

## ABSTRAK

Rumah sakit merupakan organisasi yang kompleks, karena mempunyai permasalahan yang sangat rumit dan terdapat berbagai macam fasilitas pengobatan, peralatan serta berbagai orang dalam keadaan emosional yang berbeda. Pencapaian BOR IRNA Ruang Gardena dan Helikonía RSUD Kabupaten Gresik selama 6 tahun terakhir cenderung menurun, yaitu tahun 2001 sebesar 62,13 %, hingga tahun 2005 sebesar 50,83 %.

Tujuan penelitian ini adalah merekomendasi upaya pemasaran untuk meningkatkan pemanfaatan IRNA Ruang Gardena dan Helikonía RSUD Kabupaten Gresik berdasarkan analisis penilaian dan harapan masyarakat tentang *marketing mix 7P*.

Berdasarkan metodologi riset pemasaran, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif-kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel penelitian ini adalah pasien IRNA Ruang Gardena dan Helikonía RSUD Kabupaten Gresik sejumlah 63 orang pada bulan Juni sampai dengan Juli 2007. Variabel yang diteliti adalah karakteristik pasien, pelaksanaan *marketing mix 7P* di RSUD Kabupaten Gresik, penilaian dan harapan pasien tentang *marketing mix 7P*.

Karakteristik responden didapatkan bahwa 71,4 % responden termasuk usia produktif (16-60 tahun), 55,6 % perempuan, 52,3 % berpendidikan terakhir menengah, 50,8 % swasta, dan 88,9 % golongan ekonomi menengah kebawah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian dan harapan pasien tentang *marketing mix 7P* di IRNA Ruang Gardena dan Helikonía RSUD Kabupaten Gresik berdasarkan variabel *product* yang sudah baik adalah kelengkapan pemeriksaan radiologi, sedangkan kelengkapan pemeriksaan laboratorium perlu ditingkatkan. Variabel *price* yang sudah baik adalah cara pembayaran, namun besarnya tarif pelayanan perlu diperhatikan lagi. Variabel *place* yang sudah baik adalah akses ke rumah sakit, sedangkan kenyamanan ruang perawatan, kenyamanan dan kebersihan ruang tamu perlu ditingkatkan. Variabel *people (cross selling)* yang sudah baik adalah frekuensi penawaran jenis pelayanan oleh perawat, namun oleh dokter spesialis perlu ditingkatkan. Variabel *process* yang sudah baik adalah kecepatan pelayanan, kemudahan hubungan dan tanggapan petugas dan dokter spesialis mendengarkan keluhan pasien, sedangkan frekuensi dan ketepatan jadwal kunjungan dokter spesialis ke ruangan perlu ditingkatkan. Variabel *promotion* yang sudah baik adalah media dan materi promosi dari mulut ke mulut dan speaker ke ruangan, namun koran, radio dan leaflet perlu ditingkatkan. Variabel *physical evidence* yang sudah baik adalah kelengkapan kamar mandi, TV, ruang tunggu dan ruang tamu, sedangkan kelengkapan AC, kulkas, dan telepon perlu ditingkatkan.

Dari hasil penelitian diharapkan, pihak manajemen rumah sakit dapat mengambil langkah awal dalam rangka meningkatkan pemanfaatan IRNA Ruang Gardena dan Helikonía dengan mengefektifkan upaya promosi, menetapkan kebijakan tentang kunjungan dokter spesialis dan upaya *cross selling*.

Kata kunci : pasien IRNA Ruang Gardena dan Helikonía, *marketing mix 7P*, penilaian dan harapan, grafik 2 x 2.

## ABSTRACT

Hospital is complex organizationi, because it is having complicated problems and there are many various medication facility, equipments and also various various person with different emotional condition. Attainment of IRNA Ruang Gardena dan Helikonია RSUD Kabupaten Gresik during 6 the last year is decrease, it is to 62,13 % in 2001 become 50,83 % in 2005.

This research target is recommendation strive marketing to increase exploiting of IRNA Ruang Gardena dan Helikonია RSUD Kabupaten Gresik based on assessment analysis and society expectation of marketing mix 7 P.

Base on metodologi of Market Research, this research is included in descriptive research of kualitatif-kuantitatif, technique of data collecting use questioner. Research sample research is 63 patient of IRNA Ruang Gardena dan Helikonია RSUD Kabupaten Gresik in June until July 2007. Research variable is patient characteristic, implementatkion of *marketing mix 7P* at RSUD Kabupaten Gresik, assessment and patient expectation about marketing mix 7P.

Responder characteristic got that 71,4 % responder is in productive age (16-60 years old), 55,6 % woman gender, 52,3 % having last education medium school, 50,8 % and 88,9 % from middle economics faction downwards.

Research result show that assessment and patient expectation about marketing mix 7P IRNA Ruang Gardena dan Helikonია RSUD Kabupaten Gresik pursuant to good variable product is inspection equipment of radiology, while inspection equipment of laboratory need improved. Good price variable is the way of payment, but the level of service tariff need paid attention again. Good place variable is accessing to hospital, while freshness of care room, freshment and hygiene of sittingroom need improved. Good people variable (cross selling) is tender frequency of service type by nurse, but by specialist doctor need level. Good process variable is service speed, easy of relation and response of nurse and specialist doctor listen patient sigh, while frequency and accuracy of schedule visite of specialist doctor to care room need improved. Good promotion variable is media and promotion items from mouth to mouth and speaker to care room, but by newspaper, radio and leaflet need improved. Good variable physical evidence equipment of bathroom; TV, waiting room and sittingroom, while equipment of AC, kulkas, and phone need improved.

From research result expected, party of hospital management can to take action order to improving exploiting of IRNA Ruang Gardena dan Helikonია by streamlining promotion effort, specifying policy about visit of specialist doctor and strive cross selling

**Keywords :** patient of IRNA Ruang Gardena dan Helikonია, marketing mix 7P, assessment and expectation, graph 2 x 2.