

ABSTRAK

Pasar teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan tiap tahunnya seiring dengan transformasi digital yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan. Implementasi transformasi digital juga terjadi pada sektor kesehatan di Indonesia. Fasilitas TIK memungkinkan peningkatan kemudahan akses pelayanan kepada pasien, meningkatkan kualitas dan meningkatkan efisiensi biaya operasional. Situasi tersebut yang dimanfaatkan oleh perusahaan penyedia jasa layanan TIK untuk meningkatkan pertumbuhan jumlah pelanggan dan pendapatannya di pasar bisnis. Perusahaan penyedia layanan TIK bersaing menawarkan berbagai stimulus pemasaran untuk meningkatkan basis pelanggan dan pendapatannya. Pada sisi lain institusi rumah sakit sebagai konsumen di sektor bisnis mempunyai karakteristik yang dapat diidentifikasi dan bersifat unik yang harus dipahami oleh pemasar jika ingin mengembangkan basis pelanggan dan pendapatannya. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu mengetahui faktor apa saja yang menentukan dan menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian layanan TIK pada institusi rumah sakit.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Wawancara mendalam dilakukan kepada empat informan dari Rumah Sakit XYZ. Data penelitian dianalisis dengan model interaktif yang terdiri dari siklus aktivitas: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya peneliti melakukan pengujian validitas data penelitian dengan menggunakan uji triangulasi.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam pembelian layanan TIK pada institusi rumah sakit adalah harga layanan, kualitas layanan, reputasi dan citra perusahaan penyedia, jaminan layanan, dan dukungan layanan purna jual.

Kata kunci: Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), keputusan pembelian, sektor kesehatan

ABSTRACT

The information and communication technology (ICT) market in Indonesia continues to experience growth every year in line with the digital transformation implemented by companies. The implementation of digital transformation also occurs in the health sector in Indonesia. ICT facilities allow increased ease of access to services for patients, improve quality and increase operational cost efficiency. This situation is used by ICT service providers to increase the growth in the number of customers and their revenue in the business market. ICT service providers offer a variety of marketing stimuli to increase their customer base and revenue. On the other hand, hospital institutions as consumers in the business sector have identifiable and unique characteristics that marketers must understand if they want to develop their customer base and revenue. Therefore, researchers feel the need to know what factors determine and become a consideration in purchasing decisions for ICT services at hospital institutions.

This study uses a qualitative method. In-depth interviews were conducted with four informants from XYZ Hospital. The research data were analyzed using an interactive model consisting of an activity cycle: data condensation, data presentation, and conclusion drawing. Furthermore, the researcher tested the validity of the research data using the triangulation test.

From the research conducted, the researchers found that the factors that influence decisions in purchasing ICT services at hospital institutions are service prices, service quality, reputation and image of the provider company, service assurance, and after sales service support.

Keywords: Information and Communication Technology (ICT), purchasing decisions, health sector