

STRATEGY ANALYSIS AND MARKETING PROGRAMS FOR HEALTH SERVICES FOR INCREASING HOSPITAL PATIENT VISITS AT PUSKESMAS CIMARAGAS, CIAMIS DISTRICT

PENI CAHYATI¹

¹ Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Tasikmalaya

E-mail korespondensi: peni_potekestsm@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the Analysis of Health Services Marketing Strategies and Programs in an Effort to Increase Patient Visits at Cimaragas Health Center, Ciamis Regency. The research method used is descriptive qualitative analysis. Data collection used is interviews using interviews accompanied by observation and literature techniques. Data analysis techniques using SWOT analysis.

The results of the study show that internal factors are the strengths or weaknesses and external factors that become opportunities or threats in the Cimaragas Community Health Center, Ciamis Regency, namely internal factors including organization, human resources, infrastructure, funds, and health financing, while External factors include government, society, health insurance, laws and regulations, regional economic conditions, developments in health technology, developments in information technology, inflation rates and exchange rates as well as competition among first tier health facilities. Based on the SWOT analysis diagram, the Cimaragas Puskesmas, Ciamis District, is located in Quadrant I, namely the aggressive strategy, where the Cimaragas Health Center, Ciamis Regency is in a strategic position: a). Is a very profitable position, b). Has opportunities and strengths so that he can take full advantage of existing opportunities.

Keywords: Health Care Marketing Strategies and Programs, Patient Visits, SWOT

Diterima : 22 Januari 2021

Direview: 27 Januari 2021

Diterbitkan: 31 Januari 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Analisis Strategi dan Program Pemasaran Pelayanan Kesehatan Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Pasien di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan wawancara disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan atau kelemahan dan faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang atau ancaman di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis, yaitu faktor internal meliputi organisasi, sumber daya manusia, sarana prasarana, dana, dan pembiayaan kesehatan, sedangkan faktor eksternal meliputi pemerintah, masyarakat, asuransi kesehatan, undang – undang dan peraturan, kondisi ekonomi daerah, perkembangan teknologi kesehatan, perkembangan teknologi informasi, tingkat inflasi, dan nilai kurs serta persaingan antar fasilitas kesehatan tingkat pertama. Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis berdasarkan diagram analisis SWOT terletak pada Kuadran I yaitu strategi agresif, dimana Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis berada pada posisi strategi : a). Merupakan posisi yang sangat menguntungkan, b). Mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

Kata Kunci : Strategi dan Program Pemasaran Pelayanan Kesehatan, Kunjungan Pasien, SWOT

PENDAHULUAN / INTRODUCING

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1992 tentang Pokok-Pokok Kesehatan menyebutkan bahwa kesehatan rakyat adalah salah satu modal pokok dalam rangka pertumbuhan dan kehidupan bangsa dan mempunyai peranan penting dalam penyelesaian kehatan nasional dan penyusunan masyarakat sosialis Indonesia. Sehingga pemerintah harus mengusahakan bidang kesehatan dengan sebaik-baiknya, yaitu : menyediakan pelayanan kesehatan yang memadai dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat umum.

Sistem Kesehatan Nasional menyebutkan bahwa tujuan pembangunan kesehatan adalah tercapainya kemampuan hidup sehat bagi setiap penduduk agar terwujud derajat kesehatan yang optimal sebagai salah satu unsur kesejahteraan umum. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut dilakukan upaya kesehatan yang menyeluruh, terpadu dan merata yang dapat diterima dan terjangkau oleh seluruh masyarakat dengan peran serta aktif masyarakat (SKN, 2009). Harus diakui bahwa kualitas kesehatan masyarakat Indonesia selama ini sebageian besar tergolong rendah, terutama pada masyarakat miskin. Mereka cenderung kurang memperhatikan kesehatan mereka, hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat pemahaman mereka akan pentingnya kesehatan dalam kehidupan.

Biaya kesehatan yang mahal menjadi kendala bagi masyarakat miskin untuk

mendapatkan pelayanan kesehatan yang memadai. Meningkatnya biaya kesehatan bagi masyarakat yang tinggi walau saat ini ada alaternatif berupa kebijakan pemerintah tentang pembiayaan yang terjangkau melalui BPJS. Ada beberapa faktor yang berhubungan dengan biaya kesehatan yang harus ditanggung oleh masyarakat, seperti yang di kemukakan oleh Sulastomo (2011:42), seperti berikut : 1). Sifat layanan itu sendiri, sifat dari pada suatu layanan kesehatan adalah padat modal, padat teknologi dan padat karya sehingga modal yang harus ditanam semakin besar dan dibebankan pada biaya perawatan, dan 2). Bagaimana negara memandang masalah pelayanan kesehatan sebagai kebutuhan warga negaranya dan bagaimana negara menyelenggarakan dan memenuhi pelayanan kesehatan yang diperlukan.

Berdasarkan pendapat di atas usaha industri jasa kesehatan mempunyai prospek yang bagus, karena pelayanan kesehatan tidak terpaku hanya pada pengobatan penyakit tetapi juga memberikan pelayanan untuk usaha pencegahan dan meningkatkan kesehatan. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh pemberi jasa pelayanan kesehatan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat sebagai pemakai jasa kesehatan.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (PERMenkes) Nomor 75 Tahun 2014 Tentang Pusat Kesehatan Masyarakat menyatakan bahwa Pusat Kesehatan

Masyarakat (Puskesmas) sebagai salah satu jenis fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama memiliki peranan penting dalam sistem kesehatan nasional, khususnya subsistem upaya kesehatan, selanjutnya Pusat Kesehatan Masyarakat yang selanjutnya disebut Puskesmas adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dan upaya kesehatan perseorangan tingkat pertama, dengan lebih mengutamakan upaya promotif dan preventif, untuk mencapai derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya di wilayah kerjanya. Dalam Sistem Kesehatan Nasional Tahun 2012, Puskesmas adalah sebagai fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama dengan mempunyai 3 fungsi, yakni sebagai berikut : pusat penggerak pembangunan berwawasan kesehatan, pusat pelayanan kesehatan tingkat pertama dan pusat pemberdayaan Masyarakat dan Keluarga.

Sumber dana yang digunakan di puskesmas terdiri dari dana APBN, dana APBD dan dana dari kapitasi pasien peserta BPJS. Setelah puskesmas menjadi badan layanan umum daerah maka sumber dana dari APBN dan APBD akan dikurangi dan puskesmas harus bisa mencari sumber dana sendiri salah satunya dengan memperbanyak jumlah pasien dengan kartu BPJS yang terdaftar di masing-masing puskesmas. Untuk bisa bersaing diperlukan strategi tertentu dalam memasarkan layanan kesehatan yang

dimiliki Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis.

Peraturan Menteri Kesehatan no 28 tahun 2014 Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) mengatur puskesmas sebagai Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama yang bertugas memberikan pelayanan tingkat dasar kepada pasien peserta JKN atau sering disebut peserta BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) bidang kesehatan. Pada era penggunaan asuransi kesehatan dengan menggunakan kartu BPJS Kesehatan (saat ini disebut Kartu Indonesia Sehat/KIS) maka semakin banyak pasien pengguna asuransi KIS yang terdaftar di puskesmas maka pendapatan puskesmas akan semakin besar. Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis juga mempunyai kewajiban untuk melayani pasien peserta asuransi kesehatan dengan kartu KIS. Pasien yang menggunakan Kartu Indonesia Sehat (KIS) mengalami penurunan dalam 2 tahun terakhir. Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis tidak hanya tergantung kepada dana kapitasi yang diperoleh dari BPJS, namun dapat meningkatkan pendapatan dari sumber lain yang dapat dikembangkan berdasarkan potensi yang ada sehingga jumlah pasien dapat meningkat dan juga target marketnya dapat diperluas tidak hanya masyarakat menengah ke bawah tetapi menjangkau masyarakat menengah ke atas.

Fokus penelitian adalah untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal Puskesmas Cimaragas

Kabupaten Ciamis sehingga didapat posisi strategisnya untuk dapat mengembangkan layanan kesehatan, dengan hasil yang ingin dicapai adalah diciptakannya program pemasaran berdasarkan strategi pemasaran.

METODE PENELITIAN / METHOD

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel penelitian, yaitu faktor-faktor internal bisnis yang terdiri dari manajemen pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasi/produksi serta penelitian dan pengembangan, juga faktor-faktor eksternal bisnis, yaitu faktor ekonomi, kebijakan pemerintah, geografi, teknologi, ekologi, pesaing, pemasok dan konsumen/pembeli.

Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif, maka metode penelitian yang digunakan adalah descriptive survey, yaitu suatu metode yang hanya melihat gambaran umum dari variabel atau hubungan antar variabel saja. Informasi diperoleh berdasarkan pengumpulan data dari perusahaan yang dikumpulkan langsung dari tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui kondisi fakta-fakta empirik terhadap objek yang sedang diteliti. Selain itu, digunakan pula pendekatan descriptive analysis, yaitu menginterpretasikan data yang diperoleh dengan fakta yang tampak pada waktu

diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang objek penelitian. Tipe investigasi bersifat deskriptif dan tidak melakukan pengujian hubungan sebab akibat antara variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN / RESULTS AND DISCUSSION

Proses analisis SWOT dimulai dengan terlebih dahulu menentukan faktor internal (Strengths & Weaknesses) dan eksternal (Opportunities & Threats) yang berpengaruh terhadap analisis program pemasaran pelayanan kesehatan di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis. Faktor internal diidentifikasi terlebih dahulu mengingat program pemasaran pelayanan kesehatan di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis merupakan aspek internal dan strategi yang dapat dilakukan pun merupakan pilihan kebijakan internal. Faktor kekuatan perlu diidentifikasi lebih dulu untuk mengetahui aspek-aspek yang menjadi kekuatan Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dalam mendukung program pemasaran pelayanan kesehatan. Faktor kelemahan adalah aspek selanjutnya yang perlu dianalisis. Faktor kelemahan ini adalah hal-hal yang dapat menghambat Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dalam melaksanakan program pemasaran pelayanan kesehatan dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien.

Setelah mengidentifikasi faktor internal, selanjutnya dilakukan identifikasi faktor eksternal yang dapat menjadi peluang

maupun ancaman Puskesmas dalam melaksanakan program pemasaran pelayanan kesehatan. Faktor peluang adalah faktor eksternal yang dapat mendukung program pemasaran pelayanan kesehatan. Jika salah dalam menyikapi maka peluang tidak akan berarti apa-apa. Faktor selanjutnya adalah ancaman. Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat berpengaruh negatif atau menghambat program pemasaran pelayanan kesehatan dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien

Tabel 1. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

No	Faktor Internal	Bobot	Rang king	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Memiliki tenaga kesehatan sesuai dengan standar & mayoritas status PNS	0.091	4	0.364
2	Pendanaan Puskesmas meningkat	0.084	3	0.252
3	Tingkat penyerapan anggaran baik	0.104	4	0.416
4	Motivasi kerja cukup baik	0.103	3	0.309
5	Adanya upaya pemasaran sederhana	0.113	3	0.339
6	Adanya visi dan misi	0.084	3	0.252
Jumlah		0.579		1.932
Kelemahan (Weakness)				
1	Jumlah keseluruhan karyawan kurang	0.108	4	0.432
2	SDM yang tidak sesuai dengan <i>job description</i> , serta penempatannya	0.109	3	0.327
3	Besaran tarif tidak sesuai dengan unit <i>cost</i> , dan <i>billing system</i> belum optimal	0.104	3	0.312
4	Sarana/prasarana yaitu lahan kurang luas	0.100	2	0.200
Jumlah		0.421		1.271
Total		1.00		3.203

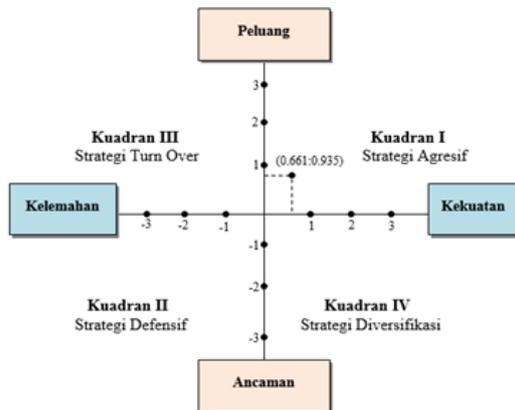
Tabel 2. Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rang king	Skor
Peluang (Opportunity)				
1	Adanya peluang melengkapi pelayanan contohnya laboratorium	0.102	4	0.408
2	Adanya peluang untuk pengembangan produk layanan	0.095	3	0.285
3	Kerja sama dengan pihak III dengan perubahan status sebagai pelaksana PPK- BLU	0.187	4	0.748
4	Perubahan pola keuangan lebih mandiri dan pengembangan USB (Unit Strategi Bisnis)	0.107	3	0.321
5	Jumlah penduduk	0.095	3	0.285
Jumlah		0.586		2.047
Ancaman (Threat)				
1	Adanya klinik swasta sebagai pesaing Puskesmas	0.101	2	0.202
2	Puskesmas tidak bisa menaikkan tarif	0.090	3	0.27
3	Regulasi pemerintah	0.029	2	0.058
4	Kesadaran masyarakat terhadap pembiayaan jaminan pemeliharaan kesehatan belum baik	0.099	3	0.297
5	Pembiayaan jaminan kesehatan (BPJS) banyak yang tidak tepat sasaran	0.095	3	0.285
Jumlah		0.414		1.112
Total		1.00		3.159

Skor dari masing-masing faktor SWOT akan memberikan gambaran posisi Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis. Posisi Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dilihat dari selisih faktor internal (Strengths – Weaknesses) dan faktor eksternal (Opportunities – Threats).

Selisih faktor internal adalah sebesar 0.661 (1.932 – 1.271) sedangkan selisih faktor eksternal sebesar 0.935 (2.047 – 1.112), maka posisi grand strategi terletak pada peluang lebih besar dari ancaman, sementara kekuatan lebih besar dari

kelemahan pada posisi (0.361 -1.015), sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram Analisis Swot Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis

Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis berdasarkan diagram analisis SWOT terletak pada Kuadran I yaitu strategi agresif, dimana Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis berada pada posisi strategi :

1. Merupakan posisi yang sangat menguntungkan
2. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.
3. Seyogyanya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Berdasarkan posisi strategis Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis yang terdapat di kuadran I, dapat dipilih beberapa alternatif strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Alternatif strategi yang mungkin dapat dilakukan di Puskesmas Cimaragas

Kabupaten Ciamis berdasarkan matrix adalah market development, yaitu memasarkan produk yang ada kepada pasar yang baru (existing products sold to new market) serta product development yaitu mengembangkan produk baru di pasar lama (new product developed for existing markets).

Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy). Strategi ini meliputi:

1. Strategi bidang pemasaran; menerapkan sistem dan prosedur secara professional. Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis harus mampu membuat dan memperbaiki pelayanan sesuai dengan standar prosedur (SPO) yang berlaku. Hal ini penting dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama patient safety guna membina loyalitas pasien yang berkunjung di Puskesmas. Memperkuat jaringan kerjasama yang telah terbangun dengan BPJS Kesehatan, lembaga sosial, lembaga kemasyarakatan, sekolah atau lembaga lain yang berkaitan dengan penyelenggaraan layanan kesehatan.
2. Strategi bidang sumber daya manusia; meningkatkan program pendidikan atau pelatihan terhadap sumber daya manusia (SDM) Puskesmas Cimaragas

Kabupaten Ciamis tetap berusaha mengembangkan sumber daya manusia yang dimiliki melalui program pendidikan atau pelatihan sehingga mampu menggali kemampuan dan keterampilan yang dimiliki, yang akhirnya dapat meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada pasien.

3. Strategi bisnis; memperluas pangsa pasar Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dapat memperluas pangsa pasar yang telah ada saat ini. Hal ini tentunya juga harus melalui proses perencanaan yang matang agar pasar yang akan dimasuki tidak salah sasaran. Selain itu perluasan pangsa pasar yang dilakukan juga harus melihat kemampuan yang dimiliki oleh Puskesmas.

Strategi keuangan; tarif untuk pasien umum didasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2010 tentang retribusi pelayanan kesehatan. Untuk perhitungan proyeksi pendapatan jumlah pelayanan kuratif atau pelayanan yang ada tarifnya digunakan tarif rata – rata. Tarif untuk pasien jaminan, berdasarkan besaran kapitasi dari BPJS sesuai kesepakatan dengan BPJS.

Berikut adalah strategi kunci dan faktor penentu keberhasilan yang dapat diterapkan yang terdapat dalam Rancangan Strategi Bisnis Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis:

1. Komitmen untuk menumbuhkan dan membudayakan prinsip – prinsip dalam

pemberian pelayanan yang fokus pada pelanggan.

2. Peningkatan profesionalisme dan perilaku kerja SDM
3. Pengembangan sarana prasarana yang menunjang kualitas pelayanan kesehatan.
4. Pengembangan jenis dan cakupan pelayanan.
5. Peningkatan pemasaran pelayanan Puskesmas.
6. Pelayanan kesehatan yang bermutu dan unggul.
7. Komitmen tinggi, itikad moral, disiplin tinggi dalam mewujudkan kepuasan pasien.
8. Pengembangan standar operasional pelayanan.
9. Pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisien.
10. Standar pembagian jasa pelayanan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai.
11. Pengembangan kerja sama operasional (KSO) dengan pihak ketiga.

KESIMPULAN DAN SARAN / CONCLUSION

Kesimpulan

Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis berdasarkan diagram analisis SWOT terletak pada Kuadran I yaitu strategi agresif, dimana Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis berada pada posisi strategi yaitu merupakan posisi yang sangat menguntungkan dan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara

maksimal. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan atau kelemahan dan faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang atau ancaman di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis, yaitu faktor internal meliputi organisasi, sumber daya manusia, sarana prasarana, dana, dan pembiayaan kesehatan, sedangkan faktor eksternal meliputi pemerintah, masyarakat, asuransi kesehatan, undang –undang dan peraturan, kondisi ekonomi daerah, perkembangan teknologi kesehatan, perkembangan teknologi informasi, tingkat inflasi, dan nilai kurs serta persaingan antar fasilitas kesehatan tingkat pertama. Strategi dan program pemasaran yang dapat dilaksanakan oleh UPT Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis meliputi pembagian tarif bagi pasien umum dan pasien jaminan, meningkatkan program promosi unggulan layanan yaitu klinik santun lansia, memperbaiki pelayanan sesuai SOP yang berlaku, meningkatkan program pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia. Strategi bisnisnya dapat memperluas pangsa pasar yang telah ada saat ini dengan menjangkau wilayah kerja yang paling jauh untuk dilayani sebaik mungkin.

Saran

Membentuk tim pemasaran puskesmas yang bertugas untuk membantu Kepala Puskesmas menjalankan strategi pemasaran pelayanan kesehatan di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dengan menggunakan tenaga yang ada di puskesmas.

DAFTAR PUSTAKA / REFERENCE

- Buchari Alma, 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Alfabeta : Bandung.
- Cravens, David W., 2010, Strategic Marketing, Sixth Edition, Irwin McGraw-Hill, Boston.
- _____, Charles W. Lamb, Jr. dan Victoria L. Crittenden, 2011, Strategic Marketing Management: Cases, McGraw-Hill Companies, Inc., Boston.
- _____, dan Nigel F. Piercy, 2003, Strategic Marketing, Seventh Edition, McGraw-Hill Irwin, Boston.
- Czinkota, Michael R. dan Masaaki Kotabe, 2011, Marketing Management, Second Edition, South-Western College Publishing, USA.
- David, F. R. 2012. Manajemen Strategis (Edisi Bahasa Indonesia) PT. Prenhallindo.
- Fitri Lukiastusi Kurniawan, Muliawan Hamdani, 2008. Manajemen Strategik Dalam Organisasi, Media Pressindo, Yogyakarta
- Irawan Prasetya. 2011. Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial. Jakarta : DIA FISIP UI.
- Hitt, Michael A., R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson, 1997, Manajemen Strategis: Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi, Alih Bahasa oleh Armand Adiyanto, Erlangga, Jakarta.
- Hill, Charles W.L. dan Gareth R. Jones, 2007, Strategic Management Theory:

- An Integrated Approach, Houghton Mifflin Company, Boston New York
- Hollensen, Svend, 2013, Marketing Management: A Relationship Approach, Prentice Hall, Harlow.
- Keegan, Warren. 2013. Manajemen Pemasaran Global. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Knight, Gary, 2010, Entrepreneurship and Marketing Strategy : the SEM Under Globalization, Journal of International Marketing, Vol.8, No.2.
- Kotler, Phillip, & Kevin Lane Keller, 2016, Marketing Management, 15th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, 2012, Marketing Management, 14th Edition, Pearson Education Limited, England.
- _____, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas, Jilid I dan II, Alih Bahasa Bob Sabran, Indeks, Jakarta
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2003, Principle of Marketing , 9th edition, Printice Hall International, Inc. New Jersey.
- Mangkunegara, AP. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Laporan Tahunan Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis , Tahun 2016
- Lovelock, Christopher, Lauren Wright, 2010. Principles of Service Marketing and Management, USA : Prentice-Hall International Edition.
- Manullang, M. 2011. Manajemen Personalia. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- McCharty, E. Jerome & William D. Perreault, Jr. 2000, Essential of Marketing, 10th edition, McGraw-Hill, Inc, New York.
- Porter, M.E. 2008, Keunggulan Bersaing, cetakan kedua, terjemahan, Dharma, A.,
- Rangkuti, F. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi, Konsep, Strategi untuk Menghadapi Abad 21. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rencana Strategis Bisnis (RSB) Badan Layanan Umum Daerah pada Unit Pelaksana Teknis Pusat Kesehatan Masyarakat Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis , 2016.
- Payne, Adrian, 2012. The Essence of Service Marketing, Prentice Hall, UK, alih bahasa Fandy Tjiptono, 2000, Yogyakarta Andi Offset.
- Shadikin. 2014. Implementasi Standar Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat. eJournal Administrasi Negara, 2014, 2 (1): 40-52 ISSN 0000-0000, ejournal.an.fisip-unmul.org
- Schoell, W.F dan J.P. Guiltinan. 2008. Marketing:Contemporary Cocepts and Practies. Fourth Edition. Prentice Hall.
- Stanton, William J, 2002. Prinsip Pemasaran, Edisi 7, Alih Bahasa : Y. Lamarto dan Sadu Sundaya, Erlangga, Jakarta.

- Stoner, James.A.F. 2011. Management, Prentice Hall International, Inc Englewood Cliffs, New York.
- Sugiyono, 2003 Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kesepuluh, Bandung.
- Tjiptono, Fandi, Gregorius Chandra & Dedi Adriana, 2012, Pemasaran Stratejik, ANDI, Jogjakarta.
- Umar, H. 2003. Strategic Manajemen in Action. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wheelen, Thomas L. dan David J. Hunger, 2003, Strategic Management: Business Policy, Prentice Hall international, Inc., USA
- Zeithaml, Bitner and Gremler. 2012. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the firm. Fifth edition. New York. Mc. Graw Hill international Edition.
- Zeithaml Valerie A, M.J. Bitner, 2009. Service Marketing. First edition, USA : Mc Graw-Hill Co. Inc.