

Faktor-faktor yang berhubungan dengan pemanfaatan layanan medical check-up oleh Perusahaan Pelanggan di "RS Internasional Bintaro" tahun 2002

Lely Nurlely, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77730&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan banyaknya perusahaan yang terikat hubungan kerjasama dengan RSIB diharapkan akan meningkatkan pemanfaatan / utilitas dari unit layanan. Berdasarkan data yang diperoleh selama periode Januari 1999 sampai Desember 2002 berhasil dilakukan ikatan kerjasama dengan 130 perusahaan. Akan tetapi pencapaian untuk unit MCU baru 26.67 % dari kapasitas yang ada, yaitu 4 pasien perhari dari kapasitas 15 pasien perhari untuk unit layanan ini dengan kata lain terjadi under utility pada unit MCU di RSIB.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan pemanfaatan layanan medical checkup oleh perusahaan pelanggan di "RS Internasional Bintaro" Tahun 2002. Lingkup penelitian dibatasi pada faktor-faktor yang diduga berhubungan dengan pemanfaatan layanan tersebut, yang meliputi faktor karakteristik perusahaan pelanggan, faktor eksternal dan faktor internal perusahaan.

Dengan memakai metode kuantitatif dan kualitatif dengan desain case control, dan dibantu dengan wawancara mendalam. Populasi penelitian adalah perusahaan yang telah bekerjasama dengan RS Internasional Bintaro. Instrumen pengumpul data yaitu kuesioner dan pedoman wawancara mendalam, sebagai responden adalah manajer personalia, manajer umum atau bagian kesehatan/klinik perusahaan.

Dari 11 variabel bebas yang diteliti, ternyata ada 6 yang terbukti secara uji statistik menunjukkan hubungan yang bermakna dengan pemanfaatan layanan medical check-up yaitu, variable pengambil keputusan, promosi, persepsi tentang tarif layanan, persepsi multi pelayanan dokter, atribut rumah sakit dalam hal tataletak pendukung layanan dan ikatan keijjasama. Sedangkan 5 variabel bebas yang lain tidak menunjukkan hubungan yang bermakna secara uji statistik.

Guna meningkatkan pemanfaatan jasa layanan MCU oleh perusahaan pelanggan yang telah bekerjasama, perlu disusun strategi pemasaran yang tepat. Adapun strategi yang disarankan meliputi, meningkatkan upaya personal selling, melakukan penataan ulang desain ruangan, melihat kembali dasar penentuan tarif layanan, melakukan pengkajian kembali terhadap waktu tunggu dan alur pemeriksaan di unit medical check-up.

<hr><i>Factors that are Related with the Utilization of Medical Check-Up Service by Companies as the Customer in Bintaro International Hospital in 2002Having companies that a Memorandum of Understanding (MOU) with Bintaro International Hospital (RSIB), it is hoped that RS1B can increase the utilization of its sevice. From the data collected from January 1999 until December 2002, there are about 130 companies signing MOU with RSIB. This is contrary to the fact that use of Medical Check-Up (MCU) unit has only reached 26,6% of its capacity. With only 4 patient daily visit from the capacity of 15 patient daily visit, we

can say that the are has been an under utility in MCU unit.

This research is aimed to determine the factors related with the utilization of MCU unit by companies as the customer in RSIB in 2002, The research covers factors assumed related with utilization : characteristic of the companies and the external as well as the internal factors of the company.

Using quantitative, qualitative method with case control and in depth interview, the population of research are companies that have MOU with the hospital With questioner and in depth interview form as the instrument, the respondents are personnel manager, general manager or the health division 1 company' s clinic.

From the 11 variables, 6 of them statistically shows significant relations with MCU service; decision making, promotion, perception on service charge, perception on the doctor's quality of service, layout of the supporting facilities and MOU. Other 5 variables didn't show significant relations statistically.

To improve the MCU' s utility in its service by companies as the customer, an ideal marketing strategy should be implemented. It is advisable that the strategy covers the personnel in sales, redesigning the room's layout, reconsidering the guidelines in determining the price, reevaluating the waiting time and the flow of medical check-up service.</i>