

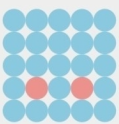
## RINGKASAN EKSEKUTIF

**ABDUL AZIZ**, 2010. Analisis Sikap dan Perilaku Pemilik *Pet* Di Wilayah Bogor Terhadap Jasa Layanan Rumah Sakit Hewan Institut Pertanian Bogor (RSH-IPB). Di bawah bimbingan **KIRBRANDOKO** dan **HARIANTO**.

Pertumbuhan industri jasa layanan perawatan kesehatan *pet* di wilayah Bogor dan sekitarnya dimulai akhir tahun sembilan puluhan. Hal tersebut sangat berhubungan erat dengan perubahan sosial budaya masyarakat yang disebabkan oleh pergerakan pertumbuhan pemukiman di wilayah Bogor yang sangat pesat. Fenomena lain yang ikut mendorong baik langsung maupun tidak langsung adalah penyebaran penyakit yang disebabkan oleh virus melalui hewan kepada manusia. Sehingga dapat mengubah sikap dan perilaku masyarakat akan menjaga kesehatan lingkungannya termasuk menjaga kesehatan hewan kesayangan (*pet*). Seiring dengan perubahan sosial budaya masyarakat Bogor, maka berkembang pula kebutuhan masyarakat akan jasa layanan kesehatan *pet* (*medis*) yang diimbangi dengan perawatan *pet* (*eksotis*). Dari sinilah awal munculnya perkembangan bisnis jasa layanan perawatan kesehatan *pet* seperti bermunculan Praktek-Praktek Dokter Hewan Mandiri, *Pet Shop*, Poliklinik Hewan, yang menyediakan jasa layanan kebutuhan *pet* seperti menyediakan layanan konsultasi perawatan dan kesehatan *pet*, layanan rawat jalan dan tindakan medis, makanan *pet*, salon kecantikan *pet*, mandi obat (kutu dan penyakit kulit), *grooming* (perapihan bulu *pet*), dan lain-lain.

Rumah Sakit Hewan Institut Pertanian Bogor (RSH-IPB) relatif baru dalam industri jasa layanan perawatan kesehatan *pet*. Pertumbuhan jumlah kunjungan pasien dalam 5 (lima) tahun terakhir meskipun mengalami peningkatan, tetapi trend pertumbuhannya cenderung menurun. Dengan rata-rata jumlah kunjungan pasien adalah 3.016 per tahun, dengan tingkat pertumbuhan 17,8%. Tentunya harapan manajemen RSH-IPB adalah terjadi peningkatan pertumbuhan jumlah kunjungan pasien setiap tahun. Menurunnya pertumbuhan jumlah kunjungan tersebut diduga karena faktor sikap pemilik *pet* terhadap jasa layanan RSH-IPB. Apakah atribut-atribut jasa layanan RSH-IPB belum memenuhi harapan pemilik *pet*? Atau faktor karakteristik pemilik *pet* itu sendiri seperti kondisi sosial, budaya maupun personal mereka sehingga mempengaruhi sikapnya terhadap atribut jasa layanan RSH-IPB. RSH-IPB adalah satu-satunya rumah sakit hewan di Bogor, selain menyediakan kebutuhan jasa layanan yang ditawarkan penyedia jasa layanan kesehatan *pet* lain, juga melengkapinya dengan jasa layanan laboratorium, x-ray, rawat inap, penitipan hewan, yang tidak dapat disediakan oleh pesaing. Dengan meningkatnya industri jasa layanan perawatan kesehatan *pet* di Bogor, persaingan dalam industri ini akan semakin ketat. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian sikap dan perilaku pemilik *pet* di wilayah Bogor terhadap jasa layanan RSH-IPB. Dengan diketahuinya sikap dan perilaku pemilik *pet*, maka manajemen RSH-IPB dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien..

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Tujuan dari penelitian ini adalah pertama, menganalisis sikap pemilik *pet*, kemudian melakukan segmentasinya, kedua menganalisis hubungan pengaruh antara sikap pemilik *pet* terhadap jasa layanan RSH-IPB dengan karakteristik dan perilaku pemilik *pet*. Subjek penelitian ini adalah pemilik *pet* (jenis anjing dan atau kucing) di wilayah Bogor sebagai klien RSH-IPB baik laki-laki maupun perempuan yang berusia antara 18 – 60 tahun, dan sekurang-kurangnya pernah melakukan kunjungan perawatan (berdasarkan data rekam medik). Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terhadap pemilik *pet* yang berkunjung melakukan perawatan kesehatan *pet* nya ke RSH-IPB pada pertengahan bulan Pebruari sampai dengan akhir April 2010.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan *non-probability sampling* melalui metode *convenience or accidental sampling*, (Simamora, 2004). Yaitu dilakukan kepada klien laki-laki atau perempuan, usia antara 18-60 tahun, dan berdomisili di wilayah Bogor yang kebetulan melakukan kunjungan pada saat itu. Dengan pertimbangan keterbatasan waktu dan biaya penelitian, juga kesediaan klien sebagai responden, maka ukuran sampel yang diambil berdasarkan dari 160 pemilik *pet* yang melakukan kunjungan pada kurun waktu tersebut, dan diperoleh 70 pemilik *pet* yang bersedia mengisi kuesioner.

Penelitian ini menggunakan tiga alat analisis. Pertama, analisis sikap dengan menghitung skor variabel evaluasi ( $e_i$ ), untuk mengukur sikap pemilik *pet* terhadap jasa layanan RSH-IPB. Kedua, analisis cluster dengan metode *non-hierarchical method* atau *K-Means Cluster*, untuk melakukan segmentasi sikap pemilik *pet*. Analisis Cluster adalah salah satu metode analisis untuk mengelompokkan (segmentasi) konsumen berdasarkan kesamaan sifat dan perilakunya dalam suatu kelas tertentu (Malhorta, 2007). Ketiga, analisis tabulasi silang (*crosstabs*) untuk menjelaskan hubungan pengaruh antara sikap pemilik *pet* terhadap atribut jasa layanan RSH-IPB dengan karakteristik dan perilakunya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga segmen (cluster) sikap pemilik *pet* 62,86% berada pada cluster 3, yaitu segmen pemilik *pet* yang dominan terhadap seluruh variabel atribut jasa layanan RSH-IPB : JENIS LAYANAN, DOKTER, TARIF, PELAYANAN, PERALATAN, FASILITAS, dan LOKASI. Cluster 3 berisi responden yang peduli dengan seluruh atribut jasa layanan RSH-IPB, sehingga cluster tersebut diberi nama SEGMENT PEDULI.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran jasa layanan RSH-IPB. Dengan diketahuinya kelemahan-kelemahan atribut jasa layanan RSH-IPB, maka manajemen RSH-IPB dapat memperbaiki kualitas dari atribut-atribut tersebut, sehingga lebih disukai klien. Demikian sebaliknya, jika manajemen RSH-IPB mendapatkan bahwa jasa layanan RSH-IPB lebih unggul, maka bagaimana harus merumuskan strategi untuk mempertahankannya.

Ketujuh atribut tersebut, lima atribut (jenis layanan, dokter, pelayanan, peralatan, dan fasilitas) menggambarkan internal atribut jasa layanan RSH-IPB. Sedangkan dua atribut lainnya (tarif), dan (lokasi) menunjukkan eksternal atribut. Dari skor yang diperoleh ketujuh atribut tersebut, maka skor kepentingan atribut tarif dan lokasi memperoleh skor nilai terendah. Ini artinya klien lebih menganggap penting untuk mempertimbangkan atribut internal dari jasa layanan RSH-IPB dibandingkan atribut eksternalnya.

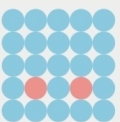
Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap pemilik *pet* terhadap jasa layanan RSH-IPB dengan karakteristik dan perilakunya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

Dari hasil analisis tabel silang menunjukkan bahwa kelima kategori karakteristik dan perilaku pemilik *pet* : tempat tinggal, pendidikan, jenis *pet*, pengambil keputusan dalam keluarga, dan frekuensi kunjungan perawatan *pet*, memiliki pengaruh yang cukup nyata (*significance*) dengan sikapnya terhadap atribut jasa layanan RSH-IPB. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran jasa layanan RSH-IPB. Dengan diketahuinya kelemahan-kelemahan atribut jasa layanan RSH-IPB, maka manajemen RSH-IPB dapat memperbaiki kualitas dari atribut-atrbut tersebut, sehingga lebih disukai klien. Demikian sebaliknya, jika manajemen RSH-IPB mendapatkan bahwa jasa layanan RSH-IPB lebih unggul, maka bagaimana harus merumuskan strategi untuk mempertahankannya.

Kata kunci : *Pemilik Pet, Jasa Layanan, RSH-IPB, Segmentasi, Sikap, Perilaku, K-Means Cluster, Tabulasi Silang*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.