

# GAMBARAN PERSEPSI PASIEN DALAM KEPUTUSAN PEMANFAATAN PELAYANAN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR TAHUN 2013

## *DESCRIPTION PATIENT'S PERCEPTION IN DECIDING THE UTILIZATION OF HOSPITALIZATION SERVICE ET HASANUDDIN UNIVERSITY HOSPITAL, IN 2013*

Arwinda wulandari<sup>1</sup>, A. Indahwaty Sidin<sup>1</sup>, Alimin Maidin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Bagian Manajemen Rumah Sakit, Fakultas Kesehatan Masyarakat, UNHAS, Makassar  
(arwindawin@yahoo.co.id/085299446440)

### ABSTRAK

Perkembangan rumah sakit di Indonesia semakin pesat karena hal ini dapat dilihat dari banyaknya berdiri rumah sakit diseluruh kota-kota besar di Indonesia. Dalam menghadapi perkembangan perumahsakitian dalam era globalisasi dan tuntutan masyarakat akan mutu pelayanan yang semakin tinggi sehingga harus mempertimbangkan perilaku konsumen dalam perencanaan desain produk dan jasa di rumah sakit. Persepsi pasien sangat dibutuhkan dalam pelayanan yang berkualitas di rumah sakit. Persepsi pasien meliputi lokasi, harga, informasi, fasilitas, pelayanan dan personal. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa lokasi, harga, informasi, fasilitas, pelayanan dan personal berhubungan keputusan pemanfaatan rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran persepsi pasien dalam keputusan pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Makassar Tahun 2013. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Sampel adalah pasien rawat jalan. Cara pengambilan sampel secara *sampling aksidental* yaitu teknik penentuan sampel siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya. Besar sampel 103. Analisa data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan tabulasi silang. Hasil penelitian ini menunjukkan gambaran dari persepsi baik dari komponen persepsi lokasi 56,3%, harga 52,4%, informasi 70,9%, fasilitas 62,1%, pelayanan 70,9% dan personal 84,5% sedangkan persepsi kurang baik dari komponen persepsi lokasi 43,7%, harga 47,5%, informasi 29,1%, fasilitas 37,9%, pelayanan 29,1% dan personal 15,5%. Disarankan agar pihak rumah sakit terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan SDM dan melengkapi sarana pendukung fisik yang belum ada. Meningkatkan mutu pelayanan agar dapat bersaing dengan rumah sakit yang sudah lama berdiri atau beroperasi.

**Kata kunci** : persepsi lokasi, harga, fasilitas, informasi, pelayanan

### ABSTRACT

*Hospitals developments in Indonesia grew rapidly as it can be seen from the number of hospitals that exist in whole big cities in Indonesia. In facing the developments of hospital in globalization era and public demanding of the high quality of service highly increase that should be considered the consumer behavior in the planning design of product and services in the hospital. Patients' perceptions is really needed in a quality service at the hospital. Perceptions of patients include location, price, information, facilities, services and personnel. Some studies say that the location, price, information, facilities, services and personal are related to hospital choose decision. This study aims to describe the description of outpatient to using outpatient services in hasanuddin university hospital, in 2013. The type of this research is descriptive. The samples were outpatients. The sampling technique is accidental sampling. Sampling technique is a sampling that anyone who accidentally met with investigators and according to its characteristics. The sample is 103. Data analysis was performed using univariate and bivariate frequency distribution tables and cross-tabulations. The results showed a good overview of the perception of perception components location 56.3%, 52.4% price, information 70.9%, 62.1% facilities, and personal services 70.9% 84.5% while the unfavorable perception of the location of the components of 43.7%, 47.5% price, 29.1% of information, facilities 37.9%, 29.1% and personal services 15.5%. It is recommended that the hospitals continue to improve the quality of human resources through training and equipping physical means of support that does not exist. Dissemination of information about the existence of Hasanuddin University Hospital in the city or outside the city of Makassar.*

**Keywords** : Perception of location, price, facilities, information, services

### PENDAHULUAN

Perkembangan rumah sakit di Indonesia semakin pesat karena hal ini dapat dilihat dari banyaknya berdiri rumah sakit di seluruh kota-kota besar di Indonesia, perkembangan rumah sakit akan tergantung dengan ketersediaan SDM, seperti dokter, perawat, tenaga gizi, farmasi dan tenaga manajemen dan didukung oleh sarana prasarana yang bermutu.

Rumah sakit merupakan bagian dari keseluruhan sistem pelayanan kesehatan karena rumah sakit memberikan pelayanan kesehatan secara menyeluruh (promotif, preventif, kuratif, rehabilitatif) yang bermutu dan terjangkau dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. (Azwar, 1996) Bermutu berarti rumah sakit harus dapat memberikan pelayanan yang cepat, akurat dan sesuai dengan kemajuan kedokteran sehingga dapat melayani segala lapisan masyarakat.

Assael (1995) mengembangkan model perilaku konsumen dengan menetapkan tiga faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor pertama yang berpengaruh pada konsumen adalah stimuli. Stimuli menunjukkan penerimaan informasi oleh konsumen dan pemrosesan informasi terjadi saat konsumen mengevaluasi informasi dari periklanan, teman atau dari pengalaman sendiri. Pengaruh kedua, berasal dari karakteristik pribadi konsumen meliputi persepsi, sikap, manfaat, serta karakteristik konsumen (demografi, kepribadian, gaya hidup). Pengaruh yang ketiga adalah respon konsumen yaitu hasil akhir dari proses keputusan konsumen dan suatu pertimbangan yang menyeluruh dari semua faktor diatas.

Persepsi adalah tanggapan seseorang terhadap sesuatu informasi yang dia terima dari proses lima indera yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan dan pengecap. Persepsi merupakan bagian dari perilaku konsumen menurut Solomon, (1996).

Menganalisis hubungan antara konsumen dan pelayanan yang ditawarkan, harus dikenali karakteristik dan keunggulan pelayanan serta strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi keberhasilan pelayanan yang ditawarkan. Promosi biasanya digunakan untuk menciptakan citra merek yang baik dengan rangsangan yang dievaluasi secara positif. Harga juga dapat menciptakan citra merk disamping keunggulan fungsional relatif dimana harga yang tinggi dapat mengkonotasikan kualitas yang tinggi dengan asumsi bahwa konsumen mengakui adanya hubungan antara harga dan kualitas. Selain itu lokasi yang baik adalah keunggulan yang penting untuk produk dan jasa. Hal tersebut juga berlaku untuk produk pelayanan kesehatan. Harga pelayanan kesehatan memegang peranan penting terlebih dengan menurunnya daya beli masyarakat saat ini.

Rumah Sakit Universitas Hasanuddin merupakan salah satu rumah sakit pendidikan yang pertama di Indonesia yang baru oprasional pada tahun 2011, rumah sakit ini memiliki fasilitas yang berstandar Internasional dengan didukung oleh tenaga dokter spesialis yang ahli dibidangnya serta telah melayani pasien yang memiliki asuransi kesehatan (ASKES)..

Rumah Sakit Universitas Hasanuddin merupakan salah satu rumah sakit di kota Makassar. Berdasarkan data yang didapatkan diketahui jumlah kunjungan pasien rawat jalan yang terus meningkat yakni pada triwulan 1 tahun 2012 sebesar sebanyak 262 pasien, triwulan 2 sebanyak 2386 pasien, triwulan 3 sebanyak 3384 pasien dan triwulan 4 sebanyak 3747 pasien. Kunjungan pasien rawat jalan rumah sakit Universitas Hasanuddin mengalami peningkatan yang baik walaupun rumah sakit Universitas Hasanuddin adalah rumah sakit baru yang beroprasional dan merupakan rumah sakit pendidikan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Sabil, 2012 pengetahuan masyarakat Makassar tentang Rumah Sakit Pendidikan masih kurang, hasil penelitiannya menunjukkan pengetahuan masyarakat tentang rumah sakit pendidikan masih kurang kita dapat lihat dari jumlah 382 responden, yang tidak pernah mendengar tentang rumah sakit pendidikan yaitu 68.5%, sedangkan yang merasakan pelayanan kurang bermutu 1.0 %

## **BAHAN DAN METODE**

Penelitian ini dilaksanakan di Rawat Jalan Rumah Sakit Universitas Hasanuddin pada bulan April Tahun 2013. Populasi penelitian ini adalah semua pasien rawat jalan yang menggunakan jasa pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin pada saat penelitian. Sampel adalah pasien rawat jalan yang dijumpai di lokasi penelitian yakni sebesar 103 orang. Pemilihan sampel dilakukan secara *sampling aksidental*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif (Notoatmodjo, 2005). Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan gambaran persepsi pasien dalam keputusan pemanfaatan pelayanan rawat jalan Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Makassar tahun 2013.

Pengumpulan data diperoleh dengan cara data primer (hasil penyebaran kuesioner untuk mendapatkan informasi tentang persepsi pasien dari Persepsi lokasi, harga, fasilitas, informasi, pelayanan, dan personal) dan data sekunder berupa profil rumah sakit, jumlah kunjungan dan hasil penelitian yang terkait dengan penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis dengan sistem komputerisasi program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) dan disajikan dalam bentuk tabel dan narasi.

## **HASIL**

### **Karakteristik Responden**

Tabel 1 menunjukkan menunjukkan distribusi umur responden dari 103 responden kelompok umur yang paling banyak berkunjung di RS unhas adalah kelompok usia 18-40 (66,0%) paling banyak dan paling sedikit adalah kelompok usia 61-83 (9,7%). Distribusi frekuensi jenis kelamin untuk pasien laki-laki sebanyak 40 (38,8%) dan pasien perempuan sebanyak 63 (61,2 %) dari 103

responden. Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan dari 103 responden, 38,8% tamat SMU yang paling tinggi sedangkan paling rendah 1,9% tamat SD. Distribusi pekerjaan responden. Pekerjaan yang banyak digeluti oleh responden yang berkunjung di RS Unhas adalah PNS/TNI/POLRI sebesar 28,2%, dan paling sedikit adalah petani/buruh sebesar 1,9%. Data responden berdasarkan tingkat penghasilan keluarga yang diterima setiap bulannya. Sebagian besar responden berpendapatan antara Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000,- yaitu sebesar 53,4% dan yang paling rendah yakni responden yang berpendapatan Rp 5.000.001 – Rp 7.000.000 sebesar 4,9%. Distribusi penanggung biaya pengobatan responden bahwa dari 103 responden total responden jenis pembayaran bayar sendiri (umum) sebanyak 48,5% sedangkan total responden jenis pembayaran ASKES sebanyak 51,5%. Hal ini menunjukkan kelompok jenis pembayaran yang banyak berkunjung di RS Unhas mayoritas jenis pasien ASKES. menunjukkan responden yang berapa kali berkunjung di rawat jalan, dari 103 responden, yang paling banyak berkunjung adalah yang 3 kali atau lebih mendapatkan pelayanan dan responden yang paling sedikit adalah 2 kali yang mendapatkan pelayanan.

### **Analisis Univariat**

Tabel 2 persepsi pasien terhadap lokasi, harga, informasi, fasilitas, pelayanan dan personal rata-rata memiliki persepsi baik. Dari 103 responden, sebagian besar responden memiliki persepsi yang baik 56,3% mengenai persepsi lokasi, kategori persepsi lokasi baik meliputi akses ke rumah sakit dan menuju ke rawat jalan Rumah Sakit Universitas Hasanuddin. Sedangkan persepsi lokasi kurang baik 43,7%, persepsi lokasi kurang baik karena banyak responden tidak setuju dengan pernyataan lokasi rumah sakit unhas dekat dengan tempat tinggal responden.

Responden yang memiliki persepsi baik yaitu 52,4 %, persepsi baik mengenai harga di RS UNHAS meliputi tarif pelayanan di RS Universitas Hasanuddin sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan tarifnya terjangkau sedangkan responden yang memiliki persepsi kurang baik mengenai harga adalah 47,5 % dari 103 responden, persepsi kurang baik responden karena responden paling banyak tidak setuju dengan pernyataan tarif pelayanan di RS Universitas Hasanuddin mempengaruhi responden memilih RS UNHAS dan tarif rawat jalan di RS UNHAS murah dibandingkan dengan rumah sakit lain.

persepsi tentang informasi, dominan persepsi baik yaitu sebanyak 70,9 %. Persepsi baik informasi meliputi pernyataan informasi mengenai rawat jalan di RS Universitas Hasanuddin mudah didapatkan dan responden mendapatkan informasi mengenai pelayanan di RS Universitas Hasanuddin sedangkan kategori persepsi kurang baik tentang informasi sebanyak 29,1% yang kurang setuju dengan pernyataan, responden kurang melihat kegiatan promosi pelayanan yang dilakukan oleh RS Universitas Hasanuddin dan responden mendapatkan informasi mengenai pelayanan di RS Universitas Hasanuddin melalui media.

Persepsi responden tentang fasilitas di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin sudah baik 62,1% dari 103 responden, persepsi baik meliputi penataan peralatan rawat jalan di RS UNHAS rapi dan desain tata ruangan RS UNHAS rapi sehingga membuat responden merasa nyaman sedangkan persepsi kurang baik 37,9 % dari 103 responden yang meliputi sulit menemukan tempat parkir di RS UNHAS.

Dari 103 responden tampak bahwa persepsi baik responden tentang pelayanan yang diberikan rawat jalan di RS Universitas Hasanuddin 70,9 % yang meliputi kuitas pelayanan yang diberikan sudah baik dan jenis pelayanan rawat jalan di RS universitas Hasanuddin sudah lengkap sedangkan persepsi kurang baik yaitu 29,1% yang meliputi waktu tunggu pelayanan di rawat jalan dan kelengkapan obat di penunjang pelayanan farmasi.

Persepsi baik mengenai personal rumah sakit yaitu 84,5 % persepsi baik responden meliputi kompetensi dokter, perawat dan petugas administrasi sedangkan responden yang memiliki persepsi kurang baik adalah 15,5 % dari 103 responden, persepsi kurang baik responden meliputi keramahan petugas administrasi masih kurang terhadap responden/ pasien.

### **Analisis Bivariat**

Tabel 3, 4 dan 5 untuk melihat distribusi tingkat umur, pendidikan, dan frekuensi kunjungan pelayanan di rumah sakit dengan komponen variabel penelitian (persepsi lokasi, persepsi harga, persepsi informasi, persepsi fasilitas, persepsi pelayanan dan persepsi personal). persepsi lokasi RS UNHAS dengan tingkat umur, umur 18-42 memiliki komponen persepsi lokasi baik sebesar 60,3% kemudian komponen persepsi lokasi kurang baik pada responden dengan tingkat umur 41-60 sebesar 52,0%. Tingkat umur 61-83 memiliki komponen persepsi harga baik sebesar 70 % kemudian komponen persepsi harga kurang baik pada responden dengan tingkat umur 41-60 sebesar 68,0%. Tingkat umur 18-40 memiliki komponen persepsi informasi baik sebesar 72,1% kemudian komponen persepsi informasi kurang baik pada responden dengan tingkat umur 61-83 sebesar 40 %. Tingkat umur 61-83 memiliki komponen persepsi fasilitas baik sebesar 80% kemudian komponen persepsi fasilitas kurang baik pada responden dengan tingkat umur 18-40 sebesar 44,1%. Tingkat umur, umur 61-83 memiliki komponen persepsi personal baik sebesar 100% kemudian komponen persepsi personal kurang baik pada responden dengan tingkat umur 61-83 sebesar 20%.

Tingkat pendidikan tamat DIPLOMA memiliki komponen persepsi lokasi baik sebesar 75,0% kemudian komponen persepsi lokasi kurang baik ada pada responden dengan tingkat pendidikan tamat SMP sebesar 66,7%. Tingkat pendidikan tamat S2 memiliki komponen persepsi harga baik sebesar 71,4% kemudian komponen persepsi harga kurang baik ada pada responden dengan tingkat pendidikan tamat S3 sebesar 60,0%. Tingkat pendidikan tamat DIPLOMA memiliki komponen persepsi informasi baik sebesar 83,3% kemudian komponen persepsi informasi kurang

baik ada pada responden dengan tingkat pendidikan tamat SMP sebesar 66,7%. Tingkat pendidikan tamat S3 memiliki komponen fasilitas persepsi baik sebesar 100% kemudian komponen persepsi fasilitas kurang baik ada pada responden dengan tingkat pendidikan tamat SMU sebesar 50,0%. Tingkat pendidikan tamat SD memiliki komponen fasilitas persepsi baik sebesar 100% kemudian komponen persepsi fasilitas kurang baik ada pada responden dengan tingkat pendidikan tamat S3 sebesar 40,0%. Tingkat pendidikan tamat SD, SMP dan S2 memiliki komponen persepsi personal baik sebesar 100% kemudian komponen persepsi personal kurang baik ada pada responden dengan tingkat pendidikan tamat S1 sebesar 17,6%.

## **PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Umum Responden**

Ditinjau karakteristik responden yang sebagian besar jenis kelamin perempuan (61,2%), umur muda 18-40 (66,0%), tingkat pendidikan terbanyak SMU (38,8) dan S1 (33,0%) serta bekerja sebagai PNS atau TNI/POLRI (28,2%), Pelajar/Mahasiswa (26,2%), frekuensi kunjungan 3 kali (44,7%) atau lebih dan 1 kali (38,8%), berarti pengetahuan, pemahaman dan pengalaman mereka tentang persepsi mereka terhadap pelayanan rawat jalan yang diterimanya dapat dinilai sebab, pemahaman dan pengalaman berangkat dari pengetahuan seseorang tentang sesuatu hal. Menurut Notoatmodjo (1993), pengetahuan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu yang diperoleh dari proses belajar yang membentuk keyakinan sehingga berperilaku sesuai dengan keyakinan tersebut. Berdasarkan pendapat ini, pernyataan dan jawaban responden dengan karakteristik dalam penelitian ini sesuai dengan kenyataan persepsi atau pandangan pasien terhadap Rumah Sakit Universitas Hasanuddin mengenai pemilihan pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit. Hal ini diperkuat dengan pendapat Bahar dalam Tjiptono (2000), semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin besar kemampuan menyerap, menerima dan mengadopsi informasi.

Ditinjau dari segi tingkat pendapatan/ penghasilan responden yang memilih pelayanan rawat jalan RS Unhas, urutan pertama adalah kelompok dengan tingkat pendapatan antara Rp. 2.500.001 -Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 53,4%, dan kelompok tingkat pendapatan Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000 yaitu sebanyak 24,3% Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memilih pelayanan rawat jalan RS Unhas adalah tingkat golongan ekonomi menengah. faktor penghasilan akan sangat mempengaruhi seseorang dalam setiap keputusannya, artinya daya beli konsumen akan sangat bergantung dari besar kecilnya penghasilan yang diperoleh (Ratna Wijayanti, 2008). Dan tingginya pendapatan dengan besarnya permintaan akan pemeliharaan kesehatan, terutama dalam hal pelayanan kesehatan modern. Jika pendapatan meningkat maka garis pendapatan akan bergeser kekanan sehingga jumlah barang dan jasa kesehatan meningkat. Pada

masyarakat berpendapatan rendah, akan mencukupi kebutuhan barang terlebih dahulu, setelah kebutuhan akan barang tercukupi akan mengkonsumsi kesehatan (Andersen et al, 1975)

Dilihat dari lokasi menurut Engel, Roger dan Paul (1994) seseorang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya ditentukan oleh pertimbangan tempat atau lokasi dimana barang atau jasa tersebut diperoleh. Pertimbangan tersebut yaitu lokasi berkaitan dengan jarak dan kedalamannya, karakteristik tempat, proses perbandingan dan penerimaan terhadap lokasi atau tempat tersebut.

Menurut Rowland dan Rowland (1984) menyatakan *price* tidak hanya berupa tarif untuk satu jenis pemeriksaan tindakan, tetapi keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan pasien untuk mendapatkan pelayanan di rumah sakit. Harga/tarif merupakan hal yang kompleks karena berhubungan dengan biaya, *break even point* dan strategi harga, juga berhubungan dengan peraturan pemerintah atau keadaan masyarakat sekitar. Dari empat item pernyataan harga yang memiliki frekuensi tertinggi pada jawaban setuju tentang tarif pelayanan sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan tarifnya terjangkau. Sehingga pernyataan persepsi harga memiliki persepsi harga terjangkau sebesar 52,4%. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh menurut Feidstein (1978) salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan pasien terhadap pelayanan kesehatan adalah faktor ekonomi yang didalamnya mencakup besarnya harga pelayanan kesehatan.

Promosi digunakan untuk memberikan informasi kepada orang-orang tentang produk dan mempengaruhi pembeli atau target pasar, saluran distribusi, dan public untuk membeli mereknya menurut Purnama (2001). Namun dari 5 item pernyataan pada persepsi informasi frekuensi yang tertinggi pada jawaban tidak setuju terhadap pernah melihat kegiatan promosi pelayanan yang dilakukan oleh RS UNHAS dan mendapatkan informasi mengenai RS Universitas Hasanuddin melalui Media, jadi persepsi kurang baik mengenai informasi RS UNHAS sebesar 29,1%. Dari wawancara kepada responden mereka melihat atau membaca brosur (media) bila masuk di RS Universitas Hasanuddin.

Pernyataan persepsi kurang baik mengenai persepsi fasilitas RS UNHAS sebesar 37,9 % sedangkan pernyataan kategori persepsi fasilitas tertinggi adalah pernyataan persepsi baik 62,1% karena penataan peralatan yang rapi, desain tata ruang rumah sakit yang baik dan kebersihan rumah sakit sehingga pasien merasa nyaman berada di RS Universitas Hasanuddin. Faktor *tangible* sebagai faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu persepsi tentang kebersihan rumah sakit secara umum dan ruangan pada khususnya, kerapian bangunan, dekorasi ruangan serta penampilan staf perawat. Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml dkk (1996) Mereka menyatakan bahwa industri kesehatan secara umum identik dengan kebersihan dan kerapian sehingga apabila penampilan fisik rumah sakit bersih dan rapi. Kebersihan ruangan unit-unit perawatan, kebersihan kamar mandi/WC, kerapian dan penampilan dokter, kebersihan

makanan yang disajikan, cara penyajian makanan, kebersihan dan kelengkapan alat-alat medis, serta kenyamanan ruangan unit pelayanan rumah sakit merupakan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama bagi pasien untuk memilih.

Seperti yang dikemukakan Zeithaml dkk (1996) diatas, setelah fasilitas fisik yang dapat dirasakan oleh pasien, berikutnya adalah prosedur pelayanan. Meskipun fasilitas fisik dapat diterima oleh pasien, jika prosedur pelayanan berbelit-belit, kurang tanggap, kurang cepat, maka akan mengurangi tingkat kepuasan pasien. Kemudian menurut Hamdani & Lupiyoadi (2011), proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Langkah-langkah oprasional suatu jasa akan memberikan konsumen fakta-fakta yang membuat mereka dapat menilai pelayanan jasa. Dalam memberikan pelayanan kepada pasien, proses yang ditetapkan kepada pasien hendaknya tidak menyulitkan pasien dan waktu yang dibutuhkan pasien untuk menunggu mendapatkan pelayanan tidak terlalu lama.

Dari beberapa persepsi variabel, persepsi personel memiliki nilai tertinggi dalam kategori persepsi baik (84,5%) karena personel/SDM memiliki kompetensi yang baik dan ramah. Sesuai dengan pendapat Zeithaml dan Biner (2000) *people* atau orang adalah semua manusia yang berperan di bagian pengantar jasa dan mempengaruhi persepsi pembeli yaitu personil perusahaan, konsumen dan konsumen lainnya di lingkungan jasa. Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa maka *people* yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Lupiyoadi & Hamdani (2011) menambahkan bahwa kesuksesan pemasaran jasa sangat tergantung pada SDM yang dimiliki.

### **Analisis**

Singgih (1998) mengemukakan bahwa makin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik akan tetapi pada umur tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak secepat seperti belasan tahun. Perkembangan mental seseorang secara tidak langsung dapat mempengaruhi persepsi dari stimulus inderanya yang didapat dari pengetahuan. Menurut Lukman (2003) ada beberapa yang mempengaruhi pengetahuan yaitu umur, intelegensi, lingkungan, social budaya, pendidikan, pekerjaan, informasi dan pengalaman. Dalam hasil penelitian ini tabulasi silang tingkat umur dengan variabel persepsi menunjukkan kelompok umur 61-83 memiliki persepsi baik terhadap variabel persepsi harga, persepsi fasilitas, persepsi pelayanan dan persepsi personal, hal sesuai dengan teori Singgih (1998) yang mengatakan semakin tua seseorang berkembang mentalnya akan bertambah baik. Perkembangan mental seseorang dapat mempengaruhi persepsinya, proses mentalnya dapat di peroleh dari pengalaman pribadinya atau pengaalaman dari orang lain.

Pendidikan seseorang akan mempengaruhi kesadaran akan pentingnya arti sehat bagi diri dan lingkungannya sehingga dapat mendorong kebutuhan akan pelayanan kesehatan dan pemilihan terhadap pelayanan kesehatan (Andersen,1974 dan Zschock,1979). Penelitian oleh Muljadi,2003 juga menyatakan ada hubungan bermakna antara pendidikan dengan pemanfaatan kamar bersalin di RS Sumber Waras. Feldstien (1993) mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan lebih memungkinkan untuk mengenal penyakit secara dini dan mencari pengobatannya. Dapat dilihat dari beberapa teori dan penelitian pendidikan dapat mendorong mencari, mengenal dan memilih suatu pelayanan kesehatan. Seseorang memilih pelayanan kesehatan melihat dari rangsangan dari inderanya. Pendidikan seseorang dapat mempengaruhi persepsi terhadap lokasi, harga, informasi, fasilitas, pelayanan dan personal dalam menilai suatu pelayanan kesehatan.

Dalam penelitian ini menggambarkan rata-rata pendidikan tinggi yang memiliki persepsi baik, kita dapat lihat yang memiliki persepsi baik berdasarkan tingkat pendidikan dengan variabel persepsi penelitian yaitu persepsi lokasi yang baik ada pada tingkat pendidikan DIPLOMA sedangkan persepsi lokasi kurang baik tingkat pendidikan SMP, persepsi informasi yang baik tingkat pendidikan SMU dan persepsi kurang baik pada tingkat pendidikan SMP, persepsi fasilitas yang baik tingkat pendidikan S3 dan persepsi kurang baik tingkat pendidikan SMU, persepsi personal di RS yang baik pada tingkat pendidikan S2 dan persepsi kurang baik pada tingkat pendidikan S1. Pada persepsi baik terhadap pelayanan dan harga ada pada tingkat pendidikan SD dan S1, persepsi kurang baik pada tingkat pendidikan S3. Yang memiliki persepsi baik ada pada tingkat pendidikan rendah sedangkan persepsi kurang baik ada pada tingkat pendidikan tinggi.

## **KESIMPULAN**

Sebagian besar responden memiliki persepsi yang baik 56,3% mengenai persepsi lokasi di RS UNHAS Sedangkan persepsi kurang baik mengenai lokasi RS UNHAS adalah 43,7% . dan untuk persepsi harga, sebagian besar responden memiliki persepsi baik mengenai harga yaitu 52,4 % sedangkan responden yang memiliki persepsi kurang baik mengenai harga di RS UNHAS sebanyak 47,5 % . Persepsi tentang informasi RS UNHAS, dominan responden memiliki persepsi baik yaitu sebanyak 70,9 % sedangkan kategori persepsi kurang baik tentang informasi RS UNHAS sebanyak 29,1%. Sebagian besar responden memiliki persepsi fasilitas di RS UNHAS sudah baik 62,1% sedangkan persepsi kurang baik 37,9 % mengenai persepsi fasilitas RS UNHAS. Dari hasil penelitian persepsi pelayanan di RS UNHAS yang memiliki persepsi baik sebesar 70,9 % sedangkan persepsi kurang baik yaitu 29,1%. Mengenai persepsi pelayanan di RS UNHAS. sebagian besar responden memiliki persepsi personal RS UNHAS baik yaitu 84,5 % sedangkan responden yang memiliki persepsi kurang baik adalah 15,5 % mengenai RS UNHAS.

## SARAN

Pihak rumah sakit perlu mengetahui karakteristik responden dari para pengguna jasa pelayanan kesehatannya misalnya dari luar kota baik dalam kota segi mengetahui perilaku konsumennya dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan melakukan survei kepada konsumennya. Rumah sakit menambah bilik perawatan di poliklinik fisioterapi karena banyak pasien fisioterapi mengeluh waktu tunggu dan pasien mengatakan mereka lama menunggu karena bilik perawatan di poliklinik fisioterapi kurang dan poliklinik mata di tempatkan di gedung E dan F untuk memudahkan pasien mengaksesnya dan memberikan informasi yang lebih jelas kepada pasien mengenai pelayanan yang telah beroperasi. Sebaiknya petugas administrasi lebih ramah dan mengetahui apa saja yang diklaim oleh jaminan atau komunikasi yang baik dengan penyedia jaminan dan pasien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adini. 2010. *Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di Sdit Bina Insani Semarang* [skripsi] : Universitas Hasanuddin
- Andersen . 1974. *Eguity In Health Services: Empirical Analysis In Social Policy*. Cambridge, MA: Ballinger publiship company
- Andersen, Ronald et al.. 1975. *Equity In Health : Empirical Analysis in Social Policy*. London : Cambridge Mall Bailinger Publishing.
- Assael, H. 1995. *Consumer behavior and marketing action*. 5th ed. Boston: Kent Publishing Company
- Azwar, Azrul, 1996. *Pengantar Administrasi Kesehatan*. Edisi ke- 3. Binarupa Aksara. Jakarta
- Feldstein, Paul, J. 1992. *Health Care Economics, Second Edition*, A Wiley Medical Publication John Wiley and Sons, Toronto.
- Indar, Dkk.2012. *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pasien Rawat Inap Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Islam Faisal Makassar Tahun 2011*. FKM Universitas Hasanuddin, Makassar
- Setiadi, Nugroho.2010. *Perilaku konsumen (persepektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen)*. Penerbit : Kencana. Jakarta
- Nafillah.2012. *Analisi persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Makassar* [skripsi]. Makassar : Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin
- Notoatmodjo, S. 1993 *Pengantar Pendidikan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Andi Offset, Yogyakarta
- Prasetijo, R. Ihalauw, J.J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta,
- Rekam Medik. 2012. *Jumlah kunjungan pasien rawat jalan*. Rumah Sakit Universitas Hasanuddin : Makassar
- Sabil,2012. Pengetahuan tentang rumah sakit pendidikan “*analisis segmentasi dan penetapan pasar sasaran RS umum haji Makassar tahun 2012*” Makassar. Skripsi
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta,

Yauminnisa.2006. *Analisis Persepsi Pasien Tentang Poliklinik Umum Terhadap Keputusan Pemanfaatan Ulangnya Di Rs Pantiwilasa "Citarum" Semarang* [Tesis]. Semarang : Universitas Diponegoro

Zschock, Dieter. K .1979.*Health Care Finacing In Developing Countries*. Washington: international health program

## LAMPIRAN

**Tabel 1 Distribusi Karakteristik Responden Di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013**

<b>Karakteristik</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Kategori Umur</b>		
18-40tahun	68	66,0
41-60 tahun	25	24,3
61-83 tahun	10	9,7
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	40	38,8
Perempuan	63	61,2
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
Tamat SD/ sederajat	2	1,9
Tamat SMP/ sederajat	3	2,9
Tamat SMA/ sederajat	40	38,8
Tamat Diploma	12	11,7
Tamat S1	36	33,0
Tamat S2	7	6,8
Tamat S3	5	4,9
<b>Pekerjaan</b>		
PNS/TNI/POLRI	29	28,2
Pensiunan PNS/TNI/POLRI	13	12,6
Pegawai Swasta	8	7,8
Wiraswasta/pedagang	9	8,7
Petani/buruh	2	1,9
Pelajar/mahasiswa	27	26,2
IRT/tidak bekerja	15	14,6
<b>Pendapatan</b>		
Rp. <1.000.000	7	6,8
Rp. 1.000.000-2.500.000	25	24,3
Rp. 2.500.000-5.000.000	55	53,4
Rp. 5.000.000-7.500.000	5	4,9
Rp. >7.500.000	11	10,7
<b>Penanggung Biaya</b>		
Bayar Sendiri	50	48,5
ASKES	53	51,5
<b>Frekuensi Kunjungan</b>		
1 kali	40	38,8
2 kali	17	16,5
3 kali atau lebih	46	44,7
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2013

**Tabel 2 Distribusi Responden Berdasarkan Persepsi Lokasi, Harga, Informasi, Fasilitas, Pelayanan dan Personal di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013**

Variabel Penelitian	n	%
<b>Pesepsi Lokasi</b>		
Baik	58	56,3
Kurang Baik	45	43,7
<b>Persepsi Harga</b>		
Terjangkau	54	52,4
Kurang Terjangkau	49	47,6
<b>Persepsi Informasi</b>		
Baik	73	70,9
Kurang Baik	30	29,1
<b>Persepsi Fasilitas</b>		
Baik	64	62,1
Kurang Baik	39	37,9
<b>Pesepsi Pelayanan</b>		
Baik	73	70,9
Kurang Baik	30	29,1
<b>Persepsi Personal</b>		
Baik	87	84,5
Kurang Baik	16	15,5
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2013

**Tabel 3 Tabulasi Silang Antara Tingkat Umur dan Tingkat Pendidikan Dengan Persepsi Lokasi di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013**

Kategori	Persepsi Lokasi			
	Baik		Kurang baik	
	n	%	n	%
<b>Tingkat Umur</b>				
<b>18-40</b>	41	60,3	27	39,7
<b>41-60</b>	12	48,0	13	52,0
<b>61-83</b>	5	50	5	50
<b>Tingkat Pendidikan</b>				
<b>SD</b>	1	50,0	1	50,0
<b>SMP</b>	1	33,3	2	66,7
<b>SMU</b>	22	55,0	18	45,0
<b>DIPLOMA</b>	9	75,0	3	25,0
<b>S1</b>	35	58,8	14	41,2
<b>S2</b>	3	42,9	4	57,2
<b>S3</b>	2	40,0	3	60,0

Sumber : Data Primer , 2013

**Tabel 4 Tabulasi Silang Antara Tingkat Umur dan Tingkat Pendidikan Dengan Persepsi Harga di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013**

Kategori	Persepsi Harga			
	Terjangkau		Kuranf Terjangkau	
	n	%	n	%
<b>Tingkat Umur</b>				
<b>18-40</b>	39	57,4	29	42,6
<b>41-60</b>	8	32,0	17	68,0
<b>61-83</b>	7	70,0	3	30,0
<b>Tingkat Pendidikan</b>				
<b>SD</b>	1	50,0	1	50,0
<b>SMP</b>	2	66,7	1	33,3
<b>SMU</b>	21	52,5	19	47,5
<b>DIPLOMA</b>	6	50,0	6	50,0
<b>S1</b>	17	50,0	17	50,0
<b>S2</b>	5	71,4	2	28,6
<b>S3</b>	2	40,0	3	60,0

Sumber : Data Primer , 2013

**Tabel 5 Tabulasi Silang Antara Tingkat Umur dan Tingkat Pendidikan Dengan Persepsi Informasi di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013**

Kategori	Persepsi Lokasi			
	Baik		Kurang baik	
	n	%	n	%
<b>Tingkat Umur</b>				
<b>18-40</b>	49	72,1	19	27,9
<b>41-60</b>	18	72,0	7	28
<b>61-83</b>	6	60,0	4	30
<b>Tingkat Pendidikan</b>				
<b>SD</b>	1	50,0	1	50,0
<b>SMP</b>	1	33,3	2	66,7
<b>SMU</b>	30	75,0	10	25,0
<b>DIPLOMA</b>	10	83,3	2	16,7
<b>S1</b>	23	67,6	11	32,4
<b>S2</b>	5	71,4	2	28,6
<b>S3</b>	3	60,0	2	40,0

Sumber : Data Primer , 2013