

Strategi Pemasaran Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien di Puskesmas Tambak Rejo Kota Surabaya

Marketing Strategy for Service Quality and Patient Satisfaction at Tambak Rejo Community Health Center

Abitri Wahyuni Megatama*, Silvia Haniwijaya Tjokro, Roberto A. Geonarso, Linta Meyla Putri

Prodi Administrasi Rumah Sakit, STIKES Adi Husada, Surabaya, Indonesia

Correspondence*: Abitri Wahyuni Megatama

Address: Jl. Kapasari No.95, Surabaya | email: abitrimasgan@gmail.com

Indexing

Keyword:

Community Health
Service, Marketing
Strategy, Service
Quality

Abstract

Background: Understanding the needs and desires of consumers, in this case patients, is an important thing that affects the quality of service for patients. Satisfied patients are a very valuable asset because if patients are satisfied they will continue to use the services of their choice, but if patients feel dissatisfied they will tell other people twice as much about their bad experience.

Purpose: This study aims to determine the effect of visits on marketing and patient satisfaction at the Tambak Rejo Health Center.

Aims: This study aims to determine the effect of visits on marketing and patient satisfaction at the Tambak Rejo Health Center.

Methods: The design used in this research is quantitative. type of research that is systematic, planned, structured, uses lots of numbers starting from data collection, processing to results and emphasizes objective phenomena and is studied quantitatively. The research variables consist of: level of satisfaction and patient visits (dependent) and service quality (independent). Questionnaires on the level of patient satisfaction and visits and service quality used instruments that had been developed by the Tambak Rejo Health Center.

Results: The results of the study showed that patients who visited used BPJS Mandiri, BPJS PBI, Mandiri with a level of satisfaction including compliance with requirements of 61.3%, ease of service procedures 64.2%, fairness of costs 71.2% and quality of facilities and infrastructure 77.8%. The quality of infrastructure can increase the number of patient visits, namely ≤ 1500 visits.

Conclusion: The Tambak Rejo Health Center excels in marketing strategy, service quality and patient satisfaction. By prioritizing aspects of the Puskesmas, Puskesmas provides easily accessible and quality health services that are aligned with the needs and expectations of patients.

Abstrak

Latar Belakang: Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kualitas pelayanan bagi pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kunjungan pada pemasaran dan kepuasan pasien di Puskesmas Tambak Rejo.

Metode: Desain yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. jenis penelitian yang sistematis, terencana, terstruktur, banyak penggunaan angka mulai dari pengumpulan data, pengolahan sampai dengan hasil serta menekankan fenomena obyektif dan dikaji secara kuantitatif. Variabel penelitian terdiri dari: tingkat kepuasan serta kunjungan pasien (dependen) dan kualitas pelayanan (independen). Kuesioner tingkat kepuasan serta kunjungan pasien dan kualitas pelayanan menggunakan instrument yang telah dikembangkan oleh Puskesmas Tambak Rejo.

Hasil: Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pasien yang berkunjung menggunakan BPJS mandiri, BPJS PBI, Mandiri dengan tingkat kepuasan meliputi esesuaian persyaratan 61,3%, Kemudahan prosedur pelayanan 64,2%, Kewajaran biaya 71,2% dan kualitas sarana dan prasarana 77,8%. Dalam kualitas sarana prasarana dapat meningkatkan kunjungan pasien yang sangat banyak yaitu ≤ 1500 kunjungan.

Kesimpulan: Puskesmas Tambak Rejo unggul dalam strategi pemasara, kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Dengan memprioritaskan aspek-aspek pada Puskesmas, Puskesmas menyediakan layanan kesehatan yang mudah diakses dan berkualitas yang selaras dengan kebutuhan dan harapan pasien.

Kata kunci:

Kualitas pelayanan,
Puskesmas, Strategi
Marketing

Submitted: 30 Agustus 2023

Accepted: 28 November 2023

Published: 01 Maret 2024

PENDAHULUAN

Analisis distribusi yang efisien adalah komponen penting dalam memastikan keberhasilan organisasi perawatan kesehatan. Ketika digabungkan dengan strategi pemasaran yang efektif, kualitas layanan yang luar biasa, dan kepuasan pasien yang tinggi, ini menjadi dasar untuk menyediakan layanan kesehatan yang mudah diakses dan berkualitas. Dalam pendahuluan ini ditelaah analisis distribusi strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pasien di Puskesmas Tambak Rejo.

Puskesmas Tambak Rejo memahami pentingnya strategi pemasaran yang dirancang dengan baik dalam menarik dan mempertahankan pasien. Mereka telah menerapkan pendekatan pemasaran terpadu yang menggabungkan metode tradisional seperti pamflet, papan reklame, dan iklan surat kabar, bersama dengan kehadiran online yang kuat menggunakan situs web yang mudah digunakan dan akun media sosial yang aktif. Strategi-strategi ini memungkinkan pusat kesehatan menjangkau masyarakat setempat dan menciptakan kesadaran tentang layanan yang mereka tawarkan. Analisis distribusi yang efisien merupakan aspek utama yang menjadi fokus Puskesmas Tambak Rejo. Dengan menganalisis data demografis dan informasi geografis, mereka mengidentifikasi area dengan permintaan pasien yang lebih tinggi dan mengalokasikan sumber daya mereka sesuai dengan itu. Hal ini memastikan bahwa layanan kesehatan yang berkualitas dapat diakses oleh semua anggota masyarakat, terlepas dari lokasi mereka.

Selain itu, Puskesmas Tambak Rejo sangat mengutamakan kualitas pelayanan yang prima. Mereka memahami bahwa anggota staf yang terlatih dan infrastruktur terkini sangat penting dalam memberikan perawatan berkualitas tinggi. Program pelatihan berkelanjutan membekali staf mereka dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan layanan kesehatan yang luar biasa. Peningkatan infrastruktur secara teratur dan penyediaan lingkungan yang nyaman dan higienis berkontribusi pada pengalaman pasien yang positif secara keseluruhan.

Kepuasan pasien menjadi prioritas utama bagi Puskesmas Tambak Rejo. Mereka secara konsisten mencari umpan balik dari pasien melalui survei dan mempertahankan kebijakan pintu terbuka, mendorong pasien untuk mengungkapkan pendapat dan saran mereka. Umpan balik ini memungkinkan pusat kesehatan untuk mengidentifikasi area untuk perbaikan dan menerapkan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pasien.

Singkatnya, analisis distribusi strategi pemasaran, kualitas layanan, dan kepuasan pasien di Puskesmas Tambak Rejo memainkan peran penting dalam menyediakan layanan kesehatan yang mudah diakses dan berkualitas tinggi. Dengan menerapkan strategi distribusi yang efisien, berfokus pada kualitas pelayanan, dan mengutamakan kepuasan pasien, puskesmas bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat yang dilayaninya.

Metode

Data dikumpulkan dari berbagai sumber untuk melakukan analisis distribusi. Ini termasuk data demografis komunitas lokal, informasi geografis, catatan pasien, kampanye dan strategi pemasaran, dan survei umpan balik pasien. Analisis Distribusi Strategi Pemasaran: Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Puskesmas Tambak Rejo dianalisis untuk mengetahui efektivitasnya dalam menjangkau target audiens. Data tentang metode pemasaran tradisional (pamflet, promosi atau penyuluhan) dan upaya pemasaran digital (situs web, media sosial) diperiksa. Distribusi materi pemasaran di berbagai wilayah dan tanggapan

yang diterima dari setiap strategi dinilai. Kualitas layanan di puskesmas dievaluasi melalui beberapa metode. Pertama, Infrastruktur dan fasilitas puskesmas dinilai untuk memastikan mereka memenuhi standar kualitas. Catatan pasien dan umpan balik dianalisis untuk mengukur tingkat kepuasan dengan layanan yang diberikan. Survei kepuasan pasien dilakukan untuk mengumpulkan umpan balik tentang pengalaman mereka di Puskesmas Tambak Rejo. Survei tersebut bertujuan untuk menilai berbagai aspek kepuasan pasien, termasuk komunikasi dengan profesional kesehatan, waktu tunggu, kebersihan, dan kualitas perawatan yang diterima secara keseluruhan. Survei didistribusikan baik secara fisik atau melalui platform online, memastikan berbagai pasien dapat berpartisipasi.

Hasil dan Pembahasan

Analisis distribusi mengungkapkan bahwa Puskesmas Tambak Rejo mengadopsi strategi pemasaran yang komprehensif yang mencakup metode tradisional dan digital. Metode tradisional, termasuk pamflet, baliho, dan iklan surat kabar, terbukti efektif menjangkau masyarakat setempat. Upaya pemasaran digital, seperti mempertahankan situs web yang ramah pengguna dan akun media sosial yang aktif, memperluas jangkauan puskesmas. Analisis menunjukkan bahwa distribusi materi pemasaran di daerah tertentu dengan permintaan pasien yang lebih tinggi memberikan hasil yang positif.

Penilaian kualitas pelayanan di Puskesmas Tambak Rejo menunjukkan komitmen yang kuat untuk mempertahankan standar yang luar biasa. Program pelatihan staf terbukti bermanfaat dalam membekali para profesional kesehatan dengan pengetahuan dan keterampilan terkini. Peningkatan infrastruktur yang berkelanjutan menciptakan lingkungan yang nyaman dan higienis bagi pasien. Penilaian juga menyoroti komunikasi yang efektif antara penyedia layanan kesehatan dan pasien, yang mengarah ke #Kesimpulan dan Saran:

Analisis Sebaran Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pasien di Puskesmas Tambak Rejo.

Tabel 1. Skor Form Kepuasan

Form Kepuasan	4		3		2		1		Total
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
1. Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis layanan.	130	61,3%	81	38,2%	1	0,5%	0	-	100%
2. Kemudahan prosedur pelayanan di setiap unit	136	64,2%	74	34,9%	2	0,9%	0	-	100%
3. Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan	106	50%	104	49,1%	2	0,9%	0	-	100%
4. Kewajaran biaya atau tarif dalam pelayanan	151	71,2%	61	28,8%	0	0	0	-	100%
5. Kesesuaian hasil produk pelayanan yang diberikan	129	60,8%	82	38,7%	1	0,5%	0	-	v
6. Kompetensi dan kemampuan petugas dalam pelayanan	143	67,5%	67	37,6%	2	0,9%	0	-	100%
7. Kesopanan dan keramahan perilaku petugas dalam pelayanan	122	57,5%	89	42%	1	0,5%	0	-	100%
8. Kualitas sarana dan prasarana pelayanan	165	77,8%	38	17,9%	9	4,3%	0	-	100%

Form Kepuasan	4		3		2		1		Total
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
9. Aduan penanganan dan penggunaan layanan	125	59%	62	29,2%	25	11,8%	0	-	100%
Total	212		212		212		212		

Pada form kuisioner kepuasan yang telah dilakukan dan diisi oleh 212 responden mendapatkan hasil dan kesimpulan dengan jumlah nilai tertinggi didapatkan pada poin 4 pertanyaan nomer 8 yang berisi mengenai pernyataan kualitas sarana dan prasarana pelayanan Puskesmas Tambak Rejo sebanyak 165 orang (77,8%), sedangkan poin 2 paling banyak didapatkan pada pertanyaan nomer 9 yang berisi mengenai aduan penanganan dan penggunaan layanan sejumlah 25 orang (11,8%) yang dipakai sebagai acuan peningkatan kualitas pelayanan Puskesmas Tambak Rejo.

Tabel 2. Data Kunjungan Pasien

Tahun	Bulan	Jumlah (Orang)
2022	Juni	2.984
	Juli	2.597
	Agustus	3.036
	September	2.414
	Oktober	3.192
	November	3.418
	Desember	3.451
2023	Januari	4.016
	Februari	3.758
	Maret	4.329
	April	3.080
	Mei	4.530

Data kunjungan diatas merupakan bukti bahwa strategi pemasaran serta kualitas pelayanan sarana dan prasarana pada tahun 2022 sudah ditingkatkan sehingga jumlah kunjungan meningkat di tahun 2023.

Product (Produk) merupakan suatu program yang dilakukan di Puskesmas Tambak Rejo yang memberikan manfaat dibidang kesehatan, seperti melakukan promosi kesehatan, Posyandu (Pos Pelayanan terpadu) untuk anak dan lansia, memiliki Pelayanan luar seperti Pustu (Puskesmas Pembantu), Poskeskel (Pos Kesehatan Kelurahan) yang dilakukan di Puskesmas Simokerto dan Puskesmas Kapasan.

Price (harga) merupakan sebagian atau seluruh biaya penyelenggaraan kegiatan pelayanan di Puskesmas Rujukan, PosKesKel (Pos Kesehatan Kelurahan), PusTu (Puskesmas Pembantu), Pusling (Puskesmas Keliling) dan Laboratorium Pelayanan Kesehatan yang sudah di restribusikan sesuai dengan daerah masing-masing Indonesia adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau barang yang diterima hal ini sudah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2010 tentang retribusi pelayanan kesehatan pada Dinas Kesehatan Kota Surabaya, meskipun begitu sebagian besar pengguna layanan di Puskesmas Tambak Rejo merupakan pelanggan BPJS. Dengan retribusi pelayanan pasien umum dasar setiap kunjungan ke Puskesmas yaitu Rp. 2.500, sedangkan pelayanan pasien umu dasar tiap kunjungan sore di Puskesmas yaitu Rp. 10.000

Lokasi atau tempat dari Puskesmas Tambak Rejo merupakan salah satu hal yang penting untuk memberikan pelayanan kesehatan. Puskesmas Tambak Rejo memiliki lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh pasien dan semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pelanggan Puskesmas Tambak Rejo berada di lokasi yang sangat strategis dan tidak jauh dari keramaian, selain itu akses yang mudah untuk kendaraan roda empat maupun roda dua.

Promosi merupakan hal yang harus ada dalam memasarkan produk atau jasa. Perusahaan akan dikatakan berhasil apabila memperhatikan kebijakan promosi dengan tujuan memberitahukan kepada konsumen atau pelanggan mengenai pelayanan atau jasa kesehatan yang diberikan kepada masyarakat.

Berkaitan dengan strategi promosi yang dilakukan Puskesmas Tambak Rejo seperti kegiatan promosi kesehatan yang sudah dilakukan oleh pihak Puskesmas Tambak Rejo, untuk memberikan gambaran tentang pelayanan dan sarana prasarana yang dimiliki Puskesmas Tambak Rejo kepada Masyarakat. Adapun media sosial yang digunakan Puskesmas Tambak Rejo yaitu website <https://www.wargabantuwarga.com> dan Instagram (@puskesmastambakrejo), dengan media sosial tersebut diharapkan bisa memperbanyak interaksi masyarakat di komunikasi digital. Menggunakan media sosial adalah cara efektif dan efisien pada hal biaya karena jangkauan yang bisa dicapai cukup luas, sisi lain pihak Puskesmas dapat membangun komunikasi yang lebih baik dengan masyarakat.

Personel (Karyawan) yang dimaksud dalam bauran pemasaran di Puskesmas Tambak Rejo adalah distribusi sumber daya instansi yang ada di Puskesmas Tambak Rejo.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas kesehatan yang ada di Puskesmas Tambak Rejo untuk peningkatan kompetensi dan kualitas pelayanan, petugas kesehatannya sudah melakukan berbagai macam kegiatan pelatihan. Dari hasil wawancara dengan pengunjung keluarga pasien serta masyarakat diketahui bahwa pasien mendapatkan pelayanan kesehatan sesuai dengan yang dibutuhkan pasien, serta kompeten di bidangnya dan juga dalam menyampaikan informasi tentang kesehatan mudah untuk di pahami.

Process (Proses) yang dimaksud dalam bauran pemasaran di Puskesmas Tambak Rejo adalah alur atau proses pelayanan dari pasien atau pengunjung datang hingga pulang.

Berdasarkan hasil wawancara terdapat keterangan mengenai mekanisme jadwal yang diberikan dalam melakukan pelayanan kesehatan yaitu alur pada saat pendaftaran, jika pengunjung Puskesmas Tambak Rejo merasa kurang jelas maka pengunjung dapat menanyakan kepada petugas secara langsung kemudian pengunjung akan diarahkan sesuai dengan jasa pelayanan kesehatan yang dibutuhkan pengunjung.

Patient safety merupakan keselamatan pasien dimana Puskesmas Tambak Rejo membuat asuhan pasien yang aman melalui asesmen risiko, identifikasi dan pengelolaan hal yang berhubungan dengan risiko pasien,

Dalam hal ini petugas pelayanan di Puskesmas Tambak Rejo sudah memiliki kemampuan belajar dari insiden dan tindak lanjutnya beserta cara mengimplementasikannya, dibuktikan dengan adanya pelatihan K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) yang dilakukan oleh petugas Puskesmas.

Puskesmas Tambak Rejo berlokasi dimana masyarakat sekitar yang dapat dijangkau dengan mudah. Menurut pada tabel data umum form kepuasan pasien menunjukkan karakteristik responden berjenis kelamin Perempuan sebesar 149 orang (70,3%), Usia rata-rata dari responden terbanyak adalah usia $\leq 17-25$ tahun sebesar 71 orang (33,5%) sedangkan usia 66-75 tahun merupakan responden terendah sebesar 8 orang (3,8%), riwayat tingkat pendidikan terakhir terbanyak adalah SMA sebesar 172 orang (81,1%) sedangkan tingkat pendidikan terakhir terendah adalah Magister sebesar 1 orang (0,5%), dan Pekerjaan terbanyak responden adalah Swasta sebesar 114 orang (53,8%) sedangkan pekerjaan terendah responden adalah PNS 2 orang (0,9%) dan profesional sebesar 2 orang (0,9%).

Hasil data khusus yang didapatkan pada form kepuasan pasien ada faktor yang mempengaruhinya dari strategi pemasaran sudah dilakukan seperti promosi melalui Website dan sosial media instagram, hal ini juga berkaitan dengan meningkatnya jumlah kunjungan pasien di Puskesmas Tambak Rejo Perbulannya. Karena proses pemasaran diatas berisi

tentang macam kualitas pelayanan dan memamerkan perkembangan dari sarana dan prasarana dari Puskesmas Tambak Rejo.

Meningkatnya kunjungan pasien dan kepuasan pasien di Puskesmas Tambak Rejo juga terjadi karena personel atau sumber daya manusia yang kompeten dan melayani dengan perilaku yang baik. Selain itu Puskesmas Tambak Rejo menggunakan tarif pelayanan yang dapat dijangkau kalangan masyarakat. Puskesmas Tambak Rejo berlokasi dimana masyarakat sekitar yang dapat dijangkau dengan mudah.

Kesimpulan dan Saran

Puskesmas Tambak Rejo menerapkan strategi pemasaran yang komprehensif dan efektif menjangkau masyarakat sekitar melalui kombinasi metode pemasaran tradisional dan digital. Puskesmas menunjukkan komitmen yang kuat terhadap kualitas pelayanan melalui program pelatihan staf, perbaikan infrastruktur, dan komunikasi yang efektif dengan pasien. Tingkat kepuasan pasien di Puskesmas Tambak Rejo tinggi, menunjukkan pengalaman pasien yang positif dan keberhasilan pemberian layanan kesehatan yang berkualitas.

Memanfaatkan wawasan yang diperoleh dari analisis distribusi untuk upaya pemasaran sasaran lebih lanjut. Dengan berkonsentrasi pada wilayah geografis tertentu dengan permintaan pasien yang tinggi, pusat kesehatan dapat memaksimalkan dampak kampanye pemasaran dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Pelatihan Staf Berkelanjutan: Pertahankan dan perkuat program pelatihan staf untuk memastikan tenaga kesehatan selalu mendapatkan pengetahuan dan keterampilan terbaru. Ini akan membantu menegakkan standar kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pasien. Meningkatkan Sarana dan Prasarana: Terus berinvestasi dalam perbaikan infrastruktur untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan higienis bagi pasien. Secara teratur menilai fasilitas untuk

References

- Adiputra, I. M., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., . . . Suryana. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Denpasar, Bali.
- halimatusa'diah. (2015). Persepsi, Mutu Pelayanan, Minat. *Hubungan Persepsi Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Dengan Minat Pemanfaatan Ulang Rawat Jalan Umum di Puskesmas Ciputat Timur Tahun 2015*.
- Kamalia, L. O. (2022). *MANAJEMEN PELAYANAN RUMAH SAKIT DAN PUSKESMAS*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Kurniawan dkk, W. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN Kesehatan dan Keperawatan*. Cirebon: Rumah Pustaka.
- Lindawati dkk, S. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Marga, I., Tjokro, S. H., & Fajriyah, N. (2022). *Journal Of Health Management Research. Tingkat Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Dibandingkan Dengan Asuransi Lainnya Terhadap Pelayanan Kesehatan, 2-7*.
- Nasrudin, M. (2022). *Loyalitas Paiseen Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image*. Pekalongan: PT Nasya \Expanding Management.
- Rahma dkk, R. A. (2022). *PERAN IBU DAN DUKUNGAN SOSIAL DALAM MENCEGAH PENULARAN COVID 19 KLASER KELUARGA*. Madiun: CV. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Roflin dkk, E. (2021). *POPULASI, SAMPEL, VARIABEL dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Safitri, A. I., Hilda, & Rahman, G. (2018). *Tingkat kepuasan, Pasien BPJS, Mutu Pelayanan Keperawatan. Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien BPJS Tentang Mutu Pelayanan*

Keperawatan di Ruang Rawat Inap Kelas III RSUD Abdul Wahab Sjahranie Samarinda.

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH Media.

Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*. Jakarta Timur.

Sukendra, I. K., & Atmaja, I. S. (2020). *Instrumen Penelitian*. Pontianak.

Vionalita, G. (2016). Metode Penelitian kuantitatif. *Kerangka Konsep dan Definisi Operasional*.

Waringin, T. D., & Lim, F. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta.