

**UPAYA PENINGKATAN PEMANFAATAN PESERTA BPJS PADA  
FASILITAS KESEHATAN KLINIK MITRA KELUARGA  
BERDASARKAN ANALISIS *BRAND EQUITY* DI KABUPATEN  
BANYUWANGI**

**Supriyadi**

Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jember

**Yunita Satya Pratiwi**

Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jember

**ABSTRACT**

Perkembangan kondisi saat ini, institusi pelayanan kesehatan baik itu milik pemerintah maupun swasta (Rumah Sakit, Puskesmas, RB,BP,Klinik) cenderung menuju kearah pelayanan yang bersifat *entrepreneurship*. Sehingga tidak hanya bersifat pelayanan sosial tapi juga pelayanan jasa yang berorientasi pada profit. Adapun tantangan yang paling komplek dari diberlakukannya BPJS adalah aspek kemampuan manajerial dalam pengelolaan pelayanan kesehatan dan yang paling utama adalah kemampuan sumberdaya manusia, dimana yang dibutuhkan adalah pola fikir *exelent service*, mampu melihat peluang dan pesaing dilingkungannya. Beberapa fakta dapat dipelajari bahwa Angka kunjungan Klinik Rawat Inap Mitra Keluarga tahun 2011-2015 fluktuatif. Pada tahun 2012 sampai tahun 2015 ada kecenderungan menurun, kondisi ini bisa dilihat dari data tersebut menunjukkan kunjungan pada Tahun 2010-2011 masih menunjukkan cenderung naik akan tetapi mulai 2012-2013 turun sebesar 18,44 %, Tahun 2013-2014 menurun 17,25%, Tahun 2014- maret 2015 menurun 16,72%. Kalau dihitung berdasarkan rata-rata penurunan kunjungan, maka mengalami penurunan kunjungan sebesar 17,80 % per tahun. Tujuan dari penelitian ini yaitu menyusun rekomendasi upaya peningkatan pemanfaatan Peserta BPJS di Klinik Mitra Keluarga Banyuwangi berdasarkan analisis *Brand Equity*. Penelitian ini adalah penelitian observasional dengan rancang bangun *cross sectional study*. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Klinik Rawat Inap Mitra Keluarga Banyuwangi. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan pada responden pengguna pelayanan di Klinik Mitra Keluarga yang menjalani perawatan rawat inap dengan jumlah responden sebanyak 250 responden. Tahapan kerja penelitian ini yaitu diawali dengan mengidentifikasi faktor pelanggan meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Sedangkan faktor psikografi meliputi sikap, motivasi dan pengalaman, sarana prasana dan SDM Klinik. Setelah itu, mengidentifikasi komponen *Brand equity* meliputi *Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty*. Kemudian merumuskan isu strategis terkait pengembangan *brand equity* sebagai upaya peningkatan pemanfaatan pasien BPJS di Klinik Mitra Keluarga Banyuwangi. Setelah menemukan isu strategis, langkah selanjutnya yaitu melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menemukan akar masalah dan solusi pemecahannya. Dari hasil tersebut maka peneliti melakukan telaah untuk menyusun rekomendasi upaya peningkatan pemanfaatan pasien BPJS di Klinik Mitra Keluarga Banyuwangi.

**Kata Kunci** : BPJS, Focus Group Discussion

### ABSTRACT

The development of current conditions, health care institutions both public and private (hospitals, health centers, RB, BP, Clinic) tend to be moving towards services that are entrepreneurship. So it is not only social services but also services a profit-oriented. As for the most complex challenges of enactment BPJS are aspects of managerial ability in the management of health services and the most important is the ability of human resources, which is needed is a mindset exelent service, being able to see the opportunities and competitor environment. Some facts can be learned that figure clinic visits Inpatient Mitra Keluarga years 2011-2015 fluctuated. In 2012 to 2015 there was a downward trend, this condition can be seen from these data shows traffic in the year 2010 to 2011 still show tends to rise but started from 2012 to 2013 fell by 18.44%, 17.25% decreased from 2013 to 2014 Year Year 2014- March 2015 decreased by 16.72%. If calculated based on the average reduction in traffic, then decreased by 17.80% visits per year. The purpose of this study is to formulate recommendations Participants BPJS efforts to increase utilization at the Clinic Family Partners Banyuwangi based on analysis of Brand Equity. This study was an observational study conducted cross sectional study. Location of the study was conducted at the Clinic Inpatient Family Partners Banyuwangi. Retrieving data using questionnaires distributed to respondents in the service manual Clinic Family Partners who underwent inpatient treatment by the number of respondents was 250 respondents. Stages of this research work which started by identifying the customer factors include age, gender, education, employment and income. While the psychographic factors include attitudes, motivations and experiences, infrastructures and human means Clinic. After that, identify the components of brand equity includes Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty. Then formulate strategic issues related to the development of brand equity as an effort to increase the utilization BPJS patients at the Clinic Family Partners Banyuwangi. After finding strategic issues, the next step is to do a Focus Group Discussion (FGD) to find the root of the problem and the solution solution. From these results, the researchers conducted a study to develop recommendations BPJS efforts to increase utilization of the patients at the Clinic Family Partners Banyuwangi.

**Key Words** : BPJS, Focus Group Discussion

### PENDAHULUAN

Sejak diberlakukan UU SJSN mulai bulan Januari 2014 tentang Pelaksanaan BPJS maka bayak sekali permasalahan berkaitan dengan pemberi pelayanan kesehatan baik Rumah Sakit, Puskesmas maupun Klinik Pratama. Demikian juga menjadi permasalahan bagi penerima pelayanan kesehatan (BPJS) karena masyarakat banyak yang kurang memahami pentingnya ikut peserta BPJS. Dalam era globalisasi ini berkembang cara pandang baru, lingkungan usaha semakin cepat berubah, persaingan semakin tajam, dan hanya pelayanan yang berkualitas yang dihasilkan oleh sumber daya manusia berkualitas yang mampu bertahan. Karena itu pencapaian kualitas produk dan jasa jadi

pusat perhatian penyedia jasa pelayanan kesehatan. Mutu pelayanan yang baik menjadi tolok ukur bagi kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk kembali. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan itu dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan maka akan berdampak pada penurunan kunjungan pasien.

Perkembangan kondisi saat ini, lembaga pelayanan kesehatan baik itu milik pemerintah maupun swasta (Rumah Sakit, Puskesmas, RB,BP, Klinik) cenderung menuju kearah pelayanan yang bersifat *entrepreneurship*. Sehingga tidak hanya bersifat pelayanan sosial tapi juga pelayanan jasa yang berorientasi pada profit. Adapun tantangan yang paling kompleks dari perubahan ini adalah aspek kemampuan manajerial dalam pengelolaan pelayanan kesehatan dan yang paling utama adalah kemampuan sumberdaya manusia, dimana yang dibutuhkan adalah pola pikir *entrepreneur*, mampu melihat peluang dilingkungannya.

Menurut Kertajaya (2011), *Brand Equity* adalah aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas. Ada tiga teori yang dipakai dalam *brand equity*. *Brand equity* yang dikaitkan dengan nilai uang (*finansial value*), *brand equity* yang dikaitkan dengan perluasan merek (*brand ekstention*) dan *brand equity* yang diukur dari perspektif pelanggan, teori yang ketiga ini lebih banyak berubungan dengan masalah psikologis dan perilaku konsumen. Mengembangkan *brand equity* merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kunjungan pelayanan kesehatan, karena dengan memiliki *brand equity* yang kuat maka pemberi pelayanan kesehatan akan mempunyai keuntungan, baik yang berdampak pada organisasi institusi pemberi pelayanan itu sendiri maupun pada konsumen.

Menurut PERMENKES No.028/MENKES/PER/I/2011 tentang klinik rawat inap, berdasar fungsinya klinik merupakan pusat penggerak pembangunan berwawasan kesehatan di wilayah kerjanya, dan pusat pemberdayaan masyarakat serta pusat pelayanan kesehatan strata pertama.

Sebagai pusat pelayanan strata pertama tersebut, klinik bertanggung jawab menyelenggarakan pelayanan kesehatan tingkat pertama secara menyeluruh, terpadu dan berkesinambungan.

Pencapaian kualitas produk dan jasa jadi pusat perhatian penyedia jasa pelayanan kesehatan. Walaupun sarana dan prasarana terus diperbaiki dan sumber daya manusia mencukupi namun masyarakat pengguna kartu BPJS masih belum optimal memanfaatkan sarana pelayanan yang disediakan Klinik Mitra Keluarga.

## METODE PELAKSANAAN

### Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara observasional dengan menggunakan desain *cross sectional* yang bertujuan mengetahui seberapa besar . Adapun tahapan penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Tahap pertama : Mengidentifikasi karakteristik responden meliputi sosio demografi (Umur, Jenis kelamin, Tingkat pendidikan, Pendapatan, Jenis pekerjaan) dan psikografi (motivasi, pengalaman berobat) di Klinik Rawat Inap Mitra Keluarga Banyuwangi.
2. Tahap kedua : Menganalisis *Brand Equity* meliputi *Brand association*, *Perceived quality*, dan *Brand loyalty* di Klinik Rawat Inap Mitra Keluarga Banyuwangi.
3. Tahap ketiga : Menyusun rekomendasi upaya peningkatan pemanfaatan peserta BPJS Klinik Mitra Keluarga Banyuwangi berdasarkan analisis *Brand Equity*.

### Populasi, Sampel, dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pemegang kartu BPJS yang berobat Klinik Mitra Keluarga Banyuwangi. Sampel dipilih secara *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak  $\pm 250$  orang.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Tegaldlimo wilayah kerja Klinik Mitra Keluarga Banyuwangi selama 10 bulan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pendampingan terhadap pelaksanaan edukasi Duta TB Paru masih dalam proses. Luaran yang dihasilkan adalah adanya metode promosi kesehatan tentang TB Paru berbasis Masyarakat Sekolah (Pesantren) dan Lingkungannya. Target yang telah dicapai pengabdian adalah:

- a. telah terbentuk Kader Duta TB Paru berbasis Masyarakat Sekolah (Pesantren) PP Maqnaul Ulum, Kecamatan Sukowono Jember dan bekerjasama dengan fasilitas layanan kesehatan Klinik Mitra Keluarga Sejahtera Sukowono sebagai Mitra kerja untuk tenaga instruktur sekaligus sebagai rujukan bilamana ada kasus TB Paru.
- b. Terlaksananya kegiatan Kader Duta TB Paru di masyarakat sekolah pada Bulan September 2016.

### **KESIMPULAN**

- a. Telah terbentuknya kelompok Duta TB Paru yang mampu meningkatkan derajat kesehatan di sekolah, keluarga dan masyarakat.
- b. Terdapat sepuluh kader kesehatan terlatih kelas Duta TB Paru.
- c. Terlaksananya kegiatan kelas Duta TB Paru di masyarakat sekolah maupun luar sekolah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bahar, Asril (2001) Ilmu Penyakit TB Paru Jilid II Edisi Ketiga. Balai Penerbit FKUI : Jakarta.

Depkes RI (2010). Petunjuk Teknis Standar Pelayanan Minimal Bidang Kesehatan Di Kabupaten/Kota, Jakarta.

Puskesmas Sukowono KabupatenJember.(2015) laporan P2M TB Kecamatan Sukowono.

DEPKES RI (2008) Pedoman Pengobatan Penyakit Paru, Edisi I. Jakarta.

Sudoyo, Aru, Bambang S, dkk.2006. *Buku Ajar Ilmu Penyakit Dalam*. Jilid III.ED IV. Jakarta: EGC.

Website: [http://Usaha Kesehatan Sekolah.ac.id](http://UsahaKesehatanSekolah.ac.id). disitasi tanggal 29 Maret 2015.

Website: [http://Usaha Kesehatan Sekolah.Com](http://UsahaKesehatanSekolah.Com). disitasi tanggal 15 April 2015.

Website: [/tbc.menyerbu.jember](http://tbc.menyerbu.jember). disitasi tanggal 28 Maret 2015.

Website:<http://www.antarajatim.com/lihat/berita/penderita-tbc-di-jember-2054>. disitasi tanggal 28 Maret 2015.