

ABSTRAK

Jumlah angka keluhan pasien di RS Mata Undaan Surabaya mengalami tren yang fluktuatif dari tahun 2011 hingga 2015. Keluhan pelanggan terhadap unsur pemasaran (tempat, proses, SDM, dan fasilitas fisik) di Rumah Sakit Mata Undaan pada tahun 2015 sebesar 27 keluhan, dan belum mencapai target yang ditetapkan rumah sakit yakni sebesar 0 keluhan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kesenjangan pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima oleh pasien rawat jalan di RS Mata Undaan.

Penelitian ini bersifat survey observasional analitik yang akan dianalisis dengan grafik Matriks Posisi. Selain itu juga dianalisis kebutuhan pribadi, cerita dari orang lain dan pengalaman masa lalu pasien. Penelitian menggunakan teknik *systematic random sampling*, maka didapatkan 98 responden yang diteliti.

Mayoritas responden membutuhkan tempat pelayanan luas, perhatian dari petugas, butuh ditemani orang lain ketika berobat, tidak membutuhkan motivasi orang lain untuk berobat, tidak memiliki cerita dari orang lain, dan mayoritas responden pernah menggunakan pelayanan di RS Mata Undaan. Hasil yang didapatkan dari analisis matriks posisi yaitu bahwa beberapa aspek berada pada kuadran A atau *Attention* dengan nilai harapan pasien > penilaian terhadap pelayanan yang diterima. Beberapa aspek yang berada pada kuadran A antara lain: kenyamanan tempat parkir, waktu tunggu yang > 30 menit, kecepatan pemberian pelayanan dan kejelasan informasi di RS Mata Undaan, kurangnya sikap ramah dan perhatian dari petugas administrasi, pelayanan yang kurang terampil cepat dan tepat dari perawat dan sikap ramah dan perhatian dari dokter, kondisi fasilitas toilet yang kurang bersih, dan kondisi ruang tunggu yang kurang nyaman.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa beberapa hal yang berada pada kuadran A atau *Attention* merupakan isu strategis yang harus diperhatikan dan diselesaikan oleh pihak RS guna memenuhi harapan pasien.

Kata kunci: analisis kesenjangan, *marketing mix*, matriks posisi

ABSTRACT

Total number of patient complaints in Undaan Eye Hospital Surabaya had fluctuating trend since 2011 to 2015. Patient complaints toward the marketing mix (places, processes, people, physical facility) in Undaan Eye Hospital in 2015 amounted to 27 complaints, and has not yet reached target set by the hospital which is equal to 0 complaints. Therefore, the purpose of this research is to analyze gaps in expected service and perceived service by outpatients at the Undaan Eye Hospital

This research was an analytic observational survey and to be analyzed by matrix cartesius position. It also analyzed personal needs, word of mouth and the past experience of the patient. Research using systematic random sampling technique, then obtained 98 respondents who researched.

The result showed that majority of respondents needed a comprehensive already service, needed staff care, did not need other people's motives for treatment, did not have word of mouth from others, and the majority of respondents have used the service in Undaan Eye Hospital before. The results obtained from the analysis of the position matrix is that some aspects are in quadrant A or Attention, which patient expected service > perceived service. Some aspects that are in Attention quadrant, are: the uncomfor of the parking area, waiting time > 30 minutes, the low speed of service delivery and lack of the information, lack of friendly attitude and attention from administrators and doctor, less skilled as quickly of nurses, the condition of the toilet were not clean, and the conditions of lounge area that uncomfortable.

It can be concluded that some of the things that are in quadrant A or Attention is a strategic issue that must be considered and resolved by the Undaan Eye hospital to meet the expectations of patients.

Keywords: gap analysis, marketing mix, matrix position.