

JURNAL KESEHATAN

AIPTINAKES JATIM

Peran Keluarga Dalam Pengenalan Bentuk Perilaku dan Pencegahan Kekerasan Seksual Melalui Pendidikan Seks Pada Anak di TK Zainul Hasan Genggong Probolinggo (Titik Suhartini, Dodik Hartono, Achmad Junaedi)

Studi Kasus Rujukan Pelayanan Kehamilan di Puskesmas Klampis Ngasem Surabaya (*Case Study of Pregnancy Care Referral at Public Health Center in Klampis Ngasem Surabaya*) (Ari Kusdiyana)

Perencanaan Program Capacity Building Bidan di Puskesmas Klampis Surabaya (*Planning of Capacity Building Program for Midwife at Public Health Center in Klampis, Surabaya*) (Abdul Kohar Mudzakir 1, Monika Kartikaning FA2, Safitri Pratiwi3)

Pengaruh Perceived Organizational Support (POS), Organizational Citizenship Behaviour (OCB) dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Petugas Kesehatan di Puskesmas Batu (*The Influence of Perceived Organizational Support (POS), Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Job Satisfaction on Health Worker's Performance at Puskesmas Batu*) (Monika Kartikaning Fajarain 1, R. Darmawan Setijanto2)

Pengaruh penyuluhan latihan praoperasi terhadap tingkat kemampuan manajemen nyeri ibu pasca operasi seksio sesarea di rumah sakit Darmo Ssurabaya (cicilia wahju djajanti, i'is rohmawati)

Pengaruh senam nifas terhadap involusi uterus di bps lilik susilowati desa pandean kecamatan paiton kabupaten probolinggo (wahida yuliana)

Pengaruh New Wave Marketing terhadap Pemanfaatan Layanan Kesehatan Gigi dan Mulut di klinik Royal Surabaya (*The Effect of New Wave Marketing to Utilization of Oral and Dental Health Services at Royal Clinic Surabaya*) (Ivonne Richmawati)

Faktor-Faktor peran Dan Dukungan Suami Bagi Ibu Hamil (Studi Di Puskesmas Klampis Ngasem Kota Surabaya). Husband's Support Of Pregnant Womenfactor's Study In Puskesmas Klampis Ngasem, Surabaya City (Asti P. Ch. P. Banoet)

Terapi Aktivitas Individu Sehari-hari Untuk Mengurangi Kecemasan Sebelum Operasi di Ruang Rawat Inap Bedah Rumkital Dr. Ramelan Surabaya (*Daily Activities of Individual to Decrease Anxiety Before Surgery in Surgical Inpatient Room Rumkital Dr. Ramelan Surabaya*) Setiadi, Raden KamaliyatulAdiybahe



ISSN 2088-9798



9 772088 979004

Asosiasi Institusi Perguruan Tinggi Tenaga Kesehatan Jawa Timur

JURNAL KESEHATAN

VOL. 11

NO. 1

HLM. 1-58

SURABAYA MEI 2017

ISSN 2088-9798

JURNAL

ILMU KESEHATAN

Terbit minimal 2 kali dalam setahun bulan Mei dan September, berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dan kajian analisis kritis dibidang ilmu kesehatan

JUDUL JURNAL :

Jurnal Kesehatan
AIPTINAKES JATIM

ALAMAT REDAKSI:

Stikes Hang Tuah Surabaya,
Jl. Gadung No. 1 Surabaya

JUMLAH ARTIKEL

8-12 Artikel yang terdiri dari:
Artikel dan Penelitian.

KEPENGURUSAN:

Pelindung/Penasehat :
Ketua AIPTINAKES JATIM

JUMLAH HALAMAN :

93 halaman (masing-masing
artikel maximum 10 halaman)

Penanggung Jawab:

AIPTINAKES Korwil Surabaya
Ketua Dewan Redaksi:
Setiadi , MKep

Dewan Redaksi:

1. Dwi Priyantini, Skep.,Ns
2. Antonius Catur S., Mkep., Ns

FREKUENSI TERBIT:

6 bulan sekali (kwartal)

MUIAI DITERBITKAN:

September 2011 (edisi perdana)
Cetakan sekarang:
No. Terbitan: Volume 11, Nomor 1,
Mei 2017

Telepon/fax: (031)8411721.

Email : setiadiadi15@yahoo.co.id

Web site:

<http://adysetiadi.wordpress.com>

DAFTAR ISI

cover dalam	i
daftar isi	ii
kata sambutan	iii
sekapur siri	iv
1. Peran Keluarga Dalam Pengenalan Bentuk Perilaku dan Pencegahan Kekerasan Seksual Melalui Pendidikan Seks Pada Anak di TK Zainul Hasan Genggong Probolinggo (Titik Suhartini, Dodik Hartono, Achmad Junaedi)	1
2. Studi Kasus Rujukan Pelayanan Kehamilan di Puskesmas Klampis Ngasem Surabaya (Case Study of Pregnancy Care Referral at Public Health Center in Klampis Ngasem Surabaya) (Ari Kusdiyana)	9
3. Perencanaan Program Capacity Building Bidan di Puskesmas Klampis Surabaya (<i>Planning of Capacity Building Program for Midwife at Public Health Center in Klampis, Surabaya</i>) (Abdul Kohar Mudzakir ¹ , Monika Kartikaning FA ² , Safitri Pratiwi ³)	14
4. Pengaruh Perceived Organizational Support (POS), Organizational Citizenship Behaviour (OCB) dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Petugas Kesehatan di Puskesmas Batu (<i>The Influence of Perceived Organizational Support (POS), Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Job Satisfaction on Health Worker's Performance at Puskesmas Batu</i>) (Monika Kartikaning Fajarain ¹ , R.Darmawan Setijanto ²)	20
5. Pengaruh penyuluhan latihan praoperasi terhadap tingkat kemampuan manajemen nyeri ibu pasca operasi seksio sesarea di rumah sakit Darmo Ssurabaya (cicilia wahju djajanti , i'is rohmawati)	27
6. Pengaruh senam nifas terhadap involusi uterus di bps lilik susilowati desa pandean kecamatan paiton kabupaten probolinggo (wahida yuliana)	34
7. Pengaruh New Wave Marketing terhadap Pemanfaatan Layanan Kesehatan Gigi dan Mulut di klinik Royal Surabaya (The Effect of New Wave Marketing to Utilization of Oral and Dental Health Services at Royal Clinic Surabaya) (Ivonne Richmawati)	40
8. Faktor-Faktorperan Dan Dukungan Suami Bagi Ibu Hamil (Studi Di Puskesmas Klampis Ngasem Kota Surabaya). Husband's Support Of Pregnant Womenfactor's Study In Puskesmas Klampis Ngasem, Surabaya City (Asti P. Ch.P. Banoet)	46
9. Terapi Aktivitas Individu Sehari-hari Untuk Mengurangi Kecemasan Sebelum Operasi di Ruang Rawat Inap Bedah Rumkital Dr. Ramelan Surabaya (Daily Activities of Individual to Decrease Anxiety Before Surgary in Surgical Inpatient Room Rumkital Dr. Ramelan Surabaya) Setiadi, Raden Kamaliyatul Adiybahe	51

KATA SAMBUTAN

Puji syukur ke hadirat Tuhan Allah SWT, karena berkat karunia dan ridhonya sehingga Jurnal Kesehatan Volume 11 Nomer 1 bulan Mei tahun 2017 ini telah diterbitkan. Jurnal ini disusun untuk memfasilitasi karya inovatif dosen di seluruh Jawa Timur untuk dipublikasikan secara regional dalam wilayah Jawa Timur. Jurnal ini, berisikan informasi yang meliputi dunia Kesehatan yang dipaparkan sebagai hasil studi lapangan maupun studi literatur. Jurnal ini diharapkan dapat digunakan dan memberikan banyak manfaat bagi para pembaca, untuk peningkatan wawasan di bidang Ilmu kesehatan

Kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi baik mengolah dan menyunting sehingga jurnal ini dapat disusun dan diterbitkan dengan baik, kami haturkan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya. Kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk kemajuan Jurnal ini di masa yang akan datang.

Surabaya, Mei 2017

AIPTINAKES SURABAYA,

Sekapur Sirih dari Redaksi

Puji syukur patut kami panjatkan Allah SWT untuk segala kebaikan yang telah Ia perbuat bagi kami sehingga Jurnal Kesehatan Volume 11 Nomer 1 bulan Mei Tahun 2017 ini dapat diterbitkan. Kami juga mengucapkan banyak terima kasih kepada sahabat-sahabat kami Dosen Kesehatan yang sudah dengan suka rela mengirimkan tulisan ilmiah berupa penelitian, maupun artikel untuk dapat disajikan dalam Jurnal ini.

Di tengah kesibukan redaksi dalam menjalankan tugas masih tersisih waktu untuk menyelesaikan sebuah "proyek" mewujudkan impian, Memang tidak mudah untuk memulai sesuatu, dimana budaya menulis belum begitu kental di kalangan akademisi. Perlahan namun tersendat adalah istilah yang patut kami cuplik sebagai ungkapan betapa susahnyanya merealisasikan sebuah terbitan ilmiah.

Tentu, sesuatu hal yang baru dimulai adalah jauh dari sempurna. Apabila pembaca mendapati begitu banyak kekurangan, kesalahan dan ketidak tepatan baik mulai dari teknis penulisan, materi maupun penyuntingan, mohon dimaafkan dan mohon koreksi disampaikan kepada kami. Kami merentangkan tangan untuk menerima semua masukan demi kesempumaan terbitan Jurnal Kesehatan Nomer berikutnya.

Semoga terbitan Jurnal Kesehatan Volume 11 Nomer 1 bulan Mei tahun 2017, ini merupakan langkah awal untuk sebuah kemajuan di Pendidikan Kesehatan. Semoga pada terbitan berikutnya kami dapat menyajikan tulisan ilmiah yang lebih baik lebih bermutu dan memenuhi harapan para pembaca. Di sisi lain, kami ingin menghimbau kepada sahabat-sahabat kami para dosen untuk memberanikan diri menulis karya ilmiah agar dapat diterbitkan pada Jural Kesehatan selanjutnya. Akhir kata, kami ingin menitipkan sebuah moto: "MARI MENULIS".

Surabaya, Mei 2017



Pengaruh New Wave Marketing terhadap Pemanfaatan Layanan Kesehatan Gigi dan Mulut di klinik Royal Surabaya
(The Effect of New Wave Marketing to Utilization of Oral and Dental Health Services at Royal Clinic Surabaya)

Ivonne Richmawati
Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga

Abstrak

Klinik Royal adalah salah satu klinik pelayanan kesehatan yang berada di Surabaya bagian barat. Pelayanan kesehatan yang menjadi andalan di klinik ini adalah pelayanan kesehatan gigi di poli gigi umum. Jumlah kunjungan pasien di poli gigi ini biasanya selalu naik sejak Klinik Royal berdiri tahun 2009. Kunjungan pasien poli gigi umum di klinik Royal mengalami penurunan dari tahun 2014-2015 dengan rerata penurunan 7,58% per tahunnya. Berdasarkan data yang ada, terlihat juga bahwa jumlah kunjungan pasien lama relatif meningkat dengan peningkatan rata-rata 16,57% per tahunnya. Kunjungan pasien baru relatif mengalami penurunan sejak tahun 2012 hingga 2015 dengan rata-rata 15,33% per tahunnya. Salah satu faktor dalam upaya meningkatkan pemanfaatan layanan kesehatan gigi adalah memiliki upaya pemasaran yang mengikuti perkembangan zaman. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengaruh elemen pemasaran dalam New Wave Marketing terhadap pemanfaatan layanan kesehatan gigi dan mulut di klinik Royal. Jenis penelitian ini adalah observasional dengan menggunakan desain cross-sectional. Sampel dari penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal sekitar klinik Royal. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 144 responden. Metode pengambilan sampel ini menggunakan stratified multistage random sampling. Penelitian ini dilakukan mulai Februari – Mei 2017. Data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan uji statistik regresi logistik multivariat dengan menggunakan metode backward:wald. Hasil dari analisa data penelitian ini terdapat dua elemen pemasaran new wave marketing. Elemen tersebut adalah co-creation dan coloboration. yang berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan kesehatan gigi dan mulut di klinik Royal. Peningkatan perlu dilakukan kepada kedua elemen tersebut sehingga Klinik royal dapat memberikan layanan kesehatan yang lebih baik dan dapat memenangkan persaingan yang ada.
Kata Kunci: new wave marketing, pemanfaatan layanan kesehatan, klinik

Abstract

Royal Clinic is one health clinic located in western part of Surabaya. The mainstay of health services in this clinic is dental services in general dentistry. The number of patient visits in dental polyclinic is usually always up since the Royal Clinic was established in 2009. Visits of general dentist patients in the Royal Clinic have decreased from 2014-2015 with an average decrease of 7.58% per year. Based on existing data, it is also seen that the number of visits of long-term patients increased relative to an average increase of 16.57% per year. New patient visits are relatively decreased from 2012 to 2015 with an average of 15.33% per year. One of the factors in efforts to improve the utilization of dental health services is to have marketing efforts that follow the times. The purpose of this research is to see the influence of marketing elements in New Wave Marketing on the utilization of dental and oral health services at Royal Clinic. This type of research is observational by using cross-sectional design. The sample of this study is the community living around the Royal Clinic. The number of samples in this study were 144 respondents. This sampling method uses stratified multistage random sampling. This research was conducted from February to May 2017. The data obtained were analyzed by using multivariate logistic regression statistic test using backward: wald method. The result of data analysis, there are two elements of marketing in new wave marketing. The elements are co-creation and coloboration that have an influence on the utilization of oral and dental services at the Royal Clinic. Improvements need to be made to these two elements so that the Royal Clinic can provide better health services and can win the existing competition

Keywords: new wave marketing, utilization of health services, clinic

Pendahuluan

Persaingan usaha layanan kesehatan saat ini makin kuat dan semakin kompetitif. Banyaknya klinik dan rumah sakit yang ada membuat jarak lokasi antar klinik dan rumah sakit ini saling berdekatan, sehingga ada kemungkinan mereka memiliki target area pasar yang sama. Pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar tentunya akan berupaya melakukan perbaikan strategi pemasarannya dan berusaha memberikan inovasi produk guna memenangkan hati konsumen. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat dunia semakin transparan, informasi yang mengalir menjadi banyak dan mudah diakses dimana-mana dan kapanpun dan untuk siapapun. Hal ini memudahkan para kompetitor dapat melakukan intervensi dan masuk dengan mudah ke pasar yang sama, sehingga konsumen semakin diuntungkan karena memperoleh banyak tawaran dan pilihan yang menarik. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah perkembangan internet yang semakin interaktif dan dinamis. Konsumen, pemasar dan pesaing dapat bertemu dan berinteraksi secara aktif melalui komunitas yang terbentuk melalui situs jejaring.

Hermawan (2008) mengungkapkan bahwa perkembangan marketing saat ini adalah di era Marketing 3.0. Marketing 3.0 sifatnya adalah value-driven marketing, yaitu marketing yang didasari pada value yang bersifat fungsional, spiritual, emosional. Perkembangan marketing 3.0 ini didorong oleh munculnya new wave technology yaitu berkembangnya media sosial. Perkembangan masyarakat menjadi masyarakat yang lebih aktif dan kreatif dengan yang menciptakan berita, gagasan dan hiburan dapat juga sekaligus sebagai konsumen. Era marketing 3.0 oleh Hermawan Kartajaya dalam buku *Connect!* disebut sebagai new wave marketing. Era new wave marketing dimulai setelah tahun 2008, yaitu setelah krisis Asia. New wave marketing yang selanjutnya dapat disebut NWM adalah model pemasaran yang memiliki 12 elemen pemasaran yaitu communitization,

confirmation, clarification, coding, co-creation, currency, communal activation, conversation, commercialization, character, caring, dan collaboration muncul disuatu era yang terbangun akibat pengaruh perubahan kekuatan teknologi, politik dan legal, ekonomi, sosial budaya dimana pelaksanaannya ter-connect secara horizontal. NWM memiliki konsep marketing masa depan. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengaruh elemen pemasaran dalam new wave marketing terhadap pemanfaatan layanan kesehatan gigi dan mulut di Klinik Royal Surabaya.

Metode

Jenis penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan menggunakan desain cross sectional. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di area kelurahan klinik atau RS yang terdekat dengan klinik Royal dengan jarak kurang dari 3 km dari klinik Royal. Kelurahan yang terpilih adalah kelurahan Tanjungsari, Pradah Kali Kendal, Lontar dan Babatan. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 144 responden dengan menggunakan teknik stratified multistage random sampling dimana responden bebas memilih tempat layanan yang biasa mereka kunjungi. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan tertutup yang dilakukan mulai Februari – Mei 2017.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Poli Gigi di Klinik Royal
Poli gigi di klinik Royal mulai beroperasi sejak tahun 2009. Klinik memiliki 5 dokter gigi tetap yang siap melayani dari senin sampai sabtu dari jam 07.30-21.30. Klinik ini memiliki fasilitas penunjang seperti unit radiologi dental yang lengkap dan moderen, laboratorium medis, apotek, dan juga layanan spesialis. Lokasi klinik Royal sangat strategis namun disekitar klinik Royal terdapat 6 tempat layanan kesehatan gigi dan mulut yang setara dengan jarak yang sangat dekat Persaingan yang cukup tinggi dapat mempengaruhi jumlah kunjungan yang ada.

Pada tahun 2013 total kunjungan pasien poli gigi umum mencapai puncaknya sebesar 6370 kunjungan. Kunjungan mengalami penurunan dari tahun 2014-2015 dengan rerata penurunan 7,58% per tahunnya. Terlihat juga bahwa jumlah kunjungan pasien lama relatif meningkat dengan peningkatan rata-rata 16,57% per tahunnya. Kunjungan pasien baru relatif mengalami penurunan sejak tahun 2012 hingga 2015 dengan rata-rata 15,33% per tahunnya.

Klinik dalam mengikuti kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, beberapa bulan ini berupaya melakukan penyampaian informasi tidak hanya melalui berbagai macam brosur yang ada tapi juga melalui berbagai media sosial dalam jaringan internet. Terbukti klinik ini sudah memiliki website, kemudian facebook, instagram, serta melakukan komunikasi melalui whatsapp dan BBM. Klinik ini juga berupaya membangun sebuah komunitas tidak hanya melalui dunia internet tetapi dengan mengadakan membership group kepada para pasien. Pasien yang bergabung dalam membership group klinik Royal akan mendapatkan varian potongan harga pelayanan medis maupun dalam pembelian obat.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia dan hubungan responden didalam keluarga yang digambarkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik Responden Di Sekitar Klinik Royal Tahun 2017

No	Kategori	n	%
Kelompok Usia			
1.	Dewasa awal	63	43.8
2.	Dewasa akhir	40	27.8
3.	Lansia Awal	22	15.3
4.	Lansia Akhir	19	13.2
Hubungan dalam keluarga			
1.	KK	41	28.5
2.	Istri	76	52.8
3.	Anak	27	18.8

Tabel 1. Menunjukkan bahwa kelompok usia responden di masyarakat sebagian besar adalah dewasa awal yaitu sebesar 43,8 %. Lokasi penelitian ini didaerah yang sedang berkembang dimana banyak

terdapat perkantoran, pertokoan dan perumahan baru. Kelompok usia dewasa awal 26 -35 tahun dimana merupakan usia yang secara sosiologis, ekonomis dan psikologis mulai tidak bergantung lagi kepada orang tua sehingga mereka cenderung mencari tempat tinggal baru yang berkembang dan mendukung aktivitas mereka. Hubungan responden dalam keluarga adalah sebagai istri sebesar 52,8%. Survei ini dilakukan pada jam kerja dan dirumah responden sehingga besar kemungkinan yang mewakili keluarga dalam berpendapat adalah istri.

Pemanfaatan Layanan

Pemanfaatan layanan dalam penelitian ini berdasarkan responden memilih tempat layanan kesehatan gigi dan mulut yang biasa dikunjungi. Hasil dari pemilihan tempat layanan ini adalah klinik Royal berada urutan ketiga dari 18 tempat layanan yang biasa dikunjungi oleh responden. Analisa pemanfaatan layanan selanjutnya dilakukan dengan mengelompokkan menjadi dua kategori tempat layanan yaitu klinik Royal dan pesaing.

Tabel 2 Distribusi Tempat Layanan Kesehatan Gigi dan Mulut

Nama Tempat Layanan	n	%
Klinik Royal	15	10,42
Pesaing	129	89,6
Total	144	100,0

Pada Tabel 3 masyarakat sekitar klinik Royal yang memilih berobat ke klinik Royal sebesar 10,42 % sedangkan sisanya yaitu 89,6% memilih ke klinik atau RS pesaing yang tersebar di 17 tempat di Surabaya.

Elemen Pemasaran NWM

Penelitian ini melihat elemen pemasaran NWM yang dimiliki klinik Royal maupun pesaing dari kacamata masyarakat. Elemen tersebut adalah communitization, confirmation, clarification, coding, co-creation, currency, communal activation, conversation, commercialization, character, caring, dan collaboration. Hasil dari penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 3 Distribusi Elemen Pemasaran Di Klinik Royal Dan Pesaing Tahun 2017

NO	Elemen Pemasaran (NWM)	Klinik Royal		Pesaing	
		N	%	N	%
1.	Communitization				
	Tidak Melakukan	3	20,0	78	80,0
	Melakukan	12	60,5	51	39,5
2.	Confirming				
	Tidak Melakukan	1	6,7	80	62,0
	Melakukan	14	93,3	49	38,0
3.	Clarifying				
	Tidak Melakukan	0	0,0	0	0,0
	Melakukan	15	100,0	129	100,0
4.	Coding				
	Tidak Memiliki	0	0,0	4	3,1
	Memiliki	15	100,0	125	96,9
5.	Co-creation				
	Tidak Memiliki	3	20,0	72	55,8
	Memiliki	12	80,0	57	44,2
6.	Currency				
	Tidak Memiliki	10	66,7	48	37,2
	Memiliki	5	33,3	81	62,8
7.	Communal Activation				
	Tidak Memiliki	8	53,3	84	65,1
	Memiliki	7	46,7	45	34,9
8.	Conversation				
	Tidak Memiliki	2	13,3	77	59,7
	Memiliki	13	86,7	52	40,3
9.	Commercialization				
	Tidak Memiliki	0	0,0	20	15,5
	Memiliki	15	100,0	109	84,5
10.	Character				
	Tidak Memiliki	0	0,0	6	4,7
	Memiliki	15	100,0	123	95,3
11.	Caring				
	Tidak Memiliki	0	0,0	2	1,6
	Memiliki	15	100,0	127	98,4
12.	Colaboration				
	Tidak Memiliki	0	0,0	2	1,6
	Memiliki	15	100,0	127	98,4

Tabel 3 menunjukkan elemen pemasaran NWM yang cenderung tidak dimiliki oleh klinik Royal adalah currency (66,7%) dan communal activation (53,3%). Pada pesaing cenderung tidak memiliki communitization (80,0), confirming (62,0%), co-creation (55,8%), communal activation (65,1%), conversation (59,7 %). Perbedaan yang terlihat antara Klinik Royal dan pesaing adalah pada elemen currency.

Klinik Royal tidak memiliki currency sebesar 66,7% sedangkan pesaing memiliki currency

sebesar 62,8%. Harga layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, memiliki varian harga yang dapat berubah-ubah, harga yang dimiliki adalah terjangkau merupakan bagian dari currency yang cenderung tidak dimiliki oleh klinik Royal namun dimiliki oleh pesaing.

Analisis Pengaruh NWM terhadap pemanfaatan layanan kesehatan gigi dan mulut

Analisis pengaruh dalam penelitian ini menggunakan uji pengaruh regresi logistik multivariat dengan metode backward : wald.

Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 4 Hasil Uji Statistik Pengaruh Elemen Pemasaran NWM Terhadap Pemanfaatan Layanan di Klinik Royal Tahun 2017

Variabel	Sig.	Exp(B)	Kesimpulan
Co-creation	0,025	1,916	berpengaruh
Currency	0,082	0,524	tidak berpengaruh
Colaboration	0,018	1,807	berpengaruh

Hasil dari analisa data penelitian ini terdapat tiga elemen pemasaran New wave Marketing yang masuk kedalam model regresi yaitu yaitu co-creation, currency, dan colaboration. Hasil signifikansi dari statistic uji Wald menunjukkan bahwa terdapat dua elemen yang memiliki nilai signifikansi kurang dari $\alpha=0.05$. Dua elemen tersebut adalah co-creation dengan nilai signifikansi sebesar 0.025 dan colaboration sebesar 0.018. Semakin memiliki elemen pemasaran co-creation, maka customer akan cenderung memilih klinik Royal sebesar 1,9 kali daripada pesaing. Semakin melakukan colaboration, maka customer akan cenderung memilih klinik Royal sebesar 1,8 kali.

Memiliki program layanan yang kreatif dan diciptakan bersama-sama baik dengan pasien maupun bersama masyarakat dimana tercipta hasil dari dialog bersama dengan pasien ataupun masyarakat sehingga mendapatkan transparansi ataupun kejelasan baik dari segi manfaat ataupun kerugian, resiko yang akan terjadi merupakan perwujudan dari co-creation. Produk yang dihasilkan di era NWM sifatnya lebih dinamis, interaktif dan bisa berasal dari multisumber, dan tidak harus melalui online Pelaksanaan co-creation ini yang terpenting adalah ada gagasan kreatif dan keberanian dalam menerapkannya (Kartajaya, 2008).

Colaboration merupakan upaya penggabungan dari segala macam hal yang terkait dengan pelayanan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan kepuasan kepada customer. Sarana dan prasarana yang lengkap dan moderen dan terkoordinir dengan baik

harus mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Colaboration disini bukan sekedar proses untuk memberikan pelayanan namun proses untuk menciptakan value secara keseluruhan kepada pelanggan (Kartajaya,2008)

Kesimpulan

Kedua elemen pemasaran new wave marketing yaitu co-creation dan colaboration memiliki pengaruh terhadap pemanfaatan layanan kesehatan gigi dan mulut di klinik Royal. Elemen pemasaran co-creation yang telah dimiliki oleh klinik Royal memiliki peranan yang penting oleh karena itu harus lebih dikembangkan agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan dalam memanfaatkan layanan kesehatan gigi dan mulut.

Daftar Pustaka

- Azaria, P.A., Kumadji, S. & Yaningwati, F., (2014).Pengaruh Internet Marketing terhadap Pemebeentukan Word of Mouth dan Efektifitas Iklan dalam meningkatkan Brand Awarness. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 13.
- Budiyono, B.N.(2004). Studi Menegenal Pengembangan Strategi Produk. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 5, pp.181-91.
- Engel, J.F., Balackwell, R.D. & Menard, P.F.(1995). Consumer Behavior. New York: The Dryden Press.
- Handayani , S.B. & Martini, I.(2014). Model Pemasaran di Era New wave Marketing. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi.
- Hasanuddin et al. (2011). Anxieties / Desires. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jain, M.K. (2013). An Analysis of Marketing Mix :7Ps or More. Asian Journal of Multidisciplinary Studies, 1(4), pp.23-28.
- Kartajaya, H. & Darwin, W.(2010). Connect! Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kartjaya, H.(2008). *New Wave Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Keegan, W.J. & Green, M.(2004). *Global Marketing*. New Jersey: Printice Hall.
- Kotler , P., Kartajaya, H. & Setiawan, I.(2010). *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G.(1996). *Dasar - dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, P. et al.(2005). *Principles of Marketing An Asian Perspective*. Singapore: Pearson Education South Asia Pte.Ltd.
- Lamb, C.W.(2000). *Pemasaran*. Jakarta: PT Saalemba.
- Malhotra, N.K. (2009). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Nowlis, S.M. & Simonson, I.(1996). The Effect of New Product Features and Brand Choice. *Journal of Marketing Research*, 7, pp.207-216.
- Pour, B.S., Nazari, K. & Emami, M., 2012. The Effect of Marketing Mix in Attracting Customers : Case Study of Saderat Bank in Kermanshah province. *African Journal of Business Management*, 7(34), pp.3272-80.
- Sangadji, E.M. & Sophiah, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Steenkamp, J.B. (2002). International Market Segmentation : Issues and perspectives. *International Journal of Research Marketing*, 19, pp.185-213.
- Supriyanto, S., (2011). *Metodologi Riset Bisnis dan Kesehatan*. Banjarmasin: PT Grafika Wangi Kalimantan.
- Supriyanto, S. & Ernawaty. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yasanallah, P. & Vahid, B.(2012). Studying The Status of Marketing Mix (7Ps) in Consumer Cooperatives at Ilham Province from Member's Perspectives. *Americsn Journal of Industrial and V=Bussiness Management* , 2(2), pp.194-99