

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Consumer Insight Terhadap Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindah Sumatera Utara Tahun 2023

Syahlis Irwandi (1), Abdul Haris Pane (2)

Fakultas Kedokteran, Universitas Islam Sumatera Utara

syahlis.irwandi@fk.uisu.ac.id (1), drahpspog@gmail.com (2),

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi wawasan konsumen terhadap pelayanan Klinik Sehat Husada Pratama Marindah Sumatera Utara Tahun 2023 dengan jenis penulisan kuantitatif yang bersifat analitis. Populasi dalam penulisan ini adalah pasien rawat jalan yang berjumlah 187 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling. Analisis data univariat terlihat sebagian besar variabel pengetahuan pasien berada pada kategori pengetahuan kurang baik sebanyak 94 orang atau 50,3%. Berdasarkan feedback pelanggan (kepuasan pasien) mayoritas berada pada kategori tidak puas sebanyak 95 orang atau 50,8%. Berdasarkan ketersediaan fasilitas sebagian besar berada pada kategori baik yaitu sebanyak 142 orang atau 75,9%. Berdasarkan komunikasi interpersonal mayoritas berada pada kategori kurang baik yaitu sebanyak 95 orang atau 50,8%. Berdasarkan wawasan konsumen pelayanan klinis sebagian besar berada pada kategori baik yaitu 99 orang atau 52,9%. Analisis data bivariat dengan uji Chi-Square pada tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh pengetahuan pasien terhadap wawasan konsumen dengan nilai $p = 0,023$. Terdapat pengaruh Customer Feedback (kepuasan pasien) terhadap wawasan konsumen dengan nilai $p = 0,041$. Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal terhadap wawasan konsumen dengan p value = 0,002. Hasil analisis multivariat diperoleh variabel komunikasi interpersonal Exp (B) sebesar 4,695 atau 4,7 kali mempengaruhi wawasan konsumen. Disarankan kepada pihak manajemen pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindah Sumatera Utara agar melakukan strategi baru yaitu dengan membuat grup whatsapp atau memberikan nomor hp klinik agar pasien dapat menghubungi pihak klinik mengenai keluhan pasien sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan dan melaksanakan pelatihan atau seminar kesehatan bagi perawat tentang komunikasi interpersonal sehingga dapat meningkatkan kepuasan pasien..

Kata Kunci : Pengetahuan, Umpan Balik, Fasilitas, Komunikasi, Wawasan

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence consumer insight into the services of the Healthy Husada Pratama Clinic Marindah North Sumatra Year 2023 with a quantitative type of writing that is analytical in nature. The population in this writing is outpatients totaling 187 people. The sampling technique used is accidental sampling. Univariate data analysis can be seen that the majority of patient knowledge variables are in the category of poor knowledge, 94 people or 50.3%. Based on customer feedback (patient satisfaction) the majority are in the unsatisfied category of 95 people or 50.8%. Based on the availability of facilities, the majority are in the good category, 142 people or 75.9%. Based on interpersonal communication, the majority are in the unfavorable category, 95 people or 50.8%. Based on consumer insight in clinical services, the majority are in the good category, 99 people or 52.9%. Bivariate data analysis with Chi-Square test at 95% confidence level, $\alpha = 0.05$. The results showed that there was an influence of patient knowledge on consumer insight with a value of $p = 0.023$. There is an effect of Customer Feedback (patient satisfaction) on consumer insight with a value of $p = 0.041$. There is an effect of interpersonal communication on consumer insight with a p value = 0.002. The results of multivariate analysis obtained that the interpersonal communication variable Exp (B) 4.695 or 4.7 times affects consumer insight. It is recommended that the service management of the Pratama Sehat Husada Marindah Clinic in North Sumatra should carry out new strategies, namely by creating a whatsapp group or providing a clinic cellphone number so that patients can contact the clinic about patient complaints that can improve the quality of health services and carry out training or health seminars for nurses on interpersonal communication so as to increase patient satisfaction.

Keywords: Knowledge, Feedback, Facilities, Communication, Insight.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pembangunan kesehatan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, sehingga dalam Indonesia sehat 2025 Pemerintah berharap masyarakat memiliki kemampuan menjangkau pelayanan kesehatan yang bermutu (Anggraeni, 2018). Pelayanan kesehatan adalah segala upaya yang diselenggarakan secara sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga, kelompok ataupun masyarakat (Azwar, 2017). Persaingan di pelayanan jasa kesehatan pada saat ini sebagai dampak globalisasi telah menggeser paradigma pelayanan jasa dari comparative advantage menjadi competitive advantage Consumer merujuk pada pengguna barang/jasa. Insight, menurut Cambridge Dictionary adalah pemahaman yang jelas, mendalam tentang masalah atau situasi yang rumit. Customer Insight didefinisikan sebagai pemahaman atas customer yang bermanfaat bagi perusahaan. Definisi dari consumer insight menurut para ahli, antara lain: proses mencari tahu secara lebih holistic tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya (Amalia, 2017). Penelitian pemasaran yang meneliti berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen atau pasien dalam memilih Fasilitas Kesehatan masih jarang dilakukan (Rizal, 2020). Studi pendahuluan di Klinik Pratama Sehat Husada Marindal diperoleh bahwa data kunjungan pasien rawat jalan kurun waktu 3 tahun terakhir yaitu tahun 2020 kunjungan pasien 3.899 orang, tahun 2021 ada 3.890 orang dan tahun 2022 sejumlah 3.150 orang. Terjadi penurunan kunjungan pasien. Setelah dilakukan pra survei pada 33 responden di temukan bahwa 10 orang tidak ingin kembali melakukan kunjungan ulang karena fasilitas alat dan layanan yang kurang baik , 5 orang tidak puas terhadap pelayanan yang didapat, 7 orang menyatakan fasilitas kurang baik, 11 orang menyatakan pelayanan dokter tidak tepat waktu, tidak jelas dalam penyampaian informasi dan tenaga kerja perawat /bidan yg berganti ganti. Menurut pasien terdapat tenaga kesehatan yang belum memiliki pengetahuan yang luas tentang keluhan pasien, komunikasi antar pasien dan tenaga kesehatan terkesan buru-buru karena mengingat pasien lainnya lagi antri. Indeks kepuasan pasien tahun 2022 sebesar 53,9% serta fasilitas yang kurang memadai, Untuk itu perlu dilakukan upaya peningkatan kunjungan pasien.

2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana hasil penelitian mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Insight* Terhadap Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara.

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan hasil penelitian dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Insight* Terhadap Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai sumber literature dan informasi kepada warga sekolah, dan akademisi serta masyarakat mengenai hasil penelitian dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Insight* Terhadap Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara.

II. METODE

Jenis penelitian menggunakan metode analitik kuantitatif, rancang bangun *crosssectional* dengan metode *survey*. Sastroasmoro (2016). Desain penelitian *crosssectional*, dimana pengumpulan data dan pengukuran variabel independen dan variabel dependen dilakukan pada waktu yang bersamaan. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh pasien rawat jalan di Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara sebanyak 187 orang dengan teknik *accidental sampling*.

III. HASIL PENELITIAN

Univariat.

Kategori Responden Berdasarkan Pengetahuan Pasien, *Customer Feedback* (Kepuasan Pasien), Ketersediaan Fasilitas, *Komunikasi Interpersonal* Dan *Consumer Insight* Dalam Pelayanan Klinik di Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara Tahun 2023.

Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Pengetahuan		
1. Baik	93	49,7
2. Tidak Baik	94	50,3
Total	187	100,0
Customer Feedback (Kepuasan Pasien)	92	49,2
1. Puas	95	50,8
2. Tidak Puas		
Total	187	100,0
Ketersediaan Fasilitas		
1. Baik	142	75,9
2. Tidak baik	45	24,1
Total	187	100,0
Komunikasi Interpersonal		
1. Baik	92	49,2
2. Tidak Baik	95	50,8
Total	187	100,0
Consumer Insight Dalam Pelayanan Klinik		
1. Tidak baik	99	52,9
2. Baik	88	47,1
Total	187	100,0

Bivariat

Pengaruh Pengetahuan Pasien Terhadap *Consumer Insight* Dalam Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara Tahun 2023

Pengetahuan pasien	<i>Consumer Insight</i> Dalam Pelayanan				Total		pValue	RP 95% CI
	Baik		Tidak Baik		n	%		
	n	%	n	%				
Baik	72	38,5	21	11,2	93	49,7	0,023	8,508 (4,396- 16,465)
Tidak Baik	27	14,4	67	35,8	94	50,3		
Total	99	52,9	88	47,1	187	100,0		

Pengaruh *Customer Feedback* (Kepuasan Pasien) Terhadap *Consumer Insight* Dalam Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara Tahun 2023.

Irwandi S, Haris Pane A : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Insight* Terhadap Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara

Customer Feedback (Kepuasan Pasien)	Consumer Insight Dalam Pelayanan				Total		<i>pValue</i>	RP 95% CI
	Baik		Tidak Baik		n	%		
	n	%	n	%				
Puas	83	44,4	9	43,3	92	49,2	0,041	45,535 (19,023-108,995)
Tidak Puas	16	8,6	79	44,7	95	50,8		
Total	99	52,9	88	47,1	187	100,0		

Pengaruh *Ketersediaan Fasilitas* Terhadap *Consumer Insight* Dalam Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara Tahun 2023

Ketersediaan Fasilitas	Consumer Insight Dalam Pelayanan				Total		<i>pValue</i>
	Baik		Tidak Baik		N	%	
	n	%	n	%			
Baik	81	43,3	61	32,6	142	75,9	0,268
Tidak Baik	18	9,6	27	14,4	45	24,1	
Total	99	52,9	88	47,1	187	100,0	

Pengaruh *Komunikasi Interpersonal* Terhadap *Consumer Insight* Dalam Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara Tahun 2023

Komunikasi Interpersonal	Consumer Insight Dalam Pelayanan				Total		<i>pValue</i>	RP 95% CI
	Baik		Tidak Baik		N	%		
	n	%	n	%				
Baik	81	43,3	11	5,9	92	49,2	0,002	39,500 (13,980-70,977)
Tidak Baik	18	9,6	77	41,2	95	50,8		
Total	99	52,9	88	47,1	187	100,0		

Multivariat

Variabel Kandidat Multivariat

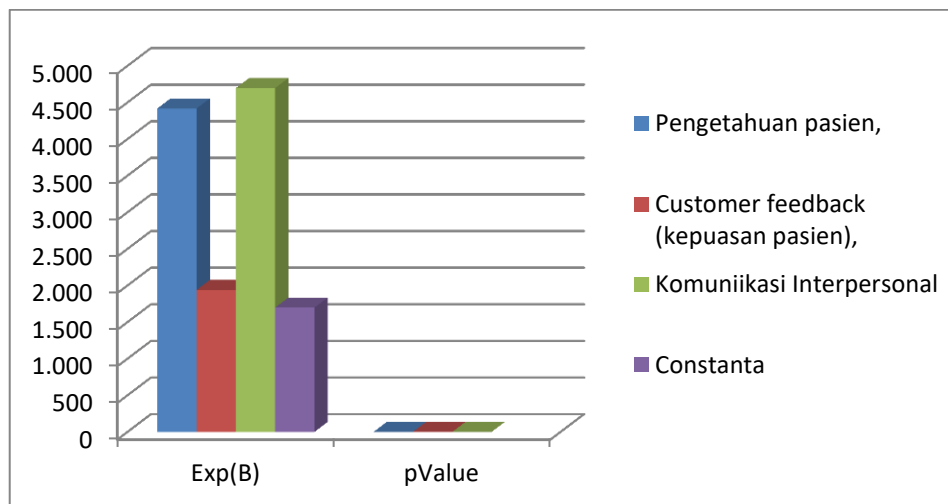
No	Variabel	<i>p-Value</i>
1.	Pengetahuan pasien,	0,023
2.	<i>Customer feedback</i> (kepuasan pasien),	0,041
3.	Komunikasi inteirpeirsonal	0,002

Hasil Analisis Regresi Logistik Berganda

Variabel	Exp(B)	<i>pValue</i>	95% CI
Pengetahuan pasien,	4,415	0,017	1,675-8,892
<i>Customer feedback</i> (kepuasan pasien),	1,937	0,531	1,014-2,037
Komunikasi Interpersonal	4,695	0,006	1,298-9,721
<i>Constanta</i>	1.698		

2 Log likelihood $pvalue=0,000$

Log P (*Consumer Insight*) = 1,698 + 4,695 (komunikasi Inteirpeirsonal) + 4,415 (pengetahuan pasien).



Gambar 1. Hasil Analisis Regresi Logistik Berganda

PEMBAHASAN

1. Ada pengaruh pengetahuan pasien dengan *consumer insight* dalam pelayanan. Nilai RP 8,508 pada 95% CI (4,396-16,465), yang berarti pasien yang memiliki pengetahuan baik 8,5 kali cenderung baik dalam *consumer insight* pelayanan. Pada penelitian dapat dilihat bahwa bagi, pasien tidak mengetahui yang menjadi hak pasien. Kurangnya pengetahuan pasien juga mempengaruhi informasi yang didapat pasien tentang mutu pelayanan kesehatan karena pengetahuan terbentuk bila informasi yang diterima cukup memadai. Hal ini juga didukung dengan karakteristik pasien diantaranya adalah umur yang relatif lanjut usia dan pendidikan yang masih rendah.
2. Ada pengaruh *customer feedback* (kepuasan pasien) dengan *consumer insight* dalam pelayanan. Nilai RP 45,535 pada 95% CI (19,023-108,995), yang berarti pasien yang merasakan *customer feedback* puas 45,5 kali cenderung baik dalam *consumer insight* pelayanan. Kesiapan dokter dan petugas dalam memberikan layanan kesehatan mempengaruhi kepuasan pasien dimana, petugas dituntut untuk segera merespon namun kenyataannya dokter jarang ada ditempat dan tenaga perawat berganti ganti, sehingga pasien merasa bingung terhadap pelayanan yang ada di Klinik Pratama Sehat Husada.
3. Ada pengaruh komunikasi interpersonal dengan *consumer insight* dalam pelayanan. Nilai RP 31,500 pada 95% CI (13,980-70,977), yang berarti pasien yang mengatakan komunikasi interpersonal 31,5 kali cenderung baik dalam *consumer insight* pelayanan. Pada penelitian ini masih terdapat tenaga kesehatan yang tidak memberikan komunikasi interpersonal dengan baik.
4. Tidak ada pengaruh ketersediaan fasilitas dengan *consumer insight* dalam pelayanan. Hal tersebut karena pasien berpendapat fasilitas yang ada sudah cukup untuk memenuhi keluhan pasien. Pelayanan terhadap fasilitas yang diberikan sudah baik, fasilitas kesehatan sudah tersedia dengan baik.
5. Pada uji multivariat dengan menggunakan uji regresi logistik berganda maka didapatkan faktor komunikasi interpersonal paling bermakna dengan nilai Exp (B) 4,695 atau 4,7 kali berpengaruh terhadap *consumer insight* dalam pelayanan klinik

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan:

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui tentang sarana prasarana lembaga Madrasah Aliyah Negeri 2 Probolinggo. Sarana adalah fasilitas ringan atau biasa dikenal dengan peralatan atau barang yang dapat dipindah. Umumnya sarana adalah fasilitas yang dibutuhkan secara langsung dalam madrasah untuk suksesnya kegiatan belajar mengajar. Sedangkan prasarana adalah fasilitas berat, umumnya merupakan fasilitas yang berupa bangunan atau tempat kegiatan. Untuk mencapai pengelolaan sarana prasarana yang efektif perlu adanya prinsip mencapai tujuan, efisien, administratif, tanggung jawab yang jelas, dan kekohesifan. Sedangkan ruang lingkup dari pengelolaan sarana prasarana pendidikan yang efektif yakni perencanaan, pengadaan, penggunaan, pemeliharaan, dan penghapusan. Faktor yang menjadi peluang dalam sarana prasarana yakni bisa berupa dukungan komunitas, kolaborasi dengan pihak eksternal, dan program hibah. Sedangkan yang menjadi faktor hambatan berupa keterbatasan anggaran, kompleksitas pengelolaan, kendala birokrasi, dan perubahan kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allo, I.L., Darmawansyah & Hamzah, A., 2017. Studi Kualitas Pelayanan Kesehatan Bagi Pasien Rawat Inap Peiseirta Asuransi Kesehatan. *Journal of Health Services Research*, 2(1), 1-10.
- Amalia Ei. Maulana. 2017. *Consumer Insight via Ethnography*. h.25-26. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, Azrul. 2017. *Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Yayasan Peineirbitan Ikatan Dokter Indonesia.
- Chuei, M. 2018. 4 Ways to Manage and Optimize Your Customer's Journey with Social Media Intelligence. *Journal of Business Strategy*, 40(1), 1-10.
- Effendy, Onong Uchjana. 2018. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Reimaja Rosdakarya.
- Hamilton, R. (2016). Consumer-based Strategy: Using Multiple Methods to Generate Consumer Insight that Inform Strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44, 281-285.
- Koentjoro, T., 2016. *Regulasi Kesehatan di Indonesia*. In Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., Keillor, K.L. 2017. *Marketing Management (14th ed)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Laughlin, P. (2016). Holistic customer insight as an engine of growth. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16(2), 75
- Meirkouris a, et. al. 2017. Patient Satisfaction, a Key Concept for Evaluating and Improving Nursing Practice. *Journal of Nursing Management*.
- Moran, G., Muzeileic, L., Johnson, D. (2019). Message content features and social Media Element: Evidence from the Media, *Journal of Product & Brand Management*.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Reimaja Rosdakarya
- Muninjaya, 2017. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*, Jakarta: EIGC.
- Neiha. (2018). *Unlocking Consumer Insights in A Disruptive World*. Merrill Institute.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2017. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurul, A., Payangan, O. R., & Ismail, M. (2020). The Effect of Service Quality and Price Strategy on Customer Satisfaction through Purchasing Decisions as an Intervening variable In 212 Mart Gowa, South Sulawesi Province. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 2(2), 11-22.

Irwandi S, Haris Pane A : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Insight* Terhadap Pelayanan Klinik Pratama Sehat Husada Marindal Sumatera Utara

Pohan, I., 2017. Jaminan Mutu Layanan Kesehatan Dasar-dasar Pengertian dan Penerapan, Jakarta: EiGC.

Rizal, Achmad. (2020). Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. h.140. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV. BUDI UTAMA.

Rules of best practice. *Journal of Medical Marketing*, 6(2), 135–139.

Rumah Sakit Eilim Ranteipao tahun 2017. Univeirsitas Hasanuddin Makasar.

Smith, B., Wilson, H. N., & Clark, M. (2016). Creiating and using customeir insight: 12Sabarguna, B.S. 2016. Quality Assurance Peilayanan Rumah Sakit. Eidisi Keidua. Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateing-DIY

Witriasih, 2018. Analisis Perbedaan Tingkat Kepuasan Pasien Peserta PT ASKES (Peirseiro) Cabang Denpasar pada Pelayanan Puskesmas dan Dokter Keluarga di Kota Denpasar. Universitas Udayana.

Accepted Date	Revised Date	Decided Date	Accepted to Publish
05 Maret 2024	09 Maret 2024	14 Maret 2024	Ya