

Jurnal

Administrasi & Kebijakan Kesehatan Indonesia

The Indonesian Journal of Health Administration and Policy

Editorial

LESBIAN, GAY , BISEKSUAL DAN TRANSGENDER (LGBT) DAN KESEHATAN
DIAN SAPUTRA MARZUKI

Artikel Penelitian

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PASIEN MEMILIH
PELAYANAN RAWAT INAP PUSKESMAS BOWONG CINDEA
MELISA SOLO, YUSRAN AMIR, AMRAN RAZAK

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN PEMANFAATAN PELAYANAN POLI GIGI
PUSKESMAS SANROBONE KABUPATEN TAKALAR
RIANA, NURHAYANI, BALQIS

PERAN MASYARAKAT DALAM PENANGGULANGAN DINI DEMAM BERDARAH
DENGUE DI DESA MARIO KECAMATAN BAEBUNTA KABUPATEN LUWU UTARA
TANWIR DJAFAR, SRI DARMAWAN, INDRI ASTRY

FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN GANGGUAN PSIKOLOGIS PADA
NARAPIDANA REMAJA DI LEMBAGA PEMASYARAKATAN KELAS II A PALOPO DAN
RUMAH TAHANAN NEGARA KELAS II B MASAMBA TAHUN 2015
NINING ADE NINGSIH

HUBUNGAN EFEKTIVITAS KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI
BALAI BESAR PELATIHAN KESEHATAN MAKASSAR
NURUL ANISA, AMRAN RAZAK, YUSRI ABADI

ANALISIS KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP PESERTA JAMINAN KESEHATAN
NASIONAL DI RUMAH SAKIT ISLAM FAISAL MAKASSAR
SUFIA AM TAHIR, BALQIS, DARMAWANSYAH

Makalah

PENGARUH OLIGARKI PENGUASA TERHADAP PENANGGULANGAN HIV-AIDS
DI INDONESIA
HUSAINI



Penerbit :

Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Hasanuddin

JURNAL ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN INDONESIA

THE INDONESIAN JOURNAL OF HEALTH ADMINISTRATION AND POLICY

DAFTAR ISI

Editorial

LESBIAN, GAY , BISEKSUAL DAN TRANSGENDER (LGBT) DAN KESEHATAN Dian Saputra Marzuki	i
--	---

Artikel Penelitian

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PASIEN MEMILIH PELAYANAN RAWAT INAP PUSKESMAS BOWONG CINDEA MELISA SOLO, YUSRAN AMIR, AMRAN RAZAK	1-8
HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN PEMANFAATAN PELAYANAN POLI GIGI PUSKESMAS SANROBONE KABUPATEN TAKALAR RIANA, NURHAYANI, BALQIS	9-15
PERAN MASYARAKAT DALAM PENANGGULANGAN DINI DEMAM BERDARAH DENGUE DI DESA MARIO KECAMATAN BAEBUNTA KABUPATEN LUWU UTARA TANWIR DJAFAR, SRI DARMAWAN, INDRI ASTRY	16-25
FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN GANGGUAN PSIKOLOGIS PADA NARAPIDANA REMAJA DI LEMBAGA PEMASYARAKATAN KELAS II A PALOPO DAN RUMAH TAHANAN NEGARA KELAS II B MASAMBA TAHUN 2015 NINING ADE NINGSIH	26-38
HUBUNGAN EFEKTIVITAS KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI BALAI BESAR PELATIHAN KESEHATAN MAKASSAR NURUL ANISA, AMRAN RAZAK, YUSRI ABADI	39-44
ANALISIS KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP PESERTA JAMINAN KESEHATAN NASIONAL DI RUMAH SAKIT ISLAM FAISAL MAKASSAR SUFIA AM TAHIR, BALQIS, DARMAWANSYAH.....	45-51

Makalah

PENGARUH OLIGARKI PENGUASA TERHADAP PENANGGULANGAN HIV-AIDS DI INDONESIA HUSAINI.....	52-59
---	-------

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PASIEN MEMILIH PELAYANAN RAWAT INAP PUSKESMAS BOWONG CINDEA

Relationship between Marketing Mix with Patient Decision to Choose Hospitalize Service Local Care Unit Bowong Cindea

Melisa Solo, Yusran Amir, Amran Razak

Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan FKM Universitas Hasanuddin

ABSTRACT

Marketing was an activity to identify patient needs and willingness to be formed in product service and merit, so that it can increase patient interest to use its service. Strategy had to done as well as possible to the succeed of product and merit that was suggested which was marketing mixed strategy. This research was made to know the relationship between marketing mixed with patient decision to choose hospitalize service of Local Care Unit Bowong Cindea Pangkep in 2015. It was quantitative with design of cross sectional study. The population was hospitalize patient which was 264. Sample was decided through accidental sampling which was 73 respondents. Data analysis was done using chi-square and phi test analysis. The result of this research was p value of product ($p=0,014$; $\phi=0,330$), promotion ($p=0,001$; $\phi=0,422$), place ($p=0,221$; $\phi=0,153$), people ($p=0,000$; $\phi=0,571$), process ($p=0,000$; $\phi=0,644$), physical facility ($p=0,011$; $\phi=0,298$). The conclusion of this research was there was a relationship between product, promotion, person, process, physic facility and there was no relationship between place and patient decision to choose hospitalize service and the most relationship variable was process.

Keywords : *Marketing mix, hospitalize, service*

PENDAHULUAN

Puskesmas adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dan upaya kesehatan perseorangan tingkat pertama. Jumlah puskesmas di Indonesia terus meningkat, yakni pada tahun 2011 sebanyak 9.321 unit, tahun 2012 sebanyak 9.510 unit, dan pada tahun 2013 sebanyak 9.655 unit puskesmas. Di Provinsi Sulawesi Selatan pun juga mengalami peningkatan dari tahun 2011 (423 unit), tahun 2012 (431 unit), dan pada tahun 2013 (440 unit). Pemerintah setempat Kabupaten Pangkep mempunyai perhatian yang besar dalam upaya meningkatkan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, hal ini dapat dilihat dari jumlah puskesmas yang dari tahun ke

tahun meningkat, yakni pada tahun 2006 jumlah puskesmas di Kabupaten Pangkep sebanyak 18 unit, tahun 2007 sebanyak 19 unit, dan pada tahun 2010 hingga 2013 sebanyak 23 unit puskesmas.

Jumlah kunjungan pasien rawat inap di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep dari tahun 2011 hingga tahun 2013 yaitu pada tahun 2011 sebanyak 14 pasien dan mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2012 sebesar 93% atau 191 pasien dengan jumlah kunjungan 205 pasien, kemudian pada tahun 2013 jumlah kunjungan memang mengalami peningkatan, namun peningkatan yang terjadi sangat kecil, hanya sebesar 22% atau 59 orang dengan jumlah kunjungan sebanyak 264 pasien sehingga pihak

puskesmas perlu meningkatkan strategi pemasarannya agar puskesmas tersebut senantiasa menjadi pilihan bagi para pasien.

Tenaga kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep pada tahun 2014 masih belum mencukupi untuk memberikan pelayanan secara maksimal dan berkualitas dengan jumlah penduduk 13.287 jiwa. Dokter umum yang dimiliki Puskesmas Bowong Cindea hanya berjumlah 1 orang, sedangkan rasio ideal dokter umum terhadap penduduk menurut Indikator Indonesia sehat 2010 adalah 1 : 2500, artinya satu dokter melayani 2500 penduduk, maka jika ingin mencapai rasio ideal tersebut dengan jumlah penduduk pada tiga wilayah kerja Puskesmas Bowong Cindea sebanyak 13.287 orang, maka dibutuhkan sebanyak 5 dokter umum. Begitu pula dengan tenaga kesehatan lain seperti perawat, bidan, ahli gizi, dan sanitarian masih belum mencapai rasio ideal terhadap penduduk. Perawat yang dimiliki Puskesmas Bowong Cindea sebanyak 6 orang, untuk mencapai rasio ideal (117 perawat per 100.000 penduduk) diperlukan 15 orang perawat. Bidan sebanyak 4 orang, untuk mencapai rasio ideal (100 bidan per 100.000 penduduk) diperlukan 13 orang bidan. Ahli Gizi sebanyak 2 orang, untuk mencapai rasio ideal (22 ahli gizi per 100.000 penduduk), diperlukan 3 orang ahli gizi. Sanitarian sebanyak 1 orang, untuk mencapai rasio ideal (40 sanitarian per 100.000 penduduk) diperlukan 5 sanitarian. Adapun dokter gigi dan apoteker telah mencapai rasio ideal terhadap 13.287 penduduk yakni dokter gigi yang dimiliki sebanyak 2 orang (rasio ideal: 11 dokter gigi per 100.000 penduduk) dan apoteker sebanyak 1 orang (rasio ideal: 10 Apoteker per 100.000

penduduk).

Strategi pemasaran dibuat untuk memberi petunjuk pada para manager bagaimana agar produk/jasa yang dihasilkan dapat sampai pada konsumen dan bagaimana memotivasi konsumen untuk membelinya. Puskesmas perlu mendesain program agar produk mendapat respon dari pasar sasaran. Untuk mencapai sasaran diperlukan alat yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *process* (proses), *people* (petugas kesehatan), *physical facility* (fasilitas fisik).

Untuk mewujudkan peningkatan pelayanan kesehatan dan sebagai puskesmas dengan visi berkualitas, unggul, terjangkau, dan merata dalam pelayanan kesehatan pada masyarakat, maka perlu adanya strategi pemasaran yang lebih baik sehingga dapat memengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan di puskesmas tersebut. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih pelayanan rawat inap di Puskesmas wilayah pesisir Bowong Cindea Kabupaten Pangkep.

BAHAN DAN METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan *cross sectional study*. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pangkep pada bulan Januari – Februari tahun 2015. Populasi penelitian adalah seluruh pasien rawat inap di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep berjumlah 264 orang. Sampel penelitian ini adalah pasien rawat inap. Penarikan sampel menggunakan *accidental sampling*

dengan besar sampel 73 pasien rawat inap. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara menggunakan kuesioner. Analisis data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan uji *chi square* dan uji *phi*. Penyajian data dalam bentuk tabel dan disertai narasi.

HASIL

Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 38 orang (52,1%), dengan kelompok umur >65 tahun sebanyak 20 orang (27,4%) dengan tingkat pendidikan tidak sekolah sebanyak 36 orang (49,3%) dan pekerjaan tertinggi tidak bekerja sebanyak 42 orang (57,5%).

Tabel 1. Karakteristik Responden di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep

Karakteristik Responden	n	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	35	47,9
Perempuan	38	52,1
Umur		
17 - 25 tahun	7	9,6
26 - 35 tahun	10	13,7
36 - 45 tahun	15	20,5
46 - 55 tahun	8	11,0
56 - 65 tahun	13	17,8
> 65 tahun	20	27,4
Pendidikan		
Tidak Sekolah	36	49,3
Tamat SD/ Sederajat	20	27,4
Tamat SMP/ Sederajat	10	13,7
Tamat SMA/ Sederajat	7	9,6
Pekerjaan		
Tidak Bekerja	45	45
Wiraswasta	7	7
Lainnya	11	11
Total	292	400

Sumber: Data Primer, 2015

Variabel keputusan memilih layanan kesehatan menunjukkan responden yang menyatakan memilih layanan kesehatan sebanyak 62 orang (84,9%), sedangkan yang menyatakan tidak memilih layanan kesehatan sebanyak 11 orang (15,1%). Variabel *product* menunjukkan responden memberikan tanggapan baik sebanyak 61 orang (83,6%) dan yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 12 orang (16,4%). Variabel *promotion* menunjukkan responden yang memberikan tanggapan baik sebanyak 48 orang (65,89%) dan yang memberikan tanggapan kurang baik

sebanyak 25 orang (34,2%).

Variabel *place* menunjukkan responden yang memberikan tanggapan baik sebanyak 67 orang (91,8%) dan yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 6 orang (8,2%). Variabel *people* menunjukkan responden yang memberikan tanggapan baik sebanyak 67 orang (91,8%) dan yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 6 orang (8,2%). Variabel *process* menunjukkan responden yang memberikan tanggapan baik sebanyak 68 orang (93,2%) dan yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 5 orang (6,8%). Variabel *physical facility* menunjukkan responden yang memberikan tanggapan baik sebanyak 39 orang (53,4%) dan yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 34 orang (46,6%).

Tabel 2. Distribusi Responden Distribusi Variabel Dependen dan Variabel Independen di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep

Variabel	n	%
Keputusan Memilih Layanan Kesehatan		
Memilih	62	84,9
Tidak Memilih	11	15,1
Product		
Baik	61	83,6
Kurang Baik	12	16,4
Promotion		
Baik	48	65,8
Kurang Baik	25	34,2
Place		
Baik	67	91,8
Kurang Baik	6	8,2
People		
Baik	67	91,8
Kurang Baik	6	8,2
Process		
Baik	68	93,2
Kurang Baik	5	6,8
Physical Facility		
Baik	39	53,4
Kurang Baik	34	46,6
Total	511	700

Sumber: Data Primer, 2015

Responden yang menilai *product* baik sebanyak 90,2% menyatakan memilih layanan kesehatan dan sebanyak 9,8% menyatakan tidak memilih layanan kesehatan, sedangkan untuk responden yang menyatakan *product* kurang baik sebanyak 58,3% menyatakan memilih dan sebanyak 41,7% menyatakan tidak memilih. Hasil uji statistik hubungan antara

product dengan keputusan memilih layanan kesehatan diperoleh nilai $p=0,014$; $\phi=0,330$, karena nilai $p<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada hubungan antara *product* dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

Responden yang menilai *promotion* baik sebanyak 95,8% menyatakan memilih layanan kesehatan dan sebanyak 4,2% menyatakan tidak memilih layanan kesehatan, sedangkan untuk responden yang menyatakan *promotion* kurang baik sebanyak 64% menyatakan memilih dan sebanyak 36% menyatakan tidak memilih. Hasil uji statistik hubungan antara *promotion* dengan keputusan memilih layanan kesehatan diperoleh nilai $p=0,001$; $\phi=0,433$, karena nilai $p<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada hubungan antara *promotion* dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

Responden yang menilai *place* baik sebanyak 95,8% menyatakan memilih layanan kesehatan dan sebanyak 4,2% menyatakan tidak memilih layanan kesehatan, sedangkan untuk responden yang menyatakan *place* kurang baik sebanyak 64% menyatakan memilih dan sebanyak 36% menyatakan tidak memilih. Hasil uji statistik hubungan antara *place* dengan keputusan memilih layanan kesehatan diperoleh nilai $p=0,221$; $\phi=0,153$, karena nilai $p>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti tidak ada hubungan antara *place* dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

Responden yang menilai *people* baik sebanyak 91% menyatakan memilih layanan kesehatan dan sebanyak 9% menyatakan tidak memilih layanan kesehatan, sedangkan untuk responden yang menyatakan *people* kurang baik sebanyak 16,7% menyatakan memilih dan sebanyak 83,3% menyatakan tidak memilih. Hasil uji statistik hubungan antara *people* dengan keputusan memilih layanan kesehatan diperoleh nilai $p=0,000$; $\phi=0,571$, karena nilai $p<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada hubungan antara *people* dengan keputusan pasien

memilih layanan kesehatan.

Responden yang menilai *process* baik sebanyak 91,2% menyatakan memilih layanan kesehatan dan sebanyak 8,8% menyatakan tidak memilih layanan kesehatan, sedangkan untuk responden yang menyatakan *process* kurang baik sebanyak 0% menyatakan memilih dan sebanyak 100% menyatakan tidak memilih. Hasil uji statistik hubungan antara *process* dengan keputusan memilih layanan kesehatan diperoleh nilai $p=0,000$; $\phi=0,644$, karena nilai $p<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada hubungan antara *process* dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

Tabel 3. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Rawat Inap di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep

Variabel Independen	Keputusan Memilih				Total		Hasil Uji Statistik
	Memilih		Tidak Memilih		n	%	
	n	%	n	%			
<i>Product</i>							
Baik	55	90,2	6	9,8	61	100	$p=0,014$
Kurang baik	7	58,3	5	41,7	12	100	$\phi=0,330$
<i>Promotion</i>							
Baik	46	95,8	2	4,2	48	100	$p=0,001$
Kurang baik	16	64	9	36	25	100	$\phi=0,422$
<i>Place</i>							
Baik	58	86,6	9	13,4	67	100	$p=0,221$
Kurang baik	4	66,7	2	33,3	6	100	$\phi=0,153$
<i>People</i>							
Baik	61	91	6	9	67	100	$p=0,000$
Kurang baik	1	16,7	5	83,3	6	100	$\phi=0,571$
<i>Process</i>							
Baik	62	91,2	6	8,8	68	100	$p=0,000$
Kurang baik						100	$\phi=0,644$
<i>Physical Facility</i>							
Baik	37	94,9	2	5,1	39	100	$p=0,012$
Kurang baik	25	73,5	9	26,5	34	100	$\phi=0,298$

Sumber: Data Primer, 2015

Responden yang menilai *physical facility* baik sebanyak 94,9% menyatakan memilih layanan kesehatan dan sebanyak 5,1% menyatakan tidak memilih layanan kesehatan, sedangkan untuk responden yang menyatakan *physical facility* kurang baik sebanyak 73,5% menyatakan memilih

dan sebanyak 26,5% menyatakan tidak memilih. Hasil uji statistik hubungan antara *physical facility* dengan keputusan memilih layanan kesehatan diperoleh nilai $p=0,011$; $\phi=0,298$, karena nilai $p<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada hubungan antara *physical facility* dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara produk dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea dengan nilai $\phi=0,330$. Adapun hasil uji *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara produk dengan keputusan memilih pelayanan rawat inap dengan nilai $p=0,014<0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pravitasari yang menyatakan ada hubungan antara bauran pemasaran produk dengan keinginan pasien untuk kembali memanfaatkan pelayanan rawat inap di Puskesmas Tlogosari Kulon Semarang ($\rho=0,412$). Responden yang menilai baik terhadap produk namun memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena ketersediaan obat dan kelengkapan alat pemeriksaan yang ada di Puskesmas Bowong Cindea belum memadai. Responden yang mengatakan *product* kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena sebagian responden membutuhkan pelayanan yang ada di Puskesmas Bowong Cindea serta pelayanan yang diberikan pada perawat, dokter, dan di apotek sudah dirasakan positif oleh pasien.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan produk dengan keputusan memilih layanan kesehatan.

Jika persepsi pasien terhadap produk baik, maka pasien akan merasa puas akan produk di ruang rawat inap sehingga memutuskan untuk memilih layanan kesehatan dan sebaliknya jika persepsi pasien terhadap produk kurang baik, maka pasien akan merasa tidak puas terhadap produk atau layanan di ruang rawat inap yang memungkinkan pasien akan berpindah ke pusat pelayanan kesehatan lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara promosi dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea dengan nilai $\phi=0,422$. Adapun hasil uji *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara promosi dengan keputusan memilih pelayanan rawat inap dengan nilai $p=0,001<0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Purnamasari yang menyatakan bahwa ada hubungan bauran pemasaran promosi dengan kunjungan pasien di unit rawat jalan Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi Makassar ($p=0,000<0,05$). Responden yang menilai baik terhadap promosi namun memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena tidak adanya promosi layanan melalui media cetak. Responden yang mengatakan promosi kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena pasien sering mendengar jenis layanan Puskesmas Bowong Cindea dari keluarga ataupun teman, serta papan nama Puskesmas Bowong Cindea sudah terlihat dengan jelas.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan promosi dengan keputusan memilih layanan kesehatan. Jika persepsi pasien terhadap promosi baik, maka pasien akan memutuskan

untuk memilih layanan kesehatan terhadap upaya promosi yang dilakukan oleh Puskesmas Bowong Cindea dalam penyebaran informasi dan sebaliknya jika persepsi pasien terhadap promosi kurang, maka pasien tidak akan memutuskan memilih layanan kesehatan terhadap upaya promosi yang dilakukan oleh Puskesmas Bowong Cindea dalam penyebaran informasi.

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan hubungan lemah antara tempat dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea dengan nilai $\phi=0,153$. Adapun hasil uji *chi square* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara tempat dengan keputusan memilih layanan kesehatan dengan nilai $p=0,221>0,05$.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Setiawan yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan bauran pemasaran tentang tempat dengan minat kembali pasien rawat inap RSUD Tenriawaru Bone ($p=0,312>0,05$). Responden yang menilai baik terhadap tempat namun memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena jarak puskesmas dari tempat tinggal cukup jauh. Responden yang mengatakan tempat kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena lokasi mudah dijangkau dengan alat transportasi pribadi maupun alat transportasi umum. Jika dilihat dari penelitian dan kondisi lapangan, maka hasil pengujian hipotesis ini memungkinkan untuk menyatakan bahwa

tempat tidak berhubungan dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep. Hal ini disebabkan karena pada masing-masing puskesmas sudah ditentukan wilayah kerjanya untuk tiap desa/kelurahan sehingga tidak menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk berobat ke Puskesmas Bowong Cindea.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan hubungan tinggi antara petugas kesehatan dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea dengan nilai $\phi=0,571$. Adapun hasil uji *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara petugas kesehatan dengan keputusan memilih layanan kesehatan dengan nilai $p=0,000<0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nurlia yang menyatakan ada hubungan antara bauran pemasaran petugas kesehatan dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan di Rumah Sakit Islam Faisal Makassar ($p=0,001<0,05$). Responden yang menilai baik terhadap petugas kesehatan namun memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena petugas tidak segera datang bila diperlukan. Responden yang mengatakan petugas kesehatan kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena penampilan, kesopanan, keramahan dan keterampilan petugas kesehatan seperti dokter dan perawat sudah memberikan kesan yang baik bagi pasiennya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan petugas kesehatan terhadap keputusan memilih pelayanan rawat inap. Jika persepsi pasien terhadap petugas kesehatan baik maka pasien akan merasa puas, dan sebaliknya jika persepsi pasien terhadap petugas kesehatan kurang baik maka pasien akan

merasa tidak puas terhadap tenaga kesehatan yang terlibat dalam memberikan pelayanan di instalasi rawat inap Puskesmas Bowong Cindea.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan hubungan tinggi antara proses dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea dengan nilai $\phi=0,644$. Adapun hasil uji *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara proses dengan keputusan memilih layanan kesehatan dengan nilai $p=0,000 > 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Priyanka yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran proses terhadap jumlah kunjungan pasien di poliklinik rawat jalan Rumah Sakit Umum Daerah Sanjiwani Gianyar ($p=0,000 < 0,05$; $t=2,259$). Responden yang menilai baik terhadap proses namun memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena proses pengambilan obat yang kurang cepat.

Hasil lain menunjukkan bahwa proses di puskesmas sudah memberikan kesan yang baik bagi pasiennya. Hal ini dapat dilihat sebanyak 93,2% responden menilai baik pada proses di Puskesmas Bowong Cindea. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa proses di Puskesmas Bowong Cindea sudah dirasakan positif pada pasiennya, terutama pada indikator pasien tidak menunggu untuk mendapatkan tindakan, administrasi yang tidak susah, serta keseluruhan layanan puskesmas.

Fasilitas fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen *tangible* memfasilitasi penampilan atau Komunikasi jasa tersebut. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedangantara fasilitas fisik dengan keputusan memilih layanan kesehatan di Puskesmas Bowong Cindea dengan nilai $\phi=0,298$. Adapun hasil uji *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara fasilitas fisik dengan keputusan memilih layanan kesehatan dengan nilai $p=0,011 > 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ulfah yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran fasilitas fisik terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember ($p=0,000 < 0,05$; $t=2,259$). Responden yang menilai baik terhadap fasilitas fisik namun memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena keadaan fasilitas penunjang dan kondisi kamar mandi tidak memadai. Responden yang menilai kurang baik namun memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena pasien sudah merasa nyaman di ruang rawat inap dan situasi di lingkungan sekitar aman

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada hubungan antara *product* ($p=0,014$; $\phi=0,330$), *promotion* ($p=0,001$; $\phi=0,422$), *people* ($p=0,000$; $\phi=0,571$), *process* ($p=0,000$; $\phi=0,644$) dan *physical facility* ($p=0,011$; $\phi=0,298$) dengan keputusan pasien memilih pelayanan rawat inap dan tidak ada hubungan pada *place* ($p=0,221$; $\phi=0,153$) dengan keputusan pasien memilih pelayanan rawat inap di Puskesmas Bowong Cindea Kabupaten Pangkep.

Saran kepada pihak puskesmas agar lebih meningkatkan strategi pemasaran seperti pengadaan brosur tentang layanan puskesmas, dokter yang segera datang bila diperlukan, tidak terlalu

lama dalam pengambilan obat untuk pasien, memperhatikan kebersihan ruang rawat inap, kondisi fasilitas penunjang yang ada di ruang rawat inap, serta kondisi WC, ketersediaan airnya, dan kebersihan toilet.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinkes Pangkep. *Profil Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Pangkep. Pangkep: Dinas Kesehatan Kabupaten Pangkep*; 2013.
- Dinkes Sulawesi Selatan. *Profil Kesehatan Dinas Kesehatan Provinsi Sulawesi Selatan*. Sulawesi Selatan: Dinas Kesehatan Provinsi Sulawesi Selatan; 2013.
- Kepmenkes RI. *Kepmenkes No 1202 Tahun 2003. Tentang Pedoman Indikator Indonesia Sehat 2010*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2003..
- Kemenkes RI. *Profil Kesehatan Indonesia*. Indonesia: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2013.
- Kepmenkes RI. *Kepmenkes No 75 Tahun 2014. Tentang Pusat Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2014.
- Lupiyoadi, R, & Hamdani, A. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat; 2009.
- Nurlia, C, Asiah, H, Indar. *Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Islam Faisal Makassar*. Jurnal AKK. 2012; 1 (1): 15 – 21.
- Pravitasari, P, Zaenal, S. *Hubungan antara Bauran Pemasaran dengan Keinginan Pasien Untuk Kembali Memanfaatkan Pelayanan Rawat Inap di Puskesmas Tlogosari Kulon Semarang*. Jurnal VISIKES. 2009; 8 (2): 73 - 80.
- Priyanka, A, W, Putu, D, K. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Jumlah Kunjungan Pasien di Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Sanjiwani*. Gianyar. *Community Health*. 2013; 1 (2): 99 – 111.
- Purnamasari, A, H , dkk. *Hubungan Bauran Pemasaran dengan Kunjungan Pasien di Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi Makassar*. Jurnal AKK. 2012; 1 (1): 40 – 47.
- Setiawan, A, Darmawansyah, Asiah, H. *Hubungan Bauran Pemasaran dengan Minat Kembali Pasien Rawat Inap RSUD Tenriawaru Bone*. Jurnal AKK. 2013; 2 (3): 1 – 14.
- Simamora B. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama; 2003.
- Ulfah, M, Asih, T, R, Agung, Y. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember*. Jurnal Aplikasi Manajemen. 2013; 11 (3): 1 – 8.
- Yazid. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia; 2008.