

Faktor-faktor elemen ekuitas merek yang berpengaruh terhadap pemanfaatan instalasi napza rumah sakit Marzoeki Mahdi Bogor tahun 2002

Amir Hamzah Mauzzy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71645&lokasi=lokal>

Abstrak

Peraturan Pemerintah Nomor 6 tahun 2000 rumah sakit milik pemerintah diarahkan untuk dikelola sebagai perusahaan jawatan. Dengan menyadari pentingnya menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi, maka manajemen RSJP dituntut untuk berfikir proaktif mengembangkan diri menjadi rumah sakit PERJAN yang mandiri.

Untuk itu pada tahun 2001 sesuai kebutuhan pasar dengan banyaknya korban penyalahgunaan NAPZA, RSJP membuka unit baru dengan nama Instalasi Pemulihan NAPZA RSMM bukan RSJP.

Pada perkembangannya Instalasi Pemulihan NAPZA RSMM, ternyata mampu memberikan kontribusi (32%) dari keseluruhan pendapatan rumah sakit, dengan BOR lebih besar dari 75%, bahkan paling besar diantara rumah sakit jiwa yang membuka pelayanan NAPZA. Hal ini menimbulkan pertanyaan, apakah pengaruh pergantian nama mempunyai daya ungkit yang tinggi terhadap tingginya BOR di Instalasi NAPZA ataukah karena faktor lain yang belum diketahui.

Dengan latar belakang tersebut penelitian ekuitas merek dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor dari elemen ekuitas merek yang berpengaruh terhadap pemanfaatan Instalasi Pemulihan NAPZA. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survey dengan rancangan cross sectional sedangkan analisisnya dilakukan dengan uji univariat dan uji bivariat menggunakan chi kuadrat.

Dari penelitian ini diketahui, bahwa :

1. Karakteristik pelanggan adalah kebanyakan ibu dari pasien, berumur antara 46-55 tahun, bertempat tinggal di Jakarta, dengan tingkat pendidikan lulusan akademi dan SLTA, dari kelompok berpenghasilan keluarga di bawah 10 juta rupiah per bulan, yang memperoleh informasi awal dari kerabat dekat.

2. Faktor-faktor dari elemen ekuitas merek yang paling berpengaruh terhadap pemanfaatan Instalasi NAPZA RS MM adalah sebagai berikut :

a. Pelanggan telah mengenal nama Instalasi NAPZA RSMM tanpa perlu bantuan pengingatan,

b. Mempunyai asosiasi terhadap kesan pelayanan berbasis rumah sakit, kesan teknologi pemulihannya memadai, berkesan kekeluargaan, berkesan nyaman, berkesan aman, berkesan dapat dipercaya, kesan murah, kesan sarana dan sarana memadai.

c. Mempunyai persepsi kualitas terhadap tenaga kerjanya mengesankan professional, pelayanannya berkualitas, kesan mempunyai pelayanan yang terstandar, programnya dapat dipertanggung-jawabkan, petugasnya memiliki empati yang tinggi.

d. Pelanggan mempunyai loyalitas bila mendapat kepuasan selama keluarganya dirawat, akan bersedia merekomendasikan kepada kerabat yang memerlukan pelayanan sejenis, dan mempunyai keinginan untuk

dirawat disini lagi bilamana keluarganya kambuh kembali.

3. Hubungan antara karakteristik pelanggan dengan faktor-faktor elemen ekuitas merek Instalasi NAPZA RS MM, yaitu untuk :

- a. Perbedaan jenis kelamin ada hubungan dengan faktor sarana dan prasarana memadai
- b. Perbedaan Ikatan keluarga ada hubungan dengan faktor program pemulihannya yang dapat dipertanggung-jawabkan
- c. Perbedaan tingkat pendidikan ada hubungan dengan faktor program pemulihannya dapat dipertanggung-jawabkan
- d. Perbedaan karakteristik pelanggan yang lainnya tidak ada hubungan dengan faktor-faktor elemen ekuitas merek.

Saran agar secepatnya ditegaskan perubahan nama RSJP menjadi RSMM, pertahankan faktor-faktor elemen ekuitas merek yang sudah tinggi, serta tingkatkan faktor-faktor yang dalam persepsi pelanggan masih rendah.

<hr>

The Factors of Brand Equity Element that Influence to the Utilization of Drugs Abuses Unit of the Hospital of Marzoeki Mahdi, Bogor 2002

Based on Government Regulation No. 6/2000, a state owned hospital directed to be managed as a State Initiative Enterprise (Perusahaan Jawatan). Aware to importance of adapting the change, the Management of RSJP is demanded to think pro-actively to develop its hospital to be a self-reliance state initiative enterprise's hospital.

Therefore by the year 2001 in line with the marked need due to large number of the victim of drug abuses, RSJP open a new unit called Installation for Rehabilitation of Drugs User RSMM, no longer using RSJP.

In its progress shows that the Installation for Rehabilitation of Drugs User RSMM is able to contribute about 32% of total revenue of hospital, BOR more than 75%, and even the biggest among hospitals that are provide rehabilitation of service drugs user. This achievement raises question, whether the change of name of hospital from RSJF to RSMM has a high leverage to higher BOR or due to other reason that is not identified yet.

Based on above-mentioned background, the research on brand equity has done to identify factors and elements of brand equity that are influence to the utilization of Installation for Rehabilitation of Drugs User. This method research is cross sectional survey while its analysis uses tests of univariate and bivariate with chi-square. This study has successful to identify the following:

1. The characteristic of customer show that most of them are mother of its patient, aged group about 46-55 years old, live in Jakarta, education background at the level of academic and high school, house hold income about less than 10 millions rupiah per month, which are got first information from closer relatives.
2. Factors and elements of brand equity that are providing most influence to the utilization of Installation for Rehabilitation of Drugs User of RSMM are as follow:
 - a. Customer recognition to Installation for Rehabilitation of Drugs User of RSMM

without any reminding assistance.

b. Has associated to the impression of hospital based service, impression to adequate technology for rehabilitation, impression hospitality of care, impression of comfortable services, impression of reliable services, impression to secure service, impression to cheaper service, impression adequate of infrastructure and facility.

c. Has perceived to the quality of professional staffs, qualified service, standardized service, accountably program, and high emphatic of officials.

d. Customer has a loyalty if they are satisfy to the service, ready to recommend the service to their close relatives who are in need of the service, has willingness to be hospitalized in this hospital if their family needed.

3. The relationship between characteristic of customer and factors of elements of brand equity at the Installation for Rehabilitation of Drugs User of RSMM are as follow:

a. The difference in sex has relationship with adequacy of infrastructure and facility.

b. The difference in family ties has relationship with factor of accountably program of rehabilitation.

c. The difference in level of education has relationship with accountably program of rehabilitation.

d. The difference in other characteristics of customer has no relationship to the factors of brand equity.

The research is suggesting to the hospital to immediately make a formal change of its name from RSJP to RSMM, to remain factors of brand equity, which are already in high level, and to improve the factors of brand equity in terms of customer perception.