

## Hubungan Preferensi Harga dan Merk Terhadap Pemilihan *Hospital Bed*

Adryan Henry Soetedjo, Ho Fransiscus Alexander Setiadi, Mohammad Febby Ardhani, Oktavianus Andika Prastyanto, Reza Budi Satria

School of Business and Economics Universitas Prasetya Mulya  
 JL. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat Jakarta Selatan, Jakarta 12430 Indonesia.

\*. Corresponding Author: oktandika@gmail.com

<p><b>Abstract</b></p>	
<p><i>Hospital bed is a type of health equipment used in almost all types of health facilities. Along with the development of the BPJS program, new health facilities that require hospital beds are also increasing in number. In hospital bed procurement, health facilities need to consider several factors, including price and brand. Based on this, a survey was conducted on 41 health facilities to identify these two factors using explanatory research. The survey data were processed using Microsoft Excel 2016 and IBM SPSS 22.0 software resulted in a Pearson correlation of 0.108. Statistical tests were performed using bivariate correlations, which shows a weak linear correlation between price and brand factors.</i></p>	<p><i>Keywords: hospital bed, price preferences, brand preferences, health facilities, explanatory research</i></p>
<p><b>Abstrak</b></p>	
<p>Tempat tidur rumah sakit atau yang disebut juga dengan hospital bed adalah jenis alat kesehatan yang dipakai hampir di semua jenis fasilitas kesehatan. Seiring dengan pengembangan program BPJS, maka fasilitas kesehatan baru yang membutuhkan hospital bed juga meningkat jumlahnya. Dalam pengadaan hospital bed, fasilitas kesehatan perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya adalah harga dan merk. Berdasarkan hal tersebut, survey diadakan terhadap 41 fasilitas kesehatan untuk mengidentifikasi kedua faktor tersebut menggunakan explanatory research. Data hasil survey diolah menggunakan software Microsoft Excel 2016 dan IBM SPSS 22.0 menghasilkan pearson correlation sebesar 0.108. Uji statistik dilakukan menggunakan korelasi bivariate yang menunjukkan korelasi linear yang lemah antara faktor harga dan merk.</p>	<p>Kata Kunci: hospital bed, preferensi harga, preferensi merk, fasilitas kesehatan, explanatory research</p>

## PENDAHULUAN

Sejak tahun 2015, Indonesia mulai fokus mengembangkan program kesehatan. Salah satu langkah yang diambil pemerintah yaitu dengan menyiapkan program BPJS untuk masyarakat. Dengan adanya program BPJS, maka setiap warga negara mempunyai kesempatan untuk mendapatkan jaminan kesehatan yang layak.

Untuk mendukung program BPJS, pengembangan di sektor fasilitas kesehatan juga harus dilakukan. *Hospital bed* merupakan salah satu jenis alat kesehatan yang dibutuhkan setiap rumah sakit dan fasilitas kesehatan lainnya. Seiring dengan dikembangkannya jumlah fasilitas kesehatan, kebutuhan akan ketersediaan *hospital bed* yang memadai juga meningkat.

Berdasarkan data Kementerian Kesehatan, jumlah *hospital bed* di fasilitas kesehatan baik swasta maupun pemerintah di tahun 2017 telah mencapai 338.691. Jika dibandingkan data tahun 2013 dimana jumlah *hospital bed* berjumlah 278.450 unit, maka CAGR dari tahun 2013 sampai tahun 2017 adalah 4.7%. Maka diproyeksikan hingga tahun 2023, jumlah *hospital bed* yang dibutuhkan di Indonesia akan mencapai 440.735 unit.

Dari data-data di atas, ada peluang bagi produsen alat kesehatan untuk mencoba memenuhi kebutuhan *hospital bed*. Produk *hospital bed* yang mudah didistribusikan bisa menjadi solusi. Jurnal ini bertujuan mengidentifikasi apakah faktor preferensi

harga dan preferensi merk mempengaruhi pemilihan *hospital bed* oleh konsumen, dalam hal ini secara spesifik adalah fasilitas kesehatan.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Harga seringkali dipakai sebagai tolok ukur atas suatu produk ataupun jasa dan dihubungkan dengan manfaat dan kepuasan atas konsumsi produk maupun jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk dan jasa, atau sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen atas manfaat-manfaat dari kepemilikan dan penggunaan suatu produk dan jasa.

Indikator harga menurut Kotler dan Keller (2012) adalah:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dan manfaat produk
5. Pengaruh harga terhadap daya beli konsumen
6. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen

Persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan atau produknya disebut sebagai image, menurut Kotler dan Keller (2012). Sejalan dengan itu, citra merk adalah bagaimana suatu merek mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau

perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan dipengaruhi oleh citra merek yang positif sebagai hasil dari konsistensi, kredibilitas dan pengalaman yang dinamis.

Menurut penelitian Dharma & Sukaatmaja (2015), citra merk memiliki hubungan linear terhadap keputusan pembelian konsumen. Persepsi konsumen dan keputusan pembelian mereka dapat ditingkatkan melalui pengalaman pembelian masa lalu dan keakraban dengan merek. (Aaker, 1991).

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, tidak adanya keterkaitan antara preferensi harga dan preferensi merk dalam memilih *hospital* bed adalah hipotesis awal yang digunakan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini difokuskan pada area Jabodetabek dan karyawan yang bekerja di fasilitas kesehatan berupa rumah sakit maupun selain rumah sakit.

Metode survei digunakan dalam penelitian ini di mana pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang dibuat dalam bentuk formulir untuk memperoleh informasi dari responden. Media yang digunakan untuk membuat kuesioner adalah Google Form.

Pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (*explanatory research*) dilakukan di dalam survei ini. Format eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan suatu generalisasi

sampel terhadap populasinya, atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel dengan variabel lain (Bungin, 2005).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada fasilitas kesehatan. Studi literatur juga dilakukan mengenai perkembangan fasilitas kesehatan dan preferensi konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Literatur yang dijadikan referensi antara lain berupa dokumen laporan yang berkaitan dengan topik penelitian, buku teks dan jurnal.

Pengolahan data hasil kuesioner dilakukan dengan menggunakan software Microsoft Excel 2016 dan IBM SPSS 22.0 for Windows. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan tahap pengolahan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil analisis variabel yang konsisten diambil untuk dilakukan penarikan kesimpulan hasil penelitian.

### **ANALISIS DATA**

Dari hasil survei penelitian, pengambilan *sampling* secara acak terhadap populasi fasilitas kesehatan yang berada di area Jabodetabek menghasilkan 41 responden.

Dengan menggunakan kuesioner, penilaian mandiri dilakukan oleh responden untuk menilai faktor-faktor preferensi yang dijadikan pertimbangan dalam memilih *hospital*

*bed*. Hasil survei menyatakan bahwa 65.9% responden mempertimbangkan preferensi harga sebagai yang utama dalam memilih *hospital bed*.

Sementara itu, hanya 14.6% responden yang mempertimbangkan preferensi merk dalam memilih *hospital bed*. Preferensi merk berada di urutan terakhir dari 5 jenis preferensi yang dinilai. Jika dikaitkan dengan preferensi harga, responden yang mempertimbangkan harga sebagai preferensi utama sebagian besar tidak memilih preferensi merk sebagai pertimbangan berikutnya yang dinilai penting.

Dari hasil penilaian responden terhadap kedua preferensi tersebut, tidak terdapat tanda-tanda keterkaitan. Selanjutnya, adanya keterkaitan yang signifikan antara preferensi harga dan preferensi merk diuji secara statistik menggunakan analisis dengan teknik korelasi *bivariate*. Hasil survei dari masing-masing variable preferensi digunakan sebagai data yang akan diolah.

**Hipotesis Awal (H0):**

Tidak adanya hubungan yang signifikan antara preferensi harga dan preferensi merk dalam memilih *hospital bed*.

**Hipotesis Alternatif (H1):**

Adanya hubungan yang signifikan antara preferensi harga dan preferensi merk dalam memilih *hospital bed*.

Software IBM SPSS digunakan dalam pengolahan uji keterkaitan atau korelasi, dan menggunakan selang kepercayaan (*confidence level*) sebesar 95%. Hasil pengolahan menggunakan SPSS dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Korelasi *Bivariate* menggunakan IBM SPSS

Correlations			
		Pref_Harga	Pref_Merk
Pref_Harga	Pearson Correlation	1	.108
	Sig. (2-tailed)		.501
	N	41	41
Pref_Merk	Pearson Correlation	.108	1
	Sig. (2-tailed)	.501	
	N	41	41

Dari Tabel 1, didapat hasil *pearson correlation* sebesar 0.108 dengan p-value > 0.01. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan selang kepercayaan 95%, tidak cukup bukti untuk menolak Hipotesis Awal (H0) dan terdapat korelasi yang lemah antar kedua variabel, yaitu preferensi harga dan preferensi merk.

## KESIMPULAN

Melihat dari latar belakang dan hasil analisis pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa merk tidak menjadi salah satu pertimbangan utama bagi fasilitas kesehatan. Jika harga yang diberikan oleh penyedia *hospital bed* sesuai dengan

kualitas yang diharapkan, maka apapun merknya tidak menjadi masalah bagi fasilitas kesehatan.

Korelasi linear yang lemah antara preferensi harga dan preferensi merk juga ditunjukkan dari uji statistik korelasi *bivariate*. Hasil tersebut menyatakan bahwa tidak cukup bukti untuk menerima adanya hubungan yang signifikan antara preferensi harga dan preferensi merk dalam memilih *hospital bed*.

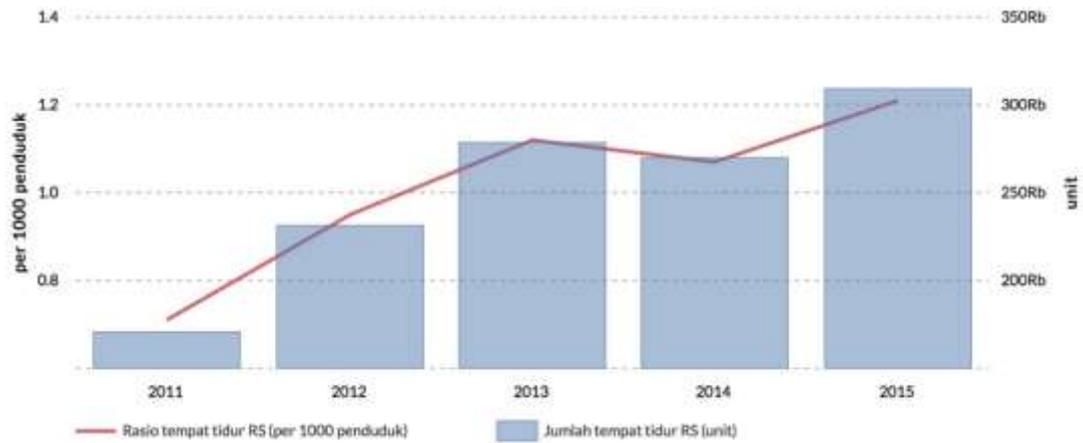
Dari hasil kuesioner didapat informasi bahwa fasilitas kesehatan memilih produk *hospital bed* yang memiliki *reliability* yang baik. Oleh karena itu, kualitas menjadi preferensi yang lebih diutamakan daripada preferensi merk. Dengan demikian, tidak terdapat korelasi yang linear antara preferensi harga dan preferensi merk.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S.Sos., M.Si. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Kementerian Kesehatan RI. (2017). "Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2016." <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/Profil-Kesehatan-Indonesia-2016.pdf> diakses pada tanggal 24 Februari 2018
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip-Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. London: Pearson Education.
- Setiawati, Elis. (2014). "Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Pembelian Televisi Samsung di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang." Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Surya Adi Dharma, N & Sukaatmaja, I. (2015). "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple." Badung: Universitas Udayana.

**LAMPIRAN**

**Grafik Rasio dan Jumlah *Hospital Bed* di Indonesia Tahun 2015**



(Source: Kementerian Kesehatan)

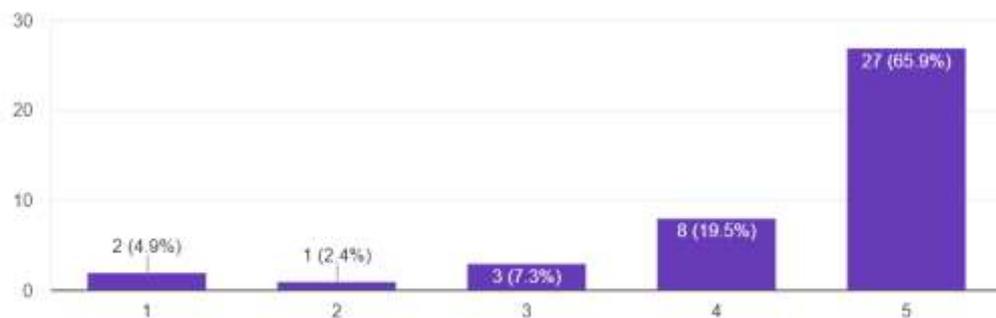
**Hasil Survei *Hospital Bed* (Periode Survei: Juli 2018)**

Skala 1 : Sangat Tidak Penting

Skala 5 : Sangat Penting

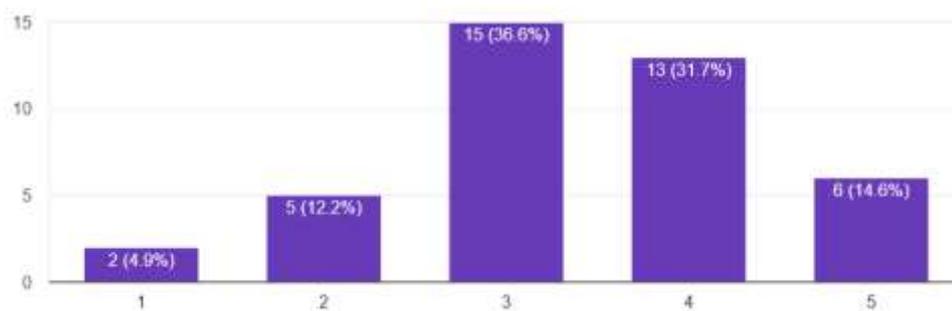
Seberapa penting HARGA menjadi pertimbangan anda dalam memilih hospital bed?

41 responses



Seberapa penting MERK menjadi pertimbangan anda dalam memilih hospital bed?

41 responses



**Datasheet Analisis Hasil Survei SPSS**

Nilai	Jenis Fasilitas Kesehatan
1	Rumah Sakit
2	Selain Rumah Sakit

Nilai	Jenis Karyawan Fasilitas Kesehatan
1	Medis
2	Non Medis

Nilai	Tingkat Preferensi Terhadap Harga
0	Skala 1 - 3
1	Skala 4 - 5

Nilai	Tingkat Preferensi Terhadap Merk
0	Skala 1 - 3
1	Skala 4 - 5

Pertanyaan Survei		Seberapa penting HARGA menjadi pertimbangan anda dalam memilih hospital bed?		Seberapa penting MERK menjadi pertimbangan anda dalam memilih hospital bed?	
Jenis Fasilitas Kesehatan	Jenis Karyawan	Data Hasil Survey	Tingkat Preferensi Terhadap Harga	Data Hasil Survey	Tingkat Preferensi Terhadap Merk
2	1	5	1	3	0
1	2	5	1	5	1
1	2	5	1	5	1
2	2	4	1	4	1
1	2	4	1	4	1
2	2	5	1	3	0
2	2	5	1	4	1
1	2	5	1	3	0
2	1	4	1	2	0
1	2	5	1	4	1
1	2	5	1	5	1
1	2	5	1	2	0
2	2	5	1	3	0
2	2	5	1	2	0
2	1	5	1	4	1
1	2	2	0	2	0
1	1	1	0	1	0
2	2	5	1	5	1
1	1	5	1	2	0
2	1	4	1	4	1
2	1	3	0	4	1
1	1	4	1	3	0
1	1	5	1	4	1
2	1	4	1	3	0
1	2	3	0	3	0
2	2	1	0	1	0
2	2	3	0	4	1
2	2	5	1	3	0
1	2	5	1	3	0
2	1	5	1	4	1
2	2	5	1	5	1
2	2	5	1	4	1
2	2	5	1	4	1
2	2	5	1	3	0
1	2	5	1	3	0
1	1	5	1	3	0
1	2	5	1	3	0
2	2	5	1	3	0
2	2	4	1	3	0
1	2	5	1	5	1
1	1	4	1	4	1