

CITRA RUMAH SAKIT BALIMÉD DENPASAR

IMAGE OF BALIMÉD HOSPITAL DENPASAR

Ida Ayu Rahajeng P.D¹, Julita Hendrartini², Yulia A. Widyaningsih³¹Female Cancer Programme Bali Region, Sanglah Hospital Denpasar²Magister Kebijakan Manajemen Asuransi Kesehatan, FK UGM, Yogyakarta³Fakultas Ekonomi, UGM, Yogyakarta

ABSTRACT

Background: Hospital industry competition in Indonesia is getting more intense. Identifying image position and positive image building of new hospital become one of important strategies in anticipating competitive situation and consumers' characteristics that are getting more critical in the choice of health service. Positive image building of hospitals encourage patients to pay more for health services they get and helps to decide purchase of the community.

Objective: To identify perception of patients and visitors about image of BaliMéd Hospital Denpasar, and to identify effect of respondent demography characteristics toward perception about image of BaliMéd Hospital Denpasar.

Method: The study used cross sectional survey design with quantitative as well as qualitative method as supplement. Primary data were obtained through questionnaire distributed to 200 patients and visitors as respondents at BaliMéd Hospital Denpasar. Qualitative method was applied through in-depth interview to 4 patients and 3 visitors of BaliMéd Hospital Denpasar. Data were analyzed descriptively, using independent t-test and U Mann – Whitney test followed by multiple regression analysis to identify the effect of respondents' characteristics to perception about image of BaliMéd Hospital Denpasar.

Result: Average perception of patients (150.12) about the image of BaliMéd Hospital Denpasar showed positive image whereas average perception of visitors (144.68) showed neutral image. The result of independent t-test with $p=0.003$ ($p<0.05$) showed there was significant difference in perception about the image of BaliMéd Hospital Denpasar between the patients and the visitors. $R^2=5.5\%$ indicated low contribution of effect of variables of education, income, and frequency of health service utilization to perception about the image of BaliMéd Hospital Denpasar. Only the variable of frequency of health service utilization at regression coefficient 1.658 that had significant effect $p=0.016$ ($p<0.05$) to perception about hospital image.

Conclusion: Perception of patients about the image of BaliMéd Hospital Denpasar was positive image but visitors had neutral image. In general, patients and visitors had significant difference in perception about the image of BaliMéd Hospital Denpasar. Only the frequency of health service utilization that had positive and significant effect to the image of BaliMéd Hospital Denpasar. Education, income and frequency of health service utilization all together did not have significant effect to the process of perception building on the image of BaliMéd Hospital Denpasar.

Keywords: image of hospital, perception

ABSTRAK

Persaingan industri rumah sakit di Indonesia semakin meningkat. Mengetahui posisi citra serta pembentukan citra positif pada rumah sakit baru menjadi salah satu strategi penting dalam mengatasi situasi kompetitif serta sifat konsumen yang semakin kritis dalam memilih pelayanan kesehatan. Pembentukan citra rumah sakit yang positif mendorong pasien untuk membayar lebih atas pelayanan kesehatan yang diterima, serta membantu menciptakan keputusan pembelian masyarakat umum.

Mengidentifikasi persepsi pasien dan pengunjung terhadap citra RS BaliMéd Denpasar, serta mengidentifikasi pengaruh karakteristik demografi responden terhadap persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar.

Penelitian kuantitatif dengan rancangan *cross sectional survey*, serta penelitian kualitatif sebagai suplemen. Data primer diperoleh melalui instrumen pengumpulan data kuesioner terhadap 200 orang responden dari pasien serta pengunjung RS BaliMéd Denpasar. Penelitian kualitatif melalui hasil wawancara mendalam terhadap 4 pasien dan 3 pengunjung RS BaliMéd Denpasar. Data dianalisis secara analisis deskriptif, *independent t-test* dan *U Mann-Whitney test*, serta dilanjutkan dengan analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh karakteristik responden terhadap persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar.

Rerata persepsi pasien 150,12 atas citra RS BaliMéd Denpasar menunjukkan citra positif, sedangkan rerata persepsi pengunjung 144,68 berada pada citra netral. Hasil *independent t-test* dengan $p=0,003$ ($p=0,05$) menunjukkan adanya perbedaan persepsi yang bermakna atas citra RS BaliMéd Denpasar oleh pasien dan pengunjung. $R^2=5,5\%$ mengindikasikan rendahnya kontribusi pengaruh variabel lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan terhadap persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar. Hanya variabel frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan dengan koefisien regresi 1,658 memiliki pengaruh secara signifikan, $p=0,016$ ($p=0,05$) terhadap persepsi atas citra rumah sakit. Persepsi pasien atas citra RS BaliMéd Denpasar adalah citra positif, tetapi pengunjung mempersepsikan citra yang netral, dan secara umum pasien dan pengunjung memiliki perbedaan persepsi yang bermakna atas citra RS BaliMéd Denpasar. Hanya frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra RS BaliMéd Denpasar. Lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan secara bersama-sama tidak memberikan kontribusi pengaruh yang besar terhadap proses pembentukan persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar.

Kata kunci: citra rumah sakit, persepsi

PENGANTAR

Rumah sakit (RS) swasta semakin banyak bermunculan pada setiap daerah di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan peta industri pelayanan kesehatan khususnya RS beberapa tahun terakhir menunjukkan trend perkembangan dan persaingan yang meningkat di Indonesia. Situasi tersebut mengakibatkan masyarakat semakin kritis dalam memilih pelayanan kesehatan yang bermutu.

Kondisi kompetitif dalam industri RS juga terjadi di Provinsi Bali khususnya di Kota Denpasar. Hingga sampai pada tahun 2007 di Denpasar sudah berdiri sembilan RSU swasta, dengan rerata pencapaian *bed occupancy rate* (BOR) pada tahun 2006 dan 2007 di atas 50%.^{1,2} Informasi tersebut memberikan sinyal bagi sembilan RSU swasta di Denpasar, untuk dapat memenangkan peta persaingan dan meningkatkan *market share* dari pelanggan potensial yang ada. Hal tersebut dapat tercapai dengan pengorbanan berbagai biaya investasi yang sangat tinggi.

Rumah Sakit (RS) BaliMéd Denpasar merupakan pendatang baru dalam industri rumah sakit di Denpasar yang mulai beroperasi sejak 8 Januari 2008. Sebagai RSU swasta baru yang muncul di tengah persaingan, mengharuskan RS BaliMéd Denpasar untuk mengeluarkan biaya modal yang tidak sedikit, mulai dari investasi tanah, gedung, peralatan medis dan penunjang medis, bahkan sampai pada investasi sumber daya manusia. Hal tersebut mengharuskan RS BaliMéd Denpasar untuk dapat bersifat padat modal, padat karya, bahkan *high technology*.

Sebagai RS baru, dengan rerata pencapaian BOR selama tahun 2008 sebesar 43,02%, tingkat pencapaian efisiensi RS BaliMéd Denpasar dapat dikatakan cukup baik. Akan tetapi melihat tingginya tingkat persaingan RS di Denpasar, RS BaliMéd Denpasar masih harus meningkatkan kinerja pelayanannya. Jika hal tersebut tidak dilakukan, dipastikan RS BaliMéd Denpasar tidak akan dapat mempertahankan sustainabilitasnya, karena besarnya biaya investasi yang telah dikeluarkan tidak akan dapat ditutupi oleh pendapatan RS. Apabila hal tersebut terjadi, akan sangat mungkin RS tidak akan bertahan karena mengalami kebangkrutan.

Mengantisipasi kondisi dalam persaingan ini, salah satu strategi yang penting untuk dilakukan adalah strategi pemasaran dalam pembentukan citra RS. Terbentuknya citra positif dapat meningkatkan utilisasi RS, serta mendorong pasien akan bersedia membayar lebih atas pelayanan yang disampaikan RS, serta calon pasien dan masyarakat umum akan bersedia melakukan keputusan pembelian atas

pelayanan yang ditawarkan jika RS tersebut dapat dipercaya dan memiliki citra positif bagi mereka.³

Oleh karena itu, sangat penting bagi RS BaliMéd Denpasar untuk mengetahui posisi citra serta pembentukan citra RS yang positif melalui dimensi-dimensi citra yaitu dokter, teknologi peralatan medis, perawatan, biaya, lokasi, dan penampilan rumah sakit^{4,5,6}, sehingga masyarakat dapat menentukan RS BaliMéd Denpasar sebagai RS pilihan mereka. Melalui pembentukan citra perusahaan yang positif, RS BaliMéd Denpasar akan mampu bersaing dan menjadi pilihan bagi konsumen dan calon pelanggan yang semakin kritis dalam menentukan keputusan pembelian.

BAHAN DAN CARA PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di RSU Swasta BaliMéd Denpasar ini merupakan jenis penelitian analitik, dengan menggunakan rancangan *cross-sectional survey* untuk mengamati dimensi-dimensi dari variabel citra RS yang diukur pada satu titik waktu bersamaan.⁷ Responden dalam penelitian ini yang diambil melalui *simple (random) sampling*, terdiri dari 50 orang pasien rawat inap, 50 orang pasien rawat jalan, serta 100 orang pengunjung yaitu penunggu, pengantar, ataupun pembesuk pasien RS BaliMéd Denpasar yang belum pernah memanfaatkan pelayanan medis dari RS BaliMéd Denpasar. Seluruh responden yang terpilih diminta untuk mengisi kuesioner mengenai persepsi atas enam dimensi citra RS meliputi dokter, teknologi peralatan medis, perawatan, biaya, lokasi, dan penampilan RS, dengan *likert scale* yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitasnya terhadap 30 orang responden awal. Hasil penilaian responden melalui instrumen tersebut dianalisis secara deskriptif dengan menilai rentang skala citra RS normatif subyek berada pada skala positif, netral, atau negatif⁸, lalu dilanjutkan dengan melakukan uji perbedaan rerata persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar terhadap kelompok pasien dan pengunjung melalui *independent t-test* dan *U Mann-Whitney test*. Berikutnya dilakukan juga uji regresi berganda untuk melihat pengaruh karakteristik responden yang meliputi lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan terhadap persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar.

Penelitian kualitatif digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat hasil penelitian kuantitatif melalui pernyataan-pernyataan yang lebih spesifik dari beberapa responden. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap 2 orang pasien rawat inap, 2 orang pasien rawat jalan, serta 3 orang pengunjung RS BaliMéd Denpasar,

menggunakan panduan wawancara mendalam dan beberapa pertanyaan lepas, lalu dicatat sebagai *field notes* serta direkam menggunakan perekam.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini dengan jumlah responden 200 orang yang terbagi atas 100 orang pasien dan 100 orang pengunjung. Kedua kelompok tersebut melalui pengujian statistik memiliki persamaan karakteristik dari sisi sebaran jenis kelamin, kelompok umur, dan tingkat pendidikan.

Tabel 1 menunjukkan pengkategorian citra RS BaliMéd Denpasar berdasarkan hasil rerata persepsi responden. Citra dokter, teknologi peralatan medis, perawatan, serta penampilan RS berada pada rentang skala kategori citra positif, sedangkan citra biaya dan lokasi hanya berada pada rentang skala kategori citra netral.

Hasil penelitian kuantitatif tersebut, didukung serta ditentang oleh beberapa pernyataan responden melalui hasil wawancara mendalam pada penelitian kualitatif. Ilustrasi cuplikan kutotasi ataupun narasi *field notes* disajikan sebagai berikut.

Persepsi responden terhadap dokter

Ilustrasi cuplikan wawancara pendukung tersebut adalah sebagai berikut.

“...dokternya juga ramah menerima pasien dan diskusi...dokternya kalau saya liat sudah ahli dan berpengalaman, kayanya ngga ada yang baru tamat...setelah berobat disana, saya ngerasa sembuh, jadi saya berpikir, kalau saya berobat ke sana pasti saya cepat sembuh...”
(RF, Laki-laki, 32 tahun, D3, Pasien).

Akan tetapi, ada pernyataan beberapa responden yang dapat mengurangi nilai citra positif dimensi dokter, diantaranya yaitu mengatakan bahwa penyampaian informasi dari dokter spesialis saat *visite* kurang jelas dan dokter tampak terburu-buru. Responden pasien rawat jalan juga menceritakan bahwa sudah hampir 30 menit pasien

menunggu dokter spesialis yang hendak didatangi, sedangkan dokter spesialis yang dimaksud sedang ada rapat.

Persepsi responden terhadap teknologi peralatan medis

Kondisi sesuai Tabel 1 didukung oleh salah satu cuplikan pernyataan pasien sebagai berikut.

“...peralatannya menurut saya udah bagus...namanya aja rumah sakit baru, jadinya pasti masih bagus, dari penampilannya aja rumah sakitnya besar, kelihatan lebih canggih...”
(RF, Laki-laki, 32 tahun, D3, Pasien).

Persepsi responden terhadap perawatan

Citra positif tersebut didukung dengan salah satu pendapat pasien pada cuplikan berikut.

“...kalau perawatnya bagi saya, ramah, cepat tanggap, kita juga dianter ke ruang dokternya...”
(RF, Laki-laki, 32 tahun, D3, Pasien).

Sebaliknya perlu dipertimbangkan bahwa terdapat beberapa responden yang mengungkapkan hal sebaliknya, seperti kurangnya rasa empati dan responsif perawat atas kondisi pasien. Keterbatasan persediaan pakaian khusus untuk pasien dan peralatan perlengkapan medis di setiap ruangan rawat inap. Bahkan ada juga yang menyatakan mengenai kurangnya persiapan perawat saat akan melakukan tindakan medis.

Persepsi responden terhadap biaya

Terdapat kecenderungan pernyataan negatif oleh beberapa responden. Salah seorang responden menceritakan saat istrinya SC, beliau harus membayar dua lipat lebih besar dari ilustrasi awal dokter yang merujuknya. Beberapa ilustrasi lainnya adalah sebagai berikut.

“...tapi kayanya biayanya (dengan nada suara meninggi dan penekanan), kemarin mungkin karena saya rawat jalan aja, jadinya biayanya sedanglah, tapi ga tahu yang lainnya, kayanya lumayanlah...mungkin saya konsultasikan

Tabel 1. Persepsi pasien dan pengunjung atas dimensi citra RS

Dimensi Citra	Persepsi Citra RS Pasien			Persepsi Citra RS Pengunjung		
	Negatif	Netral	Positif	Negatif	Netral	Positif
Dokter	-	-	26.810	-	-	26.160
Teknologi Peralatan Medis	-	-	23.140	-	-	23.110
Perawatan	-	-	39.710	-	-	38.650
Biaya	-	13.500	-	-	12.160	-
Lokasi	-	19.700	-	-	18.570	-
Penampilan RS	-	-	27.260	-	-	26.030
Total	-	-	150.120	-	144.680	-

dulu dengan dokternya, apa mungkin bisa dikasi keringanan, kalau ngga, saya akan minta dengan dokter yang bersangkutan untuk merujuk ke rumah sakit lain.”
(RF, Laki-laki, 32 tahun, D3, Pasien)

Persepsi responden terhadap lokasi

Sama halnya dengan dimensi biaya, dimensi lokasi perlu diantisipasi oleh pihak RS BaliMéd Denpasar dengan adanya beberapa pernyataan yang cenderung bernilai negatif seperti ilustrasi berikut.

“BaliMéd ini di jalan baru ya? Makanya, kayanya jalannya sepi banget, kayanya masih relatif banyak orang yang belum tau, jadinya mungkin karena hal itu, orang masih banyak yang belum tau dan agak bingung nyarinya.”
(RG, Perempuan, 26 tahun, S1, Pengunjung)

Beberapa responden lainnya juga sependapat menyatakan bahwa informasi lokasi RS BaliMéd Denpasar masih sangat kurang dan cukup jauh dari pusat kota, sehingga banyak kerabat yang kebingungan saat hendak menjenguk pasien. Selebihnya juga menyetujui bahwa lahan parkir yang tersedia saat jam-jam padat kunjungan masih kurang, terlebih lagi lokasi parkir di lantai *basement*, memiliki turunan dan tanjakan yang sangat curam, serta lokasi parkir di *basement* kurang penerangan.

Akan tetapi, ada juga salah satu pernyataan responden yang memberikan nilai positif. Ilustrasi cuplikannya adalah sebagai berikut.

“...BaliMéd itu terlalu jauh dari pusat kota, tapi bagusya jadi lebih tenang, lebih lapang, ngga terlalu *crowded*, ngga se-*crowded* RS lainnya.”
(RG, Perempuan, 26 tahun, S1, Pengunjung)

Persepsi responden terhadap penampilan RS

Cuplikan pernyataan pendukung dari salah satu pengunjung adalah sebagai berikut.

“...BaliMéd itu terkesan sangat masih baru...ngga kaya RS X yang kesannya udah tua...kalau BaliMéd ini keliatan banget gedungnya masih baru...ngga terlalu rame...waktu kita masuk ke kamarnya itu bersih banget, bagus kamarnya...”
(RG, Perempuan, 26 tahun, S1, Pengunjung)

Sebaliknya terdapat beberapa pernyataan dari responden yang bertentangan dengan hasil di atas. Cuplikan tersebut adalah sebagai berikut.

“...tapi itu warna hijaunya, mungkin bisa ditambahin apa biar lebih enak dilihat...cuman karena mungkin saking masih barunya dan lowongnya, jadinya terkesan sangat dingin dan ngga hangat...”
(RG, Perempuan, 26 tahun, S1, Pengunjung)

Didukung oleh beberapa pendapat responden lainnya atas penilaian kurang baik terhadap dimensi penampilan RS, seperti fasilitas *lift* yang sering rusak, lemari baju ruang rawat inap kurang dibersihkan saat akan ditempati. Bahkan ada juga yang dengan detail menyebutkan tirai di ruangan sudah mulai terlihat kotor tetapi belum dicuci.

Persepsi responden terhadap citra RS BaliMéd Denpasar

Hasil rerata persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar oleh kelompok pengunjung sesuai Tabel 1 berada pada rentang skala kategori citra netral. Pada kelompok pasien dikategorikan memiliki citra positif. Tetapi secara bersamaan citra RS BaliMéd Denpasar dikategorikan memiliki citra positif.

Penilaian positif sebaliknya ditentang oleh beberapa responden seperti mengenai variasi makanan, rasa, penyuguhan dan penampilan yang kurang menarik. serta kekurangsesuaian menu untuk pasien anak-anak. Bahkan ada responden yang menyatakan mengenai kesalahan komunikasi dan interpretasi melalui telepon oleh staf non-medis mengenai jadwal praktek dokter bersama.

Perbedaan persepsi pasien dan pengunjung terhadap citra RS

Pada Tabel 2 disajikan hasil uji perbedaan kedua kelompok yang disesuaikan dengan normalitas data yang ada. Hasil yang diperoleh dari dimensi dokter dan teknologi peralatan medis bahwa *p-value* keduanya lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi yang bermakna atas dimensi dokter dan

Tabel 2. Hasil uji perbedaan persepsi pasien dan pengunjung terhadap citra RS

Dimensi Citra	Rerata Persepsi		Uji Perbedaan Kelompok	
	Pasien	Pengunjung	<i>Independent t-test</i>	<i>U Mann-Whitney</i>
Dokter	26.810	26.160		0.096
Teknologi Peralatan Medis	23.140	23.110		0.908
Perawatan	39.710	38.650		0.017*
Biaya	13.500	12.160	0.000*	
Lokasi	19.700	18.570	0.009*	
Penampilan RS	27.260	26.030		0.021*
Total	150.120	144.680	0.003*	

*p-value** < $\alpha = 0,05$

teknologi peralatan medis antara kelompok pasien dan pengunjung. Pada dimensi perawatan, biaya, lokasi, penampilan rumah sakit, dan citra RS diperoleh *p-value* yang semuanya lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi yang bermakna atas dimensi perawatan, biaya, lokasi, penampilan RS, dan citra RS antara kelompok pasien dan pengunjung.

Hubungan lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan dengan persepsi responden atas citra RS

Hasil uji regresi berganda 200 responden antara lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan dengan citra RS ditampilkan pada Tabel 3.

Nilai R yang menunjukkan gabungan korelasi ketiga variabel bebas lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan terhadap variabel citra RS yaitu sebesar 0,235. Untuk nilai R² (koefisien determinasi) adalah hanya sebesar 0,055. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan dari pengaruh secara bersama-sama (*multiple regression*) antara x1, x2, dan x3 terhadap y hanya sebesar 5,5%, selebihnya sebesar 94,50% (100-5,5 = 94,50) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Merujuk pada Tabel 3, maka nilai t untuk variabel lama pendidikan dan tingkat ekonomi pada keempat *dummy variable*-nya sebesar -1,751 dan -1,143, 0,197, -0,184, -0,484 dengan tingkat signifikansi 0,082 dan 0,255, 0,844, 0,854, 0,629 > $\alpha = 0,05$ menjadi tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh antara lama pendidikan dan tingkat ekonomi terhadap citra RS. Sebaliknya dengan nilai t untuk variabel frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan sebesar 2,422 dengan tingkat signifikansi 0,016 < $\alpha = 0,05$ menjadi signifikan,

sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan terhadap citra RS. Berdasarkan uji statistik t ini, dapat disimpulkan bahwa variabel citra RS hanya dipengaruhi secara signifikan oleh variabel frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan.

PEMBAHASAN

Dimensi citra biaya dan lokasi RS BaliMéd Denpasar, responden hanya memiliki citra yang bernilai netral (Tabel 1). Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, maka produk kemungkinan besar tidak akan diterima masyarakat, karena biasanya harga yang tinggi menunjukkan citra produk yang superior. Perlu diadakan suatu survey mengenai tingkat biaya yang mau (*willingness to pay*) dikeluarkan oleh masyarakat untuk membayar suatu jasa pelayanan kesehatan, yang sebelumnya sudah disesuaikan dengan perhitungan biaya RS dengan menetapkan *unit cost* yang tepat. Selain itu lebih memperbanyak penawaran produk-produk dalam sistem paket, serta lebih mensosialisasikan program IKS yang sudah berjalan, dengan memperluas kerja sama terhadap perusahaan-perusahaan lokal, nasional, maupun multinasional.

Fasilitas fisik organisasi atau *servicescape* memiliki peranan dalam mengemas jasa yang ditawarkan serta mengkomunikasikan citra eksternal kepada pelanggan mengenai hal yang ada di dalam perusahaan, serta juga dapat berfungsi mempengaruhi pilihan pelanggan.⁹ Sebagai RS yang baru berdiri serta berlokasi di jalan alternatif yang juga belum banyak diketahui, sangat penting untuk mengupayakan *signage* menuju RS BaliMéd Denpasar, misalnya di jalan-jalan utama ataupun lampu merah. Mengusahakan kemudahan bagi pasien dan pengunjung dalam mencari lokasi RS, akan menciptakan citra positif bagi RS.

Tabel 3. Hasil uji regresi berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koef. Korelasi	Uji t	Koef. Regresi	Con-stant	R	R ²	F
Persepsi Citra RS	Lama pendidikan	-0.143 (0.022*)	-1.751 (0.082)	-0.775				
	Tingkat ekonomi (Dummy 1)	-0.11 (0.437)	-1.143 (0.255)	-2.478				
	(Dummy 2)		0.197 (0.844)	0.659	157.998	0.235	0.055	1.876 (0.087)
	(Dummy 3)		-0.184 (0.854)	-0.821				
	(Dummy 4)		-0.484 (0.629)	-1.974				
	Frekuensi Utilisasi pelayanan kesehatan	0.165 (0.010*)	2.422 (0.016*)	1.658				

*p-value** < $\alpha = 0,05$

Para dokter spesialis yang praktik di RS BaliMéd Denpasar memiliki aktivitas yang padat. Akan tetapi, sebagai penyedia pelayanan jasa dengan pelanggan utamanya adalah pasien, maka pemenuhan kebutuhan pasien menjadi hal utama yang penting. Oleh karena itu, menyentuh sisi emosional pasien, salah satunya dengan bersikap ramah, simpati, empati, meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan, menyampaikan informasi, dan menjawab pertanyaan pasien dengan baik, akan menjadi hal positif dalam pembentukan citra positif RS.¹⁰ Masyarakat umum yang awam akan masalah medis dan klinis, cenderung akan lebih mempercayai para dokter dan tenaga medis ahli sebagai *opinion leaders* dalam memberikan pesan komunikasi. Seperti yang dinyatakan beberapa responden, bahwa mereka akan mau berobat ke RS BaliMéd Denpasar jika dianjurkan oleh dokternya.¹¹

Penampilan gedung RS BaliMéd Denpasar yang tampak megah seperti hotel, hal tersebut akan memberikan kesan bagi masyarakat awam bahwa RS tersebut kemungkinan memiliki kualitas pelayanannya yang baik, dan teknologi peralatan medisnya pasti baru serta canggih. Implikasi tersebut secara tidak langsung membantu dalam meningkatkan citra positif RS. Akan tetapi hal lainnya adalah, kemungkinan besar juga bahwa masyarakat awam akan menilai RS dengan penampilan seperti itu memiliki tarif yang mahal. Manajemen RS BaliMéd Denpasar harus dapat meyakinkan masyarakat, bahwa pelayanan yang akan diberikan sebanding dengan citra positif yang ditimbulkan melalui penampilan RS.

Kelompok pasien memiliki kecenderungan perbedaan rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok pengunjung (Tabel 2). Hal tersebut sangat wajar, karena mereka yang menjadi pasien telah memiliki pengalaman langsung atas pelayanan yang diberikan, sehingga persepsi yang terbentuk juga lebih kuat, karena citra berasosiasi dengan pengalaman dan kejadian yang berkesan di masa lampau berdasarkan pengalaman pribadi, pengalaman dari teman, ataupun pengalaman keluarga.

Sebagai perusahaan yang baru memasuki dunia persaingan dalam industri rumah sakit, RS BaliMéd Denpasar harus memiliki penilaian dan strategi dalam menarik pelanggan baru, selain tetap berusaha mempertahankan pelanggan lama. Pengunjung sebagai calon pelanggan potensial yang berprospek perlu juga mendapat perhatian dengan tetap mengusahakan meningkatkan persepsi atas citra positif RS, sehingga di masa yang akan datang mereka mau mencoba menggunakan pelayanan dari

RS BaliMéd Denpasar bahkan bersedia mereferensikan kepada kerabat lainnya. *Word-of-mouth* yang positif dapat mengurangi risiko pada tahap evaluasi konsumen dalam siklus pembelian, seperti risiko fungsional, waktu, finansial, psikologikal, serta sosial.¹² Oleh karena itu, jika *word-of-mouth* yang tercipta adalah positif, maka secara tidak langsung dapat menarik calon pelanggan.

Pada dimensi dokter dan teknologi peralatan medis menunjukkan hasil perbedaan rerata persepsi citra positif yang tidak signifikan antara kelompok pasien dan pengunjung. Hasil tersebut dilatarbelakangi oleh kondisi RS BaliMéd Denpasar sebagai RSU swasta yang baru berdiri dan juga dikenal dengan kepemilikan saham 57 orang dokter spesialis. Kedua hal tersebut sangat berhasil mendorong citra positif bagi RS BaliMéd Denpasar.

Hasil penelitian ini atas uji regresi berganda, ternyata dua diantara variabel independen, yaitu lama pendidikan dan tingkat ekonomi memberikan hasil uji-t yang tidak signifikan terhadap persepsi atas citra RS (Tabel 3). Hal tersebut mungkin dikarenakan sebaran data yang tidak berdistribusi normal, serta oleh karena pasien yang terpilih, sebagian besar merupakan pasien ikatan kerja sama (IKS) RS BaliMéd Denpasar. Hal tersebut sangat memungkinkan responden tidak memberikan jawaban secara obyektif, karena mereka takut dan masih berada dalam lingkungan RS serta menjalani masa perawatan di RS, sehingga cenderung memberikan jawaban yang baik-baik, positif, dan sama atas pernyataan-pernyataan kuesioner. Pada hasil koefisien korelasi (Tabel 3), pada variabel lama pendidikan dan tingkat ekonomi menunjukkan hubungan yang negatif. Walaupun secara statistik kedua koefisien ini bernilai tidak signifikan, tetapi pada kondisi nyata, kedua hal ini memiliki makna. Semakin lama seseorang menempuh pendidikan dan semakin tinggi tingkat ekonominya, mereka akan memiliki pengetahuan yang lebih luas, kesempatan membandingkan yang lebih besar serta tingkat ekspektasi yang semakin tinggi, sehingga mereka akan menilai citra RS semakin kritis serta memungkinkan mereka untuk memberikan penilaian atas citra RS yang semakin rendah.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi atas citra RS tidak terlalu dipengaruhi oleh karakteristik demografi responden seperti lama pendidikan, tingkat ekonomi ataupun frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan.^{13,14,15} Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra perusahaan, dalam hal ini rumah sakit, lebih banyak dan kuat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang lebih

menunjukkan komponen fungsional dan emosional yang ditunjukkan oleh RS tersebut. Komponen tersebut misalnya *brand equity*, *trust*, kepuasan pelanggan, dan *relationship commitment*, sistem penyampaian jasa yang meliputi *physical support* dan *contact personnel*, *perceived service quality*, serta *perceived service value*. Karakteristik responden tampak lebih berfungsi sebagai faktor yang memperkuat hasil pencitraan.

Dengan jumlah calon pasien baru di masyarakat yang tergolong sedikit, pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan dari pesaing. Usaha-usaha kegiatan pemasaran menjadi lebih penting, khususnya dalam meyakinkan calon pelanggan untuk mempercepat proses pengambilan keputusan pada perusahaan jasa seperti RS.¹⁶

Kegiatan publisitas yang kini lebih dikenal dengan istilah *marketing public relations* (MPR), memiliki peranan penting dalam memperkenalkan produk yang khusus, jasa, ide, tempat, seseorang, ataupun organisasi. Kini semakin banyak perusahaan MPR dalam upaya membantu memperkenalkan produk baru, membangun minat dan ketertarikan atas suatu kategori produk, mempengaruhi kelompok target yang spesifik, mempertahankan produk yang mengalami masalah dengan publik, membangun citra perusahaan melalui cara yang dengan baik mencerminkan produk-produknya.¹⁷

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Persepsi pasien atas citra RS BaliMéd Denpasar menunjukkan citra yang positif, dan persepsi pengunjung atas citra RS BaliMéd Denpasar hanya menunjukkan citra netral. Pasien dan pengunjung memiliki perbedaan persepsi yang bermakna atas citra RS BaliMéd Denpasar.

Lama pendidikan dan tingkat ekonomi responden tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar. Hanya frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan responden memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar. Karakteristik demografi responden yang meliputi lama pendidikan, tingkat ekonomi, dan frekuensi utilisasi pelayanan kesehatan secara bersama-sama tidak memberikan kontribusi yang besar terhadap proses pembentukan persepsi atas citra RS BaliMéd Denpasar.

Saran

Berkaitan dengan masalah lokasi, pihak manajemen RS BaliMéd Denpasar dapat lebih mengoptimalkan fungsi *signage* yang sebaiknya diletakkan secara strategis pada jalan-jalan besar yang utama dan lampu-lampu lalu lintas menuju lokasi RS BaliMéd Denpasar, serta *signage* di dalam RS juga perlu dipertimbangkan sehingga pengunjung atau pasien tidak mengalami kebingungan. Keterbatasan akan ketersediaan lahan parkir di masa yang akan datang, perlu dipertimbangkan dan diantisipasi lebih awal oleh pihak manajemen RS BaliMéd Denpasar. Sehubungan dengan hal *physical evidence* dapat dilakukan konsultasi mengenai desain interior sehingga dapat mengaplikasikan suatu pilihan desain yang memberikan *atmosphere* dan efek positif bagi pasien ataupun pengunjung, seperti pemanfaatan *wallpaper* yang sesuai dapat juga dijadikan salah satu pertimbangan. Selain itu dalam penempatan papan-papan ataupun monitor-monitor TV yang berisi hal-hal edukasional bagi pengunjung di lokasi yang tepat, dapat direncanakan dalam periode jangka pendek atau menengah.

Mengantisipasi masalah biaya, sebaiknya dilakukan strategi penetapan *unit cost* yang tepat. Selain peningkatan *revenue*, efisiensi sumber daya, misalnya kapasitas tempat tidur yang terlalu besar namun banyak yang kosong, dapat menjadi pertimbangan dalam upaya mengurangi beban biaya bagi RS BaliMéd Denpasar. Untuk memenangkan pangsa pasar, RS BaliMéd Denpasar harus memiliki produk pelayanan kesehatan yang lebih spesifik dan berbeda dengan rumah sakit swasta lainnya di Denpasar. Selain itu, perlu untuk mengoptimalkan pelatihan dan pengetahuan istilah medis khususnya bagi staf non-medis *front liner*, standarisasi proses penerimaan telepon, serta menetapkan budaya atau norma keramahan dan *responsiveness* bagi seluruh personel atau staf medis dan non-medis RS BaliMéd Denpasar.

Bagi peneliti berikutnya dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi citra rumah sakit seperti kualitas jasa yang dirasakan, kepuasan pelanggan, nilai jasa yang dirasakan, *relationship commitment*, ataupun *trust*. Selibuhnya dari sisi responden, selain responden eksternal yaitu pasien dan pengunjung, dapat juga ditambahkan atau dibandingkan hasilnya dengan responden internal yaitu para personel atau staf rumah sakit, serta para *stakeholder* lainnya yang terkait untuk menilai citra rumah sakit. Jika dalam penelitian terdapat kelompok

pasien dan pengunjung, sebaiknya kelompok responden diikutsertakan sebagai salah satu variabel bebas, dan untuk memberikan hasil analisis regresi berganda yang lebih bermakna oleh kelompok pengunjung akan lebih baik jika menggunakan variabel bebas yaitu frekuensi kunjungan ke rumah sakit.

KEPUSTAKAAN

1. Dinas Kesehatan Propinsi Bali, Profil Kesehatan Propinsi Bali Tahun 2006, Dinas Kesehatan Propinsi Bali. Bali, 2006.
2. Dinas Kesehatan Propinsi Bali, Profil Kesehatan Propinsi Bali Tahun 2007, Dinas Kesehatan Propinsi Bali, Bali, 2007.
3. Kirdar, Y., The role of public relations for image creating in health services: a sample patient satisfaction survey, *Health Marketing Quarterly: The Haworth Press*, 2007;24(3/4):33-53.
4. Elbeck, M., Measuring and interpreting dimensions of hospital image: the case of a psychiatric hospital, *JHCM*, 1988;8(1):88-93.
5. Javalgi, R., Whipple, T., McManamon, M., and Edick, V., Hospital image: a correspondence analysis approach, *Journal of Health Care Marketing*, 1992;12(4):34-41.
6. Nguyen, N. and LeBlanc, G., Contact personnel, physical environment and perceived corporate image of intangible services by new clients, *International Journal of Service Industry Management*, 2002;13 (3/4):242-62.
7. Lemeshow, S., Hosmer Jr., D.W., Klar, J., Lwanga, S.K., *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan (alih bahasa)*, Gadjah Mada University Press. Yogyakarta, 1997.
8. Azwar, S., *Penyusunan Skala Psikologi*, Edisi ke-11, Pustaka Pelajar. Yogyakarta, 2008.
9. Bitner, M.J., *Servicescapes: the impact of physical surroundings on customer and employees*, *Journal of Marketing*, 1992;56:57-71.
10. Tjiptono, F., *Pemasaran Jasa*, Bayumedia. Malang, 2006.
11. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J., *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*, 3rd ed., McGraw-Hill. Boston, 2003.
12. Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T., Factors influencing word of mouth effectiveness: receiver perspectives, *European Journal of Marketing*, 2008;42(3/4):344-64.
13. Kim, K.H., Kim, K.S., Kim, D.Y., Kim, J.H., Kang, S.H., Brand equity in hospital marketing, *Journal of Business Research*, 2008;61:75-82.
14. Lita, R.P., Pengaruh sistem penyampaian jasa terhadap citra rumah sakit dan dampaknya terhadap kepercayaan pelanggan pada Rumah Sakit Umum di Sumatera Barat, Disertasi, Universitas Padjadjaran Bandung. 2006.
15. Nguyen, N. and LeBlanc, G., The mediating role of corporate image on customers' retention decisions: an investigation in financial services, *International Journal of Bank Marketing*, 1998;16(2):52-65.
16. Thomas, R.K., *Marketing Health Services*, the Foundation of the American College of Healthcare Executives. USA, 2005.
17. Kotler, P., Shalowitz, J., Stevens, R.J., *Strategic Marketing for Health Care Organizations: Building a Customer-Driven Health System*, John Wiley & Sons, Inc, USA, 2008.