

TESIS

**REKOMENDASI PERENCANAAN PENGEMBANGAN PRODUK
SEBAGAI PENINGKATAN DAYA SAING
DI KLINIK MATA KMU GRESIK**



MOHAMMAD HENDRA KURNIAWAN

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2022**

TESIS

**REKOMENDASI PERENCANAAN PENGEMBANGAN PRODUK
SEBAGAI PENINGKATAN DAYA SAING
DI KLINIK MATA KMU GRESIK**



OLEH :

**MOHAMMAD HENDRA KURNIAWAN
NIM 101814453007**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2022**

**REKOMENDASI PERENCANAAN PENGEMBANGAN PRODUK
SEBAGAI PENINGKATAN DAYA SAING
DI KLINIK MATA KMU GRESIK**

TESIS

**Untuk memperoleh gelar Magister Kesehatan
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Airlangga**

Oleh:

**MOHAMMAD HENDRA KURNIAWAN
NIM 101814453007**

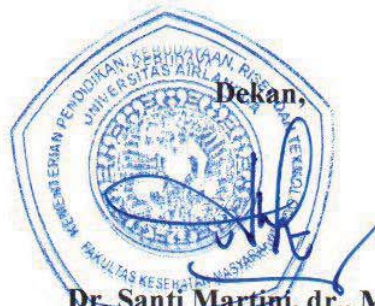
**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2022**

PENGESAHAN

**Di pertahankan di depan Tim Penguji Tesis
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga
dan diterima untuk memenuhi persyaratan guna untuk memperoleh gelar
Magister Kesehatan (M.Kes.)
pada 11 Agustus 2022**

Mengesahkan

**Universitas Airlangga
Fakultas Kesehatan Masyarakat**

Dekan,

Dr. Santi Martini, dr., M.Kes.
NIP 196609271997022001 *u*

Tim penguji:

Ketua : Dr. Ernawaty, drg., M.Kes.
Anggota : 1. Dr. Thinni Nurul Rochmah, Dra.Ec., M.Kes.
2. Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
3. Dr. Ratna Dwi Wulandari, S.KM., M.Kes.
4. Hargo Wahyuono, S.E., M.Si., Ak., C.A.
5. Moh Badrus Sholeh, dr., M.Kes.

PERSETUJUAN

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Kesehatan (M.Kes.)
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Airlangga**

Oleh :

**MOHAMMAD HENDRA KURNIAWAN
NIM 101814453007**

**Menyetujui,
Surabaya, 2 September 2022**

Pembimbing Ketua,



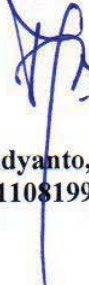
Dr. Thinni Nurul Rochmah, Dra.Ec., M.Kes. NIP 196502111991032002

Pembimbing,



**Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
NIP 197111081998021001**

**Mengetahui
Koordinator Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan,**



**Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
NIP 197111081998021001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : M Hendra Kurniawan
NIM : 101814453007
Program Studi : Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Minat Studi : Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Angkatan : 2018
Jenjang : Magister

menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan tesis saya yang berjudul:

REKOMENDASI PERENCANAAN PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI PENINGKATAN DAYA SAING DI KLINIK MATA KMU GRESIK

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 11 Agustus 2022



M Hendra Kurniawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas Karunia dan Hidayah-Nya penyusunan tesis dengan judul **“Rekomendasi Perencanaan Pengembangan Produk Sebagai Peningkatan Daya Saing Di Klinik Mata KMU Gresik”** ini dapat terselesaikan. Peneliti menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat terselesaikan atas dukungan banyak pihak.

Tesis ini membahas tentang rekomendasi pengembangan produk di Klinik Mata KMU dilihat dari kebutuhan responden dan evaluasi yang sudah berjalan selama ini. Rancangan ini memuat dari tahap gagasan/ide, penyaringan gagasan/ide, rekomendasi sampai dengan startegi pemasaran yang akan dijalankan.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan kepada Dr. Thinni Nurul Rochmah, Dra.Ec., M.Kes, selaku Pembimbing ketua yang dengan kesabaran dan perhatiannya dalam memberikan bimbingan, semangat dan saran hingga tesis ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang tak terhingga juga saya sampaikan kepada Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS, selaku pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi dan saran demi kesempurnaan tesis ini.

Dengan terselesainya tesis ini, perkenankan saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nasih, S.E., M.T., Ak., selaku Rektor Universitas Airlangga
2. Dr. Santi Martini, dr., M.Kes., selaku Dekan Fakultas Kesehatan Universitas Airlangga
3. Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS., selaku Koordinator Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.
4. Dr. Ernawaty, drg., M.Kes selaku Ketua Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, Program Magister Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.
5. Dr. Ernawaty, drg., M.Kes.; Dr. Thinni Nurul Rochmah, Dra.Ec., M.Kes.; Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.; Dr. Ratna Dwi Wulandari, S.KM., M.Kes.; Hargo Wahyuono, S.E., M.Si., Ak., C.A.; Moh Badrus Sholeh, dr., M.Kes. selaku tim penguji.
6. Seluruh dosen pengajar pada Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga yang telah memberikan ilmu, mendidik, membimbing, membina dan memberi motivasi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan di Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, minat Manajemen Kesehatan.
7. Seluruh staf administrasi pada Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga, yaitu Pak Kukuh, Ibu Ade Mira Sari, dan Pak Husni, yang telah membantu selama proses pendidikan berlangsung.

8. Direktur Klinik Mata KMU Gresik dan jajaran manajemen yang telah memberikan izin penelitian sebagai tugas akhir studi magister ini.
9. Seluruh responden penelitian yaitu pasien Klinik Mata KMU Gresik yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
10. Kedua orang tua, istri, mertua serta keluarga saya tercinta yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi saya untuk menyelesaikan studi ini.
11. Teman-teman kuliah di Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan angkatan 2018 dan seluruh teman-teman AKK 2018 yang telah menjadi keluarga, teman, sahabat terbaik selama proses perkuliahan dan senantiasa saling mendukung hingga terselesainya tesis ini,
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah mendukung dalam pembuatan tesis ini hingga selesai.

Demikian kata pengantar ini disampaikan. Semoga hasil penelitian tesis ini memberikan manfaat yang besar baik dalam rangka memperkaya keilmuan baik secara teoritis maupun manfaat praktis bagi pembaca.

Surabaya, 11 Agustus 2022

Penulis

SUMMARY

Recommendations for Product Development Planning to Increase Competitiveness at KMU Gresik Eye Clinic

Cataract is a condition in which the normally clear and clear lens of the eye becomes cloudy (Ilyas, 2006). Around 20 million people suffer from blindness caused by cataracts, 90% of whom are in developing countries, including Indonesia. Based on the results of Riskesdas in 2007 and 2013, the prevalence of cataracts in Indonesia is 1.8%. The prevalence of cataracts in East Java Province based on Riskesdas in 2013 was 1.6%. Every year more than 38 thousand residents of East Java Province are threatened with cataracts.

Cataract cases at the KMU Gresik Eye Clinic are quite high, ranking in the top 2 besides refractive cases in the 2018-2019 period. Cataracts are very expensive to treat. Cataract treatment can only be cured by surgery. Operations performed include SICS and phacoemulsification. Cataract surgery with phacoemulsification technique at the Eye Clinic of KMU Gresik with an average of more than 60% for BPJS patients and more than 10% for OOP patients in that time period. As the field of cataract and refractive surgery develops, surgery is becoming more and more common in society as well as expectations for a higher success rate of surgery.

There is an expectation of success rate after cataract surgery resulting in the idea of product development that is needed in view of the needs and evaluation of services that have been running so far. Product development is an effort that is planned and carried out consciously to improve existing products, increase the variety of products produced or marketed (Moekijat in the Management Dictionary (2007:302)). This method is expected to be able to answer the input given by the patient while getting services at the KMU Gresik Eye Clinic.

This study aims to develop product and service development based on customer needs and service evaluation. This analysis is carried out in several stages, among others, analysis of characteristics, ideas or ideas based on needs, screening of ideas or ideas based on service evaluation, marketing strategies and product development that will be carried out in view of the problems that arise and the expectations of patients. This type of research is an observational study because in data collection there is no intervention on the target. The research location is at the Eye Clinic of KMU Gresik. Field research activities were carried out in March 2021. The sample in this study were patients who had an examination at the KMU Gresik Eye Clinic aged 18 years and over and were willing to become research subjects by signing an informed consent form after receiving an explanation (informed consent) with a sample size of 100 people with simple random sampling method.

The results of the study showed that 72% of the visual health dimensions in general were still in the bad category. The respondent's experience of eye vision is still categorized as bad, which is 85%. The difficulty experienced by respondents with eye vision is still categorized as bad, which is 89%.

Health services that will be visited by respondents when experiencing eye pain mostly choose an eye clinic by 72% on the grounds of recommendation from friends/family that is 52%. The criteria related to health services are the completeness of types of services by 56% and cheap/affordable rates by 76%. For the ease of payment (98%), the comfort of the waiting room (91%), the convenience of the service room (98%), the speed of service (100%) is also a factor that influences the respondent's assessment to determine which health facility to go to. The comfort factor of both the waiting room and the service room is the hope of the respondents so that it can be improved.

The tariff for cataract surgery is still cheap at 80%, while the expectations of respondents after cataract surgery are 88% wanting to be able to see clearly without the help of glasses. For buildings, there are things that still need to be improved at the KMU Eye Clinic with a percentage of 56%. VIP service is also an expectation that needs to be developed so that respondents can be served without queuing apart from the convenience factor.

Based on the results of the problems that arise and the results of the management FGD, recommendations that can be given to increase competitiveness at the KMU Eye Clinic based on the results of this study are by developing Premium IOL product services, VIP services and Teleconsultation.

RINGKASAN

**Rekomendasi Perencanaan Pengembangan Produk Sebagai
Peningkatan Daya Saing Di Klinik Mata KMU Gresik**

Katarak merupakan keadaan dimana lensa mata yang biasanya jernih dan bening menjadi keruh (Ilyas, 2006). Sekitar 20 juta orang yang menderita kebutaan yang disebabkan oleh katarak, 90% diantaranya terdapat di negara berkembang tidak terkecuali di Indonesia. Berdasarkan hasil Riskesdas tahun 2007 dan 2013, prevalensi katarak di Indonesia adalah sebesar 1,8%. Adapun prevalensi katarak di Provinsi Jawa Timur berdasarkan Riskesdas tahun 2013 adalah sebesar 1,6%. Setiap tahun sebanyak 38 ribu lebih warga Provinsi Jawa Timur terancam penyakit katarak.

Kasus katarak di Klinik Mata KMU Gresik cukup tinggi, menempati peringkat 2 besar selain kasus refraksi dalam periode 2018-2019. Katarak memerlukan biaya yang sangat besar untuk penanganannya. Pengobatan katarak hanya bisa disembuhkan dengan cara operasi. Tindakan operasi yang dilakukan antara lain SICS dan Fakoemulsifikasi. Tindakan operasi katarak dengan teknik fakoemulsifikasi di Klinik Mata KMU Gresik dengan rata-rata lebih dari 60% untuk pasien BPJS dan lebih dari 10% untuk pasien OOP pada periode waktu tersebut. Seiring dengan berkembangnya bidang katarak dan bedah refraktif, tindakan operasi menjadi hal yang semakin lazim dalam masyarakat begitu pula dengan harapan akan tingkat kesuksesan operasi yang semakin tinggi.

Adanya harapan tingkat keberhasilan pasca operasi katarak mengakibatkan adanya ide pengembangan produk yang diperlukan melihat dari kebutuhan serta evaluasi layanan yang sudah berjalan selama ini. Pengembangan produk merupakan suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang sudah ada, menambah ragam produk yang dihasilkan atau dipasarkan (Moekijat dalam Kamus Manajemen (2007:302)). Cara ini diharapkan mampu untuk menjawab masukan yang diberikan oleh pasien selama mendapatkan layanan di Klinik Mata KMU Gresik.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun pengembangan produk dan layanan berdasarkan kebutuhan dan evaluasi layanan dari konsumen. Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan antara lain, analisis karakteristik, gagasan atau ide berdasarkan kebutuhan, penyaringan gagasan atau ide berdasarkan evaluasi layanan, strategi pemasaran serta pengembangan produk yang akan dijalankan melihat dari masalah yang muncul serta harapan dari pasien. Jenis penelitian ini adalah penelitian observasional karena dalam pengumpulan datanya tidak dilakukan intervensi terhadap sasaran. Lokasi penelitian bertempat di Klinik Mata KMU Gresik. Kegiatan penelitian di lapangan dilaksanakan pada bulan Maret 2021. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien yang melakukan pemeriksaan di Klinik Mata KMU Gresik dengan usia 18 tahun keatas dan bersedia menjadi subjek penelitian dengan menandatangani formulir persetujuan setelah mendapat penjelasan (*informed consent*) dengan besar sampel sebanyak 100 orang dengan metode simple random sampling.

Hasil dari penelitian didapatkan Sebesar 72% untuk dimensi kesehatan penglihatan secara umum masih dalam kategori buruk. Pengalaman responden terhadap penglihatan mata masih dikategorikan buruk yaitu sebesar 85%. Kesulitan yang dialami responden terhadap penglihatan mata masih dikategorikan buruk yaitu sebesar 89%.

Pelayanan kesehatan yang akan dikunjungi responden pada saat mengalami sakit mata kebanyakan memilih klinik mata sebesar 72% dengan alasan rekomendasi teman/keluarga yaitu sebesar 52%. Kriteria terkait pelayanan kesehatan yaitu kelengkapan jenis layanan sebesar 56% dan tarif yang murah/terjangkau sebesar 76%. Untuk kemudahan pembayaran (98%), kenyamanan ruang tunggu (91%), kenyamanan ruang pelayanan (98%), kecepatan pelayanan (100%) juga menjadi faktor yang mempengaruhi penilaian responden untuk menentukan fasilitas kesehatan mana yang akan dituju. Faktor kenyamanan baik ruang tunggu maupun ruang pelayanan menjadi harapan responden agar bisa ditingkatkan.

Tarif untuk operasi katarak dirasa masih murah yaitu sebesar 80%, sedangkan harapan responden setelah operasi katarak sebesar 88% menginginkan dapat melihat jelas tanpa bantuan kacamata. Untuk bangunan merupakan hal yang masih perlu ditingkatkan di Klinik Mata KMU dengan prosentase sebesar 56%. Layanan VIP juga menjadi harapan yang perlu dikembangkan agar responden dapat terlayani tanpa antri selain faktor kenyamanan.

Berdasarkan hasil masalah yang muncul dan hasil dari FGD manajemen, maka rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan daya saing di Klinik Mata KMU berdasarkan hasil penelitian ini adalah dengan cara mengembangkan layanan produk IOL Premium, Layanan VIP dan Telekonsultasi.

ABSTRACT

**Recommendations for Product Development Planning to
Increase Competitiveness at Klinik Mata KMU Gresik**

Cataracts are the second most common cause of visual impairment worldwide, accounting for 33% and the cause of 51% of blindness in the world. The rate of blindness due to cataracts in Indonesia is the highest in Southeast Asia and ranks third in the world at 1.47%. Cataract treatment can only be cured by surgery and the phacoemulsification technique is the latest technique for now. The shape of the IOL (lens) is also increasingly diverse, to meet the needs of cataract sufferers. Along with the development of the cataract and refractive surgery fields, different product offerings can become another value, which KMU Eye Clinic hopes to have as a competitive edge. This research aims to do product development planning. This research is observational because in the data collection there is no intervention on the target. Data collection is done by means of a questionnaire by taking a sample of 100 people, which is based on the needs and evaluation of services that have been running. The results show that in general eye health, respondents still have poor eyesight by 72%, while the experience of respondents with eyesight is 85% in the bad category, so that an average of 89% have difficulty in vision in the bad category. From the problems that arise and the expectations of patients emphasize service improvements to meet the needs of respondents, so to fulfill this, product development will be developed to increase competitiveness at the Eye Clinic, namely the development of Premium IOL products, VIP services, and teleconsultation.

Keywords: eye clinic, cataract surgery, IOL

ABSTRAK

Rekomendasi Perencanaan Pengembangan Produk Sebagai Peningkatan Daya Saing Di Klinik Mata KMU Gresik

Katarak merupakan penyebab gangguan penglihatan terbanyak kedua di seluruh dunia yaitu sebesar 33% dan penyebab 51% kebutaan di dunia. Tingkat kebutaan yang diakibatkan katarak di Indonesia merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara dan berada di urutan ketiga di dunia yaitu sebesar 1,47%. Pengobatan katarak hanya bisa disembuhkan dengan cara operasi dan teknik Fakoemulsifikasi merupakan teknik mutakhir untuk saat ini. Bentuk IOL (lensa) juga semakin beragam, untuk memenuhi kebutuhan penderita katarak. Seiring dengan berkembangnya bidang katarak dan bedah refraktif, penawaran produk yang berbeda, dapat menjadi *value* lain, dimana harapannya dimiliki oleh Klinik Mata KMU sebagai daya saing. Penelitian ini bertujuan melakukan perencanaan pengembangan produk. Penelitian ini bersifat observasional karena dalam pengumpulan datanya tidak dilakukan intervensi terhadap sasaran. Pengumpulan data dilakukan dengan cara kuisioner dengan mengambil sampel berjumlah 100 orang, dimana melihat dari kebutuhan dan evaluasi layanan yang sudah berjalan. Hasil menunjukkan bahwa kesehatan mata secara umum, responden masih mengalami penglihatan yang buruk sebesar 72%, sedangkan pengalaman responden terhadap penglihatan sebesar 85% dalam kategori buruk, sehingga rata-rata 89% mengalami kesulitan dalam penglihatan dalam kategori buruk. Dari masalah yang muncul dan harapan dari pasien menekankan adanya perbaikan layanan untuk memenuhi kebutuhan responden, sehingga untuk memenuhi hal ini, maka pengembangan produk yang akan dikembangkan guna meningkatkan daya saing pada Klinik Mata yaitu pengembangan produk IOL Premium, layanan VIP, dan telekonsultasi.

Kata kunci : klinik mata, operasi katarak, IOL

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR	iii
PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
<i>SUMMARY</i>	ix
RINGKASAN	xi
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN DAN ISTILAH	xxiii
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kajian Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.4.1 Tujuan Umum	15
1.4.2 Tujuan Khusus	15
1.5 Batasan Masalah	15
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.6.1 Bagi Klinik Mata KMU	15
1.6.2 Bagi Program Studi	16
1.6.3 Bagi Peneliti	16
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	 17
2.1 Katarak	17
2.1.1 Pengertian Katarak	17
2.1.2 Faktor Risiko Katarak	18
2.1.3 Penatalaksanaan Katarak	23
2.2 Lensa Intraokuler (IOL)	26
2.2.1 Fungsi Lensa	26
2.2.2 Toric IOL	28
2.3 Produk	29
2.3.1 Pengertian Produk	29
2.3.2 Tingkatan Produk	29
2.4 Pemasaran	31
2.4.1 Pengertian Pemasaran	31

2.4.2 Ruang Lingkup Pemasaran	32
2.5 <i>Need and Demand</i>	36
2.6 Perilaku Konsumen.....	41
2.7 Pengembangan Produk dan Produk Baru.....	45
2.7.1 Tahap-Tahap Pengembangan Produk	46
2.7.2 Faktor Penyebab Produk Baru Gagal atau Sukses	48
2.7.3 Organisasi Pengembangan Produk Baru.....	50
2.8 <i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	51
2.8.1 Pengertian FGD	51
2.8.2 Penggunaan FGD	51
2.8.3 Pelaksanaan FGD	53
2.8.4 Analisis Data dan Penyusunan Laporan FGD	53
2.9 <i>Competitive Advantage</i>	55
2.9.1 Definisi <i>Competitive Advantage</i>	55
2.9.2 Komponen Keunggulan Bersaing.....	57
2.9.3 Menciptakan Keunggulan Bersaing	62
 BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN.....	66
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	66
 BAB 4 METODE PENELITIAN.....	67
4.1 Jenis dan Rancang Bangun Penelitian.....	67
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	67
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian	67
4.3.1 Populasi Penelitian.....	67
4.3.2 Sampel Penelitian.....	67
4.3.3 Besar Sampel	68
4.3.4 Teknik Pengambilan Sampel	68
4.4 Kerangka Operasional Penelitian	69
4.5 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Cara Pengukuran	70
4.5.1 Variabel Penelitian.....	70
4.5.2 Definisi Operasional dan Cara Pengukuran	70
4.6 Teknik dan Prosedur Pengambilan Data	79
4.6.1 Sumber Data Penelitian.....	79
4.6.2 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	79
4.7 Pengolahan dan Analisis Data.....	80
4.7.1 Pengolahan Data	80
4.7.2 Analisis Data.....	80
 BAB 5 HASIL DAN ANALISIS DATA	82
5.1 Gambaran Umum Klinik KMU Gresik.....	82
5.1.1 Visi dan Misi KMU Gresik	82
5.1.2 Sumber Daya Manusia KMU Gresik	83
5.1.3 Pelayanan Klinik KMU Gresik	84
5.1.4 Struktur Organisasi KMU Gresik	86
5.1.5 Sarana Prasarana KMU Gresik	87

5.2 Jenis Pelayanan, Operasi dan Lensa yang Digunakan Klinik Mata KMU Gresik.....	91
5.3 Karakteristik Pasien Klinik Mata KMU Gresik	93
5.3.1 Usia	93
5.3.2 Jenis Kelamin.....	94
5.3.3 Pendapatan Pasien.....	94
5.3.4 Pendidikan	95
5.3.5 Pekerjaan.....	95
5.4 Gagasan atau Ide Berdasarkan Kebutuhan Produk Pasien.....	96
5.4.1 Kesehatan Umum dan Penglihatan.....	96
5.4.2 Pengalaman Terhadap Penglihatan Buruk Mata	97
5.4.3 Kesulitan yang Dialami.....	98
5.4.4 Tindakan Pasien Bila Menderita Katarak	98
5.5 Penyaringan Gagasan atau Ide berdasarkan Evaluasi Layanan	99
5.5.1 Tempat Pasien Pertama Kali Berobat Ketika Sakit Mata	99
5.5.2 Alasan Berobat Ke Tempat Pertama Kali Berobat	100
5.5.3 Kelengkapan Jenis Pelayanan Medis.....	101
5.5.4 Besar Tarif yang Harus Dibayar dengan Pelayanan yang Didapatkan.....	101
5.5.5 Cara Pembayaran Yang Dilakukan	102
5.5.6 Kenyamanan Ruang Tunggu Pasien	103
5.5.7 Kenyamanan Ruang Pelayanan Pasien	103
5.5.8 Kecepatan Pelayanan yang Diberikan Petugas Kepada Pasien.....	104
5.5.9 Harapan Pasien Pada Pelayanan	104
5.5.10 Kemudahan Jangkauan Pelayanan	105
5.5.11 Layanan dan Promosi.....	106
5.5.12 Tarif Operasi Katarak Yang Sudah Berjalan	107
5.5.13 Harapan Pasien Jika Sudah Melakukan Operasi Katarak	107
5.5.14 Hal-Hal Yang Masih Harus Ditingkatkan.....	108
5.5.15 Pelayanan Yang Ingin Dikembangkan Di Klinik Mata KMU	108
5.5.16 Layanan Prioritas Seperti Layanan VIP	109
5.5.17 Alasan Memilih Layanan VIP	110
5.5.18 Produk Unggulan IOL (Lensa)	110
5.6 FGD (<i>Focus Group Discussion</i>) dan Isu Strategis	111
5.7 Rekomendasi Pengembangan Produk Yang Ditawarkan.....	114
5.8 Rekomendasi Pengembangan Strategi Pemasaran untuk Produk yang Ditawarkan	116
 BAB 6 PEMBAHASAN	 117
6.1 Identifikasi Data Karakteristik (Usia, Jenis Kelamin, Pendapatan, Pendidikan, Pekerjaan)	117
6.2 Identifikasi Kesehatan Penglihatan Mata berdasarkan Kebutuhan Responden dan Evaluasi Layanan	121
6.3 Rekomendasi Pengembangan Produk	132

6.4 Peningkatan Daya Saing	142
BAB 7 PENUTUP.....	145
7.1 Kesimpulan	145
7.2 Saran	147
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN.....	156

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data tindakan penyumbang omset terbesar Klinik Mata KMU Gresik tahun 2019.....	3
Tabel 1.2	Data Kunjungan Rawat Jalan Pasien di KMU Gresik pada tahun 2017 – 2019.....	7
Tabel 2.1	Komponen dan Implikasi Sumber Daya Perusahaan.....	60
Tabel 4.1	Definisi Operasional dan Cara Pengukuran Variabel Penelitian	71
Tabel 5.1	Sumber Daya Manusia KMU Gresik Berdasarkan <i>Job Description</i>	83
Tabel 5.2	Distribusi Data Usia Pasien Klinik Mata KMU Gresik	93
Tabel 5.3	Distribusi Data Jenis Kelamin Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	94
Tabel 5.4	Distribusi Data Pendapatan Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	94
Tabel 5.5	Distribusi Data Pendidikan Pasien Klinik Mata KMU Gresik	95
Tabel 5.6	Distribusi Data Pekerjaan Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	95
Tabel 5.7	Kesehatan Mata dan Penglihatan yang Dialami oleh Pasien Klinik Mata KMU Gresik	97
Tabel 5.8	Pengalaman Terhadap Penglihatan Mata yang Dialami oleh Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	97
Tabel 5.9	Kesulitan yang Dialami oleh Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	98
Tabel 5.10	Tindakan Pasien Klinik Mata KMU Apabila Menderita Katarak	99
Tabel 5.11	Tempat Pasien Pertama Kali Berobat Ketika Sakit Mata Menurut Pasien Klinik Mata KMU	100
Tabel 5.12	Alasan Berobat Ke Tempat Pertama Kali Berobat Menurut Pasien Klinik Mata KMU	100
Tabel 5.13	Kelengkapan Jenis Pelayanan Medis Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik	101
Tabel 5.14	Besar Tarif yang Harus Dibayar Dibandingkan Pelayanan yang Didapatkan Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	102
Tabel 5.15	Cara Pembayaran yang Dilakukan Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik	102
Tabel 5.16	Kenyamanan Ruang Tunggu Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik	103
Tabel 5.17	Kenyamanan Ruang Pelayanan Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik	103
Tabel 5.18	Kecepatan Pelayanan Yang Diberikan Petugas Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	104
Tabel 5.19	Harapan Pasien pada Pelayanan Klinik Mata KMU Gresik	105

Tabel 5.20	Kemudahan Jangkauan Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	105
Tabel 5.21	Layanan dan Promosi Menurut Pasien Klinik Mata KMU Gresik.....	106
Tabel 5.22	Pendapat Responden Untuk Tarif Operasi Katarak di Klinik Mata KMU.....	107
Tabel 5.23	Harapan pasien Klinik Mata KMU jika sudah melakukan operasi katarak	107
Tabel 5.24	Hal-Hal Yang Masih Harus Ditingkatkan Di Klinik Mata KMU	108
Tabel 5.25	Pelayanan yang Ingin Dikembangkan Di Klinik Mata KMU.....	109
Tabel 5.26	Persetujuan Pasien Terhadap Layanan Prioritas Seperti Layanan VIP di Klinik Mata KMU	109
Tabel 5.27	Alasan memilih layanan VIP di Klinik Mata KMU	110
Tabel 5.28	Produk Unggulan IOL (lensa) premium pada layanan operasi katarak (Operasi katarak Bebas Kacamata) Menurut Pasien	110
Tabel 5.29	Isu Strategis dan FGD.....	114
Tabel 6.1	Rekomendasi Penyusunan Produk.....	140
Tabel 6.2	Layanan Mata Rumah Sakit Lain dibandingkan dengan Layanan Klinik Mata KMU dari hasil rekomendasi	143

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Kajian Masalah Penelitian	9
Gambar 2.1	Perbedaan Antara Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran	33
Gambar 2.2	Pergerakan Sepanjang Kurva P_1	39
Gambar 2.3	Kurva Permintaan Pasar.....	40
Gambar 2.4	Model Perilaku Konsumen Menurut Assael	42
Gambar 2.5	Model Perilaku Konsumen	44
Gambar 2.6	Elemen Keunggulan Bersaing (Cravens, 1999).....	58
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	66
Gambar 4.1	Kerangka Operasional Penelitian.....	69
Gambar 5.1	Struktur Organisasi KMU Gresik	86
Gambar 5.2	Denah Prasarana Bangunan KMU Gresik	89

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1.1	Keterangan Lolos Kaji Etik	157
Lampiran 1.2	Lembar Penjelasan Sebelum Penelitian	158
Lampiran 1.3	<i>Informed Consent</i>	160
Lampiran 1.4	Kuesioner Penelitian	161
Lampiran 1.5	Analisis Data Menggunakan SPSS	167

DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN DAN ISTILAH

ATR	: <i>Against-The-Rule</i>
BPJS	: Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
CSR	: <i>Cataract Surgical Rate</i>
ICCE	: <i>Intra Capsular Catarac Extraction</i>
FKTP	: Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama
IOL	: <i>Intraocular Lens</i>
Kemenkes RI	: Kementrian Kesehatan Republik
IndonesiaKMU	: Klinik Mata Umum
<i>Need and Demand</i>	: Kebutuhan dan
permintaanOOP	: <i>Out Of Pocket</i>
Riskesdas	: Riset Kesehatan Dasar
SDM	: Sumber Daya Manusia
SJSN	: Sistem Jaminan Sosial Nasional
UU	: Undang-Undang
UV	: Ultra Violet
VIP	: <i>Very Important Person</i>
WHO	: <i>World Health Organization</i>
WTR	: <i>With-The-Rule</i>
<i>Product</i>	: Produk
<i>Positioning</i>	: Penempatan
FGD	: <i>Focus Group Discussion</i>
ECCE	: <i>Ekstra Capsular Catarac Ekstraction</i>
SICS	: <i>Small Incision Catarac Surgery</i> (SICS)
CCI	: <i>Clear Corneal Incisions</i>
LRIs	: <i>Limbal Relaxing Incision</i>
<i>Slope</i>	: Kemiringan