
Strategi Pemasaran Jasa Pelayanan Kesehatan di UPTD Puskesmas Mamboro

Marketing Strategy for Health Service at UPTD Puskesmas Mamboro

Siti Nur Halimah^{1*}, Finta Amalinda², Ayu Lestari³

¹²³Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Palu

(*)Email Korespondensi: sitinurhalimah058@gmail.com

Abstrak

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa. bauran pemasaran yang biasa digunakan adalah 6 P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, People, dan Process*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran jasa pelayanan kesehatan di UPTD Puskesmas Mamboro. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pelayanan kesehatan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing mix*) di UPTD Puskesmas Mamboro. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa UPTD Puskesmas Mamboro dalam memasarkan produknya menerapkan strategi pemasaran jasa dengan mengembangkan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari enam unsur yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, dan proses. Implikasi dari penelitian ini adalah pada umumnya dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta menjadi masukan bagi perusahaan yang mengimplementasikan suatu pemasaran jasa dalam merancang strategi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Jasa Pelayanan Kesehatan; Bauran Pemasaran

Abstract

The marketing mix is one of the marketing strategies to convey information widely, introduce a product, goods and services. The marketing mix commonly used is the 6 P's: Product, Price, Place, Promotion, People, and Process. The formulation of the problem in this research is how the marketing strategy of health services in the UPTD Puskesmas Mamboro. The purpose of this study was to determine the marketing strategy of health services using the marketing mix at the UPTD Puskesmas Mamboro. This research is descriptive using a qualitative approach. The results of the study indicate that the UPTD of the Mamboro Health Center in marketing its products applies a service marketing strategy by developing a marketing mix or marketing mix consisting of six elements, namely product, price, place, promotion, people, and process. The implication of this research is that in general it can be a reference and contribute to the development of science as well as an input for companies that implement a service marketing in designing strategies.

Keywords: Marketing Strategy; Health Services; Marketing Mix

PENDAHULUAN

Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dan upaya kesehatan perorangan tingkat pertama, dengan lebih mengutamakan upaya promotif, preventif, kuratif maupun rehabilitative yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat (1). Puskesmas mempunyai tugas melaksanakan kebijakan kesehatan untuk mencapai tujuan pembangunan kesehatan di wilayah kerjanya (2).

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (3) (4).

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UPTD Puskesmas Mamboro salah satunya menggunakan media sosial seperti *facebook* (Uptd Puskesmas Mamboro) untuk menerima keluhan, saran ataupun harapan terhadap pelayanan di UPTD Puskesmas Mamboro dari masyarakat. UPTD Puskesmas Mamboro juga melakukan penguatan kapasitas petugas layanan klinis dalam memberikan pelayanan yang bermutu pada pasien.

Menurut Peraturan Walikota Palu No. 44 tahun 2017 tentang Pembentukan Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat, bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 12 ayat (3) dan ayat (4) Peraturan daerah Kota Palu Nomor 10 Tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat Daerah, perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Pembentukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat. Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) adalah Unit Pelaksana Teknis Daerah yang bertanggung jawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan dan merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan masyarakat di wilayah kerjanya.

Pelayanan kesehatan adalah sebuah konsep yang digunakan dalam memberikan jasa pelayanan kesehatan kepada masyarakat (5) (6). Pengertian Pelayanan Kesehatan menurut Departemen Kesehatan RI adalah setiap upaya yang diselenggarakan sendiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga, dan masyarakat (7).

Diperlukan adanya strategi khusus untuk menghadapi persaingan yang ada yaitu dengan melakukan komunikasi pemasaran. Untuk saat ini komunikasi pemasaran bukan lagi terpusat pada kualitas produk yang dihasilkan, perusahaan mulai beralih memperhatikan hal yang lebih penting lagi yaitu aspek jasa pelayanan kesehatan karena jasa pelayanan yang baik akan memberikan keuntungan sendiri bagi perusahaan. Dampak dari jasa pelayanan kesehatan yang baik dan dapat melebihi harapan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen yang dapat mendorong pada tingkat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk secara tidak langsung kepada perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Jasa Pelayanan Kesehatan yang ada di UPTD Puskesmas Mamboro.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Product (Produk)

Product (Produk) adalah jenis pelayanan kesehatan UPTD Puskesmas Mamboro yang tersedia di instalasi rawat jalan yang di dimanfaatkan oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa untuk UPTD Puskesmas Mamboro memiliki beberapa jasa pelayanan kesehatan yang umumnya terdapat di Puskesmas lain yang ada di kota Palu, dan belum ada produk unggulan dari UPTD Puskesmas Mamboro. Adapun pengunjung yang ditemui sedang menggunakan jasa pelayanan kesehatan poli anak.

Produk adalah jenis jasa pelayanan kesehatan UPTD Puskesmas Mamboro yang tersedia di instalasi rawat jalan yang dimanfaatkan oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Hasil wawancara, observasi, dan data sekunder diketahui bahwa jenis pelayanan yang ditawarkan UPTD Puskesmas Mamboro hampir sama dengan puskesmas lain.

Price (Harga)

Harga (*Price*) dalam hal ini adalah tarif UPTD Puskesmas Mamboro yang dikenakan kepada pengguna pelayanan (pasien) atas produk yang diterima pengguna (pasien).

Berkaitan dengan strategi harga didapatkan informasi bahwa untuk harga pelayanan kesehatan di UPTD Puskesmas Mamboro telah ditentukan oleh Peraturan Daerah Kota Palu Nomor 5 Tahun 2002 tentang Retribusi Pelayanan Kesehatan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Palu Nomor 5 Tahun 2004 perlu ditinjau kembali untuk diadakan perubahan sesuai dengan tersedianya sarana dan prasarana kesehatan serta berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan disesuaikan dengan pelayanan yang telah diberikan. Dan UPTD Puskesmas Mamboro juga melayani pembayaran tunai maupun non tunai, dan dari hasil wawancara dengan masyarakat untuk harga pelayanan yang diberikan sudah cukup sesuai, dan sebagian besar pasien tidak terlalu memperhatikan harga karena mereka merupakan pasien BPJS.

Promotion (Promosi)

Promosi merupakan bagian terpenting dalam memasarkan produk atau jasa (8). Untuk lebih berhasil dalam pemasaran, maka perusahaan harus memperhatikan kebijakan promosi dengan tujuan memberitahukan kepada konsumen atau pelanggan potensial tentang jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan dimana mereka dapat memperolehnya (9).

Berkaitan dengan strategi promosi yang dilakukan UPTD Puskesmas Mamboro seperti kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak UPTD Puskesmas Mamboro untuk memberikan gambaran tentang pelayanan dan juga kondisi UPTD Puskesmas Mamboro kepada Masyarakat. Adapun media sosial yang digunakan UPTD Puskesmas Mamboro yaitu *facebook* (Uptd Puskesmas Mamboro) dan *instagram* (@puskesmas.mamboro), dengan media sosial tersebut diharapkan bisa memperbanyak interaksi di kanal komunikasi digital. Menggunakan media sosial adalah cara paling efektif serta efisien dalam hal penghematan biaya serta jangkauan yang cukup luas, serta pihak Puskesmas dapat membangun komunikasi yang lebih baik dengan masyarakat.

Place (Tempat)

Lokasi atau tempat dari UPTD Puskesmas Mamboro merupakan hal yang sangat penting bagi kelancaran kegiatan memberikan pelayanan kesehatan. UPTD Puskesmas Mamboro memiliki lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh pasien dan semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas kesehatan yang ada di UPTD Puskesmas Mamboro dan juga kepada keluarga pengunjung pasien dan masyarakat diketahui bahwa lokasi UPTD Puskesmas Mamboro berada di lokasi yang sangat strategis, karena terletak kurang lebih 13 KM dari pusat pemerintahan Kota Palu dan tidak jauh dari keramaian, kemudian mudah dijangkau oleh kendaraan roda empat maupun roda dua.

People (Orang)

People (Orang) yang dimaksud dalam bauran pemasaran di UPTD Puskesmas Mamboro adalah distribusi sumber daya instansi yang ada di UPTD Puskesmas Mamboro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas kesehatan yang ada di UPTD Puskesmas Mamboro bahwasanya UPTD Puskesmas Mamboro telah melakukan berbagai macam pelatihan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusianya. Dari hasil wawancara dengan pengunjung keluarga pasien serta masyarakat diketahui bahwasanya 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)

Process (Proses) yang dimaksud dalam bauran pemasaran di UPTD Puskesmas Mamboro 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 UPTD Puskesmas Mamboro merasa kurang jelas maka pengunjung dapat menanyakan kepada petugas secara langsung kemudian pengunjung akan diarahkan sesuai dengan jasa pelayanan kesehatan yang dibutuhkan pengunjung.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran jasa pelayanan kesehatan di UPTD Puskesmas Mamboro dengan menggunakan 6 P (*Product, Price, Place, Promotion, People, dan Process*). Sehubungan dengan ini meliputi sebagai berikut : (1) Produk (*Product*), dari segi produk UPTD Puskesmas Mamboro semuanya masih standard dan disediakan di Puskesmas lain yang ada di Kota Palu. (2) Harga (*Price*), dari segi harga disesuaikan dengan jenis pelayanan yang dipilih oleh pasien. (3) Tempat (*Place*), berkaitan dengan strategi tempat, lokasinya cukup strategis karena mudah untuk dijangkau. (4) Promosi (*Promotion*), dari segi promosi melalui online maupun offline. Untuk promosi melalui online menggunakan media sosial seperti *facebook* dan *instagram*, untuk promosi secara offline dengan cara melakukan penyuluhan. (5) Orang (*People*), untuk petugas kesehatannya sendiri sudah kompeten dibidangnya masing-masing, dan melayani dengan baik. (6) Proses (*Process*), dari segi proses untuk alur pelayanannya sendiri dari pasien datang hingga pulang berjalan dengan baik.

SARAN

Kepada UPTD Puskesmas Mamboro diharapkan dapat menjalankan dan senantiasa mengembangkan lebih baik lagi terkait dengan strategi pemasaran yang menjadi kelemahan Puskesmas, serta selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pasien sehingga bisa meningkatkan rasa kepercayaan kepada pasien atau masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ramadhan F, Muhafidin D, Miradhia D. Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Ibum Kabupaten Bandung. *JANE-Jurnal Adm Negara*. 2021;12(2):58–63.
2. RI K. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2014 Tentang Pusat Kesehatan Masyarakat. Jakarta Kemenkes RI. 2014;
3. Sofjan A. *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta PT Raja Grafindo Persada. 2013;
4. Zuardin RA, Alimin M, Tamar M, Yani A. Coping strategy in differentiating levels of post-traumatic growth on housewives living with breast cancer. *Int J Innov Technol Explor Eng [Internet]*. 2019;8(12):2156–9.
5. Yanuar RM. Inovasi pelayanan publik (Studi kasus: Public Safety Center (PSC) 119 Kabupaten Bantul sebagai layanan kesehatan dan kegawatdaruratan). *J Ilmu Pemerintah*. 2019;4(1):1–20.
6. Mada AE, Ramli M, Yani A. Aplikasi mHealth “SIGA” Untuk Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Berbasis Android. 2019;
7. Ramadhani S, Anis U, Masruro ST. Rancang Bangun Sistem Informasi Geografis Layanan Kesehatan Di Kecamatan Lamongan Dengan PHP MySQL. *J Tek*. 2013;5(2):479–84.
8. Tasruddin R. Strategi promosi periklanan yang efektif. *J Al-Khitabah*. 2015;2(1).
9. Saragih L, Banjarnahor AR, Anggraini N, Sudarso A, Muliatie YE, Lie D, et al. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis; 2022.