui materi yang mengedukasi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Alma (2004) bahwa “Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan”. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

12. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Orang (People) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas dokter bersikap baik dan ramah terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,001, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara dokter bersikap baik dan ramah dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas perawat bersikap baik, ramah dan terampil terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,050, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara perawat bersikap baik, ramah dan terampil dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas petugas Bagian Penunjang Medis (Bagian Lab, Rontgen, Farmasi, Kamar Operasi, IGD) bersikap baik dan ramah terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,050, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara petugas Bagian Penunjang Medis (Bagian Lab, Rontgen, Farmasi, Kamar Operasi, IGD) bersikap baik dan ramah dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas petugas Bagian Pendaftaran bersikap baik dan ramah terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,050, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara petugas Bagian Pendaftaran bersikap baik dan ramah dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas petugas Bagian Gizi (yang mengantar makanan ke ruangan rawat inap) bersikap baik dan ramah terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,050 hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara petugas bagian Gizi (yang mengantar makanan ke ruangan rawat inap) bersikap baik dan ramah dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas petugas bagian kebersihan bersikap baik dan ramah terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,050, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara petugas bagian kebersihan bersikap baik dan ramah dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Kuswanti (2012) yang menyatakan bahwa variabel orang tidak berhubungan dengan keputusan pasien berobat di Rumah Sakit Haji Medan, tetapi sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sinabutar (2014) yang menyatakan ada hubungan antara variabel orang berhubungan dengan pemanfaatan ruang rawat inap Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.

13. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Proses (Process) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas proses pendaftaran rawat inap di RS. MAL mudah dan cepat terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,186 hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara proses pendaftaran rawat inap di RS. MAL mudah dan cepat dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas kejelasan informasi ketika akan dilakukan tindakan terhadap pemanfaatan

ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,186, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kejelasan informasi ketika akan dilakukan tindakan dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Kuswanti (2012) yang menyatakan bahwa variabel proses berhubungan dengan keputusan pasien berobat di Rumah Sakit Haji Medan. Walaupun hasil Chi Square test nya menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel proses dengan pemanfaatan ruang rawat inap, tetap dari hasil pengambilan data kepada responden menunjukkan hampir seluruh responden yaitu sebanyak 28 orang dari 30 orang yang diambil datanya, menyatakan bahwa proses pendaftaran rawat inap mudah dan cepat dan sebelumnya diberikan informasi yang jelas saat akan dilakukan tindakan, misalnya ketika akan dilakukan tindakan pemasangan kateter, infus, dan alat-alat deteksi kesehatan lainnya.

14. Penjelasan Hubungan Jawaban Responden atas Bukti Fisik (Physical Evidences) terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL

Penjelasan hubungan jawaban responden atas papan nama RS.MAL terlihat jelas terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,178, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara papan nama RS.MAL terlihat jelas dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas jalan masuk mudah terlihat dan mudah dilalui terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,050, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara jalan masuk mudah terlihat dan mudah dilalui dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas lahan parkir luas terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,010, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara lahan parkir luas dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas desain eksterior (luar) RS.MAL rapi dan menarik terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,007, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara desain eksterior (luar) RS.MAL rapi dan menarik dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas desain interior (dalam) RS.MAL rapi dan menarik terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,003, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara desain interior (dalam) RS.MAL rapi dan menarik dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas ruang rawat inap RS.MAL teratur, rapi dan bersih terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,005, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara ruang rawat inap RS.MAL teratur, rapi dan bersih dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas kamar mandi bersih terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,005, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kamar mandi bersih dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Penjelasan hubungan jawaban responden atas ketersediaan kantin terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, tidak terdapat nilai Chi Square test karena seluruh responden menyatakan sangat tidak setuju atas pertanyaan ketersediaan kantin, dalam hal ini menunjukkan tidak adanya kantin. Penjelasan hubungan jawaban responden atas penunjuk arah yang jelas terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL, nilai Chi Square test nya adalah 0,189, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara penunjuk arah yang jelas dengan pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL.

Pembahasan Faktor-Faktor yang Paling Berhubungan terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap RS.MAL.

Faktor-Faktor yang paling berhubungan terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL dianalisis menggunakan analisis multivariat dilakukan untuk mengetahui variabel bebas apa saja yang

berhubungan terhadap pemanfaatan ruang rawat inap RS.MAL. Variabel bebas yang tidak berpengaruh secara otomatis akan dikeluarkan dari perhitungan. Variabel yang dijadikan kandidat dalam uji regresi logistik yaitu variabel yang dalam analisis bivariat mempunyai nilai $p \leq 0,25$.

Variabel yang akan diuji dalam uji regresi logistik yaitu Penegakan Diagnosa, Pengobatan, Perawatan, Aksesibilitas, *Facebook, Instagram, You Tube, Podcast*, Dokter, Perawat, Penunjang Medis, Bagian Pendaftaran Rawat Inap, Bagian Gizi, Bagian *Cleaning Service*, Kejelasan Informasi Pendaftaran Rawat Inap, Kejelasan Informasi ketika akan dilakukan Tindakan, Papan Nama RS, Jalan Masuk, Lahan Parkir, Desain Eksterior, Desain Interior, Ruang Rawat Inap, Kamar Mandi, Penunjuk Arah.

Hasil analisis regresi logistik dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1 : Hasil Analisis Multivariat

	Koefisien	S.E	Wald	df	Nilai p	RP
Penegakan Diagnosa	-32,8	1,101	11,195	1	0,038	4,3
Desain Interior	0,15	1,101	11,195	1	0,032	4,5
Ruang Rawat Inap	35,4	1,101	11,195	1	0,00	24
Kamar Mandi	35,4	1,101	11,195	1	0,00	24
Penunjuk Arah	0,09	1,101	11,195	1	0.821	0,5

Sumber : Data diolah

Tabel menunjukkan dari hasil analisis multivariat bahwa variabel yang berhubungan terhadap pemanfaatan ulang pelayanan rawat inap adalah penegakan diagnosa, desain interior, kondisi ruang rawat inap, kondisi kamar mandi dan penunjuk arah, dan yang paling berhubungan terhadap pemanfaatan ulang pelayanan rawat adalah ruang rawat inap dan kamar mandi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan faktor-faktor apa saja yang berhubungan dalam pemanfaatan ruang rawat inap di Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi ditinjau dari aspek bauran pemasaran 7P. Faktor-faktor yang berhubungan dalam pemanfaatan ulang ruang rawat inap di Rumah Sakit Mitra Anugrah Lestari (RS.MAL) Cimahi adalah aspek produk yaitu penegakan diagnosa dimana pasien mengetahui diagnosa penyakit yang diderita , selanjutnya adalah aspek bukti fisik yaitu desain interior yang rapi dan menarik, kondisi ruang rawat inap yang teratur rapi dan bersih, kondisi kamar mandi yang bersih, dan penunjuk arah yang jelas. Faktor-faktor yang paling berhubungan terhadap pemanfaatan ulang pelayanan rawat inap adalah aspek bukti fisik yaitu ruang rawat inap yang teratur, rapi dan bersih, dan kondisi kamar mandi yang bersih, serta penunjuk arah yang jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrawan, Ida Bagus Made Dwi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jkn-Kis Terhadap Kepuasan Peserta JKN-KIS Pada Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan di RSUD dr. Murjani Sampit. *Kindai*, 16(2), 201–219.
- Irma, Irma, Muttaqin, Andi, & Majid, Abd. (2022). Consumer Perception Of Marketing Communications At Mcdonald’s Pettarani Makassar Branch. *RESPON*, 3(1).
- Islamey, Fika Erisya. (2016). Perlakuan akuntansi lingkungan terhadap pengelolaan limbah pada rumah sakit paru jember. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Islami, Novita Nurul, & Fitria, Firda Lutfiatul. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *Jurnal*

- Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 13(2), 34–40.
- Kereh, Feibe, Tumbel, Altje L., & Loindong, Sjendry S. R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Kristiana, Riska. (2020). Rumah Sakit Pendidikan Di Kota Magelang. *Jurnal Poster Pirata Syandana*, 2(01).
- Ma'arifa, Yelli. (2020). Analisis Penilaian Kinerja Rumah Sakit Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Rumah Sakit Umum Daerah Jendral Ahmad Yani Kota Metro Lampung. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, 1(1), 34–44.
- Paramita, Bunga Listia, & Ayuningtyas, Dumilah. (2021). Scoping review: Konsep pelayanan kedokteran olahraga di rumah sakit. *Jurnal Keolahragaan*, 9(1), 59–75.
- Rahmadi, Rahmadi. (2017). Meneliti Agama Dengan Menggunakan Mixed Methods. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*, 15(2), 97–110.
- Saputra, Rd Muhammad Furkon, & Saputra, Rd Muhammad Furkon. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Jaminan Hari Tua Pada Bpjs Ketenagakerjaan Kantor Cabang Kota Jambi. Universitas Batanghari.