

# PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN UNIT TRANSFUSI DARAH PMI KOTA MAKASSAR

Sukmawati<sup>1</sup>, Syamsu Rizal<sup>2</sup>, A. Nur Insan<sup>3</sup>

Universitas Fajar<sup>1,2,3</sup>

Email: [Sukma.dinkes2@gmail.com](mailto:Sukma.dinkes2@gmail.com)

## Abstract

The aim of this research is to determine the influence of communication strategies and product quality on consumer confidence in PMI Makassar City blood transfusion units. The research method uses a quantitative approach. The results of the research show that Communication Strategy and Product Quality have a simultaneous and significant effect on Consumer Confidence, Excellence and quality of UTD PMI Makassar City blood component products, in addition to the consistency aspect in the implementation of blood service standards in accordance with the Regulation of the Minister of Health of the Republic of Indonesia Number 91 of 2015 concerning Standards Blood Transfusion Services and implementation of a standard system for quality and safety of blood components, at each stage of activity refers to Regulation of the Head of BPOM Number: 10 of 2017 concerning the implementation of Good Medicine Manufacturing Methods (CPOB) at UTD and Plasmapheresis Centers

**Keywords: Communication Strategy, Public Communication, Donor Conservation**

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi dan kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen unit transfuse darah PMI Kota Makassar. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, Keunggulan dan kualitas produk komponen darah UTD PMI Kota Makassar, selain pada aspek konsistensi pada penerapan standar pelayanan darah sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 91 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah dan implementasi sistem standar mutu dan keamanan komponen darah, di setiap tahapan kegiatan mengacu pada Peraturan Kepala BPOM Nomor: 10 Tahun 2017 tentang penerapan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) di UTD dan Pusat Plasmapheresis

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Publik, Konservasi Donor**

## PENDAHULUAN

Di Indonesia terdapat 460 unit transfusi darah yang tersebar pada 38 provinsi yakni: 225 Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia; 220 Unit Transfusi Darah Rumah Sakit; 9 Unit Transfusi Darah Rumah Sakit Vertikal; 4 Unit Transfusi Darah Dinas Kesehatan Provinsi; dan 2 Unit Transfusi Darah Rumah Sakit TNI/POLRI. Hal ini diungkapkan Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan Kemenkes RI, Prof. Abdul Kadir, pada Webinar Peringatan Hari Donor Darah Sedunia 14 Juni 2021, dan terdapat 93 Kabupaten/kota yang belum memiliki Unit Transfusi Darah.

Secara Kelembagaan telah merumuskan visi dan misi sebagai kerangka dan rujukan dalam pelaksanaan tugas dan fungsi UTD PMI Kota Makassar. UTD PMI Kota Makassar dalam proses perkembangan, selain sebagai koordinator sub regional 5 yang membina 30 UTD PMI di Wilayah Timur Indonesia, juga satu-satunya UTD PMI dengan klasifikasi Tipe Utama dan telah tersertifikasi CPOB-BPOM RI (Peraturan Kepala BPOM No. 10 Tahun 2017 tentang penerapan CPOB di UTD dan Pusat Plasmapheresis). Pelayanan transfusi darah adalah upaya pelayanan kesehatan yang meliputi perencanaan, pengerahan dan pelestarian pendonor darah, penyediaan

darah, pendistribusian darah dan tindakan medis pemberian darah kepada pasien untuk tujuan menyembuhkan penyakit dan pemulihan kesehatan.(Permenkes Nomor 91 tahun 2015).Unit transfusi darah sebagai fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan donor darah, penyediaan darah dan pendistribusian darah dalam pengelolaannya mengacu pada Permenkes No.91 tahun 2015 sebagai Standar Pelayanan Tranfusi Darah untuk menjamin darah yang aman ,berkualitas dan dalam jumlah yang cukup.UTD PMI Kota Makassar,

Tahun 2021 jumlah produksi Komponen darah yang dihasilkan adalah 80.259 dari seluruh golongan darah, bila dibandingkan Tahun 2022 naik menjadi 91933 komponen. Apabila dibanding dengan kondisi normal sebelum Pandemi Covid-19 jumlah komponen yang diproduksi pada tahun 2019 sebanyak 111.848.Khusus point (7) Komponen TC Apheresis sebanyak 213 jumlah pengambilan melalui metode Apheresis 213 kantong, sedangkan Tahun 2021 sebanyak 136 (117 termasuk PKC) kantong.Peningkatan pengambilan TC Apheresis pada tahun 2022, salah satu faktornya adalah tingginya permintaan untuk kebutuhan tindakan operasi besar atau interna dan tindakan lainnya yang membutuh jumlah kantong darah reguler, sehingga alternatifnya adalah Apheresis. Demikian pula halnya permintaan darah setiap bulannya dapat dilihat sebagai berikut :

**Jumlah Permintaan Darah Menurut Bulan di UTD PMI Kota Makassar Tahun2022**

BULAN	KATEGORI				
	Bedah	Obgin	Interna	Anak	Lain - lain
1	2	3	4	5	6
01 JANUARI	329	686	2143	495	273
02 PEBRUARI	260	505	1777	394	278
03 MARET	269	434	1885	377	275
04 APRIL	454	595	1946	447	299
05 ME I	476	648	2278	449	276
06 J U N I	381	447	1813	411	176
07 J U L I	308	820	2437	511	260
08 AGUSTUS	379	408	2101	426	238
09 SEPTEMBER	371	487	2131	392	218
10 OKTOBER	298	401	1932	331	294
11 NOPEMBER	436	636	2338	471	251
12 DESEMBER	318	683	2377	417	231
<b>JUMLAH/Total 2022</b>	<b>4279</b>	<b>6750</b>	<b>25158</b>	<b>5121</b>	<b>3069</b>
<b>2021</b>	<b>5.951</b>	<b>5.376</b>	<b>21.345</b>	<b>4.662</b>	<b>2.647</b>

**Tabel2 : Jumlah Permintaan Darah Menurut Bulan di UTD PMI Kota Makassar Tahun2022**

Data tentang Konsumen atau pengguna komponen produk darah sebagaimana dalam rekapitulasi laporan tahunan UTD PMI Kota Makassar Tahun 2022 sebagai berikut

**Tabel 3 Rekanan Distribusi Darah Tahun 2022**

BULAN	RUMAH SAKIT	BDRS	UTD/BDRS LUAR WILAYAH SULSEL	PENELITIA N	Jumlah
JAN	3926	740	7	4	4677
FEB	3214	642	85		3941
MAR	3240	821	87		4148
APR	3741	537	1		4279
MAY	4127	625	115		4867
JUN	3228	687	2		3917
JUL	4336	650	0		4986
AUG	3552	665	2	10	4229
SEP	3599	641	7		4247
OCT	3256	828	1		4085
NOV	4132	883			5015
DEC	4026	698			4724
<b>TOTAL</b>	<b>44377</b>	<b>8417</b>	<b>307</b>	<b>14</b>	<b>53115</b>

Distribusi darah pada tahun 2022 sebanyak 44377 ( 83,5 % ) adalah pelayanan langsung ( distribusi terbuka ) dimana keluarga pasien yang membawa sample dan pengantar permintaan kebutuhan darah dari Rumah Sakit ke Unit Tranfusi darah PMI Kota Makassar Hal ini tidak sesuai dengan pasal 33 Permenkes No.83 tahun 2014 yang menyatakan bahwa pendistribusian darah merupakan kegiatan penyampaian darah dari UTD ke rumah sakit melalui Bank Darah Rumah Sakit (BDRS) dengan sistem distribusi tertutup dan sistem rantai dingin. Sistem distribusi tertutup merupakan sistem pendistribusian darah yang harus dilakukan oleh petugas UTD dan petugas rumah sakit tanpa melibatkan keluarga pasien. Sedangkan pada tahun 2022 permintaan BDRS menunjukkan adanya peningkatan volume yaitu tahun 2021 sebanyak 6.212, mulai meningkat menjadi 8.417 kantong (16,5 %).

Sebagai layanan kesehatan, UTD PMI Makassar, memiliki peran penting dalam melayani masyarakat dan memastikan ketersediaan darah yang aman untuk transfusi. Kepercayaan konsumen dalam hal ini memiliki dampak besar pada efektivitas dan berkelanjutan operasional UTD PMI Kota Makassar. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen menjadi sangat relevan. Dalam hal ini, strategi komunikasi dan kualitas produk adalah dua aspek kunci yang mungkin memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen.

Salah satu tantangan yang dihadapi UTD PMI Kota Makassar sebagai penyedia darah, selain pandemi adalah terbaginya tempat keluarga pasien untuk membawa dan mencari kantong darah kebutuhan pasien, sehingga untuk memenuhi permintaan dan pelayanan darah membutuhkan upaya-upaya maksimal untuk meningkatkan pelayanan dan penyediaan darah yang aman dan berkualitas. Atas dasar uraian dan kondisi yang telah dipaparkan di atas, kami tertarik melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Strategi Komunikasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan

## METODE PENELITIAN

Metode Penelitian menggunakan Pendekatan: Kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan survei. Desain Penelitian: Studi potong lintang (*cross-sectional*). Populasi Penelitian: adalah rumah sakit yang mekanisme pelayanan darahnya melalui Bank Darah Rumah Sakit (BDRS). Teknik Pengambilan Sampel: Teknik pengambilan sampel semua Rumah Sakit pelayanan BDRS. Instrumen Penelitian menggunakan Kuesioner: Kuesioner akan menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan data. Kuesioner akan terdiri dari tiga bagian: bagian pertama tentang strategi komunikasi, bagian kedua tentang kualitas produk, dan bagian ketiga tentang tingkat kepercayaan konsumen.

Bagian pertama dan kedua akan menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5 untuk menilai masing-masing

dimensi strategi komunikasi dan kualitas produk, sedangkan bagian ketiga akan menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5 untuk menilai tingkat kepercayaan konsumen.

#### Proses Penelitian

**Pengumpulan Data:** Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen UTD PMI di Kota Makassar. Pengumpulan data akan dilakukan dalam periode tertentu sesuai jadwal yang ditentukan, dengan jumlah sampel 5 responden per BDRS dari 12 BDRS yang secara keseluruhan sebanyak 60 responden. **Analisis Data:** Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Analisis regresi linear akan digunakan untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan produk dengan tingkat kepercayaan konsumen. **Interpretasi Hasil:**

NO.	NAMA RUMAH SAKIT/BERSALIN/KHUSUS/KLINIK
1	RS. PRIMAYA
2	RS. IBNU SINA YW-UMI
3	RS. UNIVERSITAS HASANUDDIN
4	RS. BHAYANGKARA TK. II MAKASSAR
5	RS. SILOAM HOSPITALS
6	RSU. WISATA UIT MAKASSAR
7	<b>RSB. ST. KHADIJAH I MAKASSAR</b>
8	RSUP. Dr. TADJUDDIN CHALID
9	RS PERTAMINA MAKASSAR
10	RS. HERMINA MAKASSAR
11	<b>RS PELAMONIA</b>
12	RSUD. SYEKH YUSUF KAB. GOWA

Hasil analisis data akan diinterpretasikan untuk menguji validitas dan signifikansi hipotesis penelitian. Temuan penelitian akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan kesimpulan.

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Makassar,

sebuah kota besar di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Makassar memiliki beragam institusi dan organisasi, termasuk Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia (UTD PMI), yang menjadi lokasi penelitian. Waktu penelitian akan ditentukan berdasarkan jadwal dan ketersediaan sumber daya, serta kesepakatan antara peneliti dan pihak terkait UTD PMI. Waktu pelaksanaan penelitian dapat mencakup beberapa bulan untuk mengumpulkan data dari responden dan melaksanakan proses analisis data yang memadai.

#### Populasi dan Teknik Sampel

**Populasi Penelitian:** Populasi penelitian ini adalah populasi yang spesifik/terbatas yaitu kelompok konsumen UTD PMI Kota Makassar yang telah menggunakan layanan darah dan melakukan permintaan darah dengan sistem tertutup. Populasi yang akan menjadi responden adalah Kepala dan personil BDRS yang terpilih, keseluruhan sebanyak 60 responden. **Teknik Sampel:** penelitian ini menggunakan teknik sampel untuk memilih sebagian populasi secara acak. Teknik sampel yang umum digunakan dalam penelitian ini adalah "simple random sampling" atau pengambilan sampel acak sederhana. Dalam simple random sampling, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Berikut adalah langkah-langkah untuk menerapkan teknik simple random sampling: **Daftar Konsumen :** Peneliti menyusun daftar lengkap konsumen UTD PMI di Kota Makassar yang memenuhi kriteria inklusi dalam penelitian. **Daftar BDRS responden** adalah sebagai berikut :

Setelah sampel terpilih, peneliti akan mengumpulkan data dari responden yang merupakan anggota sampel. Data dapat dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, atau metode pengumpulan data lainnya yang relevan. Dengan menggunakan teknik simple random sampling, diharapkan sampel yang diambil akan mewakili karakteristik dan distribusi dari keseluruhan

populasi konsumen UTD PMI di Kota Makassar. Hal ini memungkinkan hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik untuk mendapatkan wawasan tentang kualitas pelayanan, produk, dan tingkat kepercayaan konsumen secara keseluruhan.

Instrumen pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dan terstruktur. Kuesioner akan mencakup pernyataan yang terkait dengan variabel-variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap UTD PMI di Kota Makassar.

Bagian 1: Strategi Komunikasi Bagian ini akan berisi pernyataan yang mengukur efektifitas strategi komunikasi yang diberikan oleh UTD PMI. diukur melalui Komunikator, pesan, saluran dan pengaruhnya. Bagian 2: Kualitas Produk Bagian ini akan mencakup pernyataan yang menggali penilaian konsumen terhadap kualitas produk darah yang disediakan oleh UTD PMI. Pertanyaan ini mencakup aspek-aspek seperti kualitas darah, kebersihan, keamanan, dan kualitas pengujian produk darah. Bagian 3: Tingkat Kepercayaan Konsumen Bagian ini akan berisi pernyataan yang menilai tingkat kepercayaan konsumen terhadap UTD PMI sebagai penyedia produk darah. Pertanyaan-pertanyaan ini mencakup tingkat kepercayaan konsumen terhadap profesionalisme, integritas, dan kemampuan UTD PMI dalam menyediakan produk darah berkualitas dan pelayanan yang baik.

Analisis data dalam penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepercayaan Konsumen di UTD PMI Kota Makassar" akan dilakukan menggunakan teknik statistik, terutama analisis regresi linear. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dengan variabel dependen (tingkat

kepercayaan konsumen). Berikut adalah langkah-langkah analisis data yang dapat dilakukan:

Pengolahan Data, Data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden akan diolah dan dimasukkan ke dalam perangkat lunak statistik seperti SPSS. Data dari setiap pertanyaan akan diperiksa dan diperbaiki jika ada nilai yang tidak valid atau missing data. Deskripsi Data, Dilakukan analisis statistik deskriptif untuk meringkas dan memahami karakteristik data yang dikumpulkan, seperti mean, median, standar deviasi, dan distribusi dari setiap variabel. Uji Asumsi, Sebelum melakukan analisis regresi, akan dilakukan uji asumsi untuk memastikan data memenuhi syarat untuk digunakan dalam regresi linear. Beberapa asumsi yang akan diuji meliputi normalitas data, linearitas, multikolinieritas, dan homoskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda, Setelah uji asumsi, dilakukan analisis regresi linear untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) akan dimasukkan sebagai prediktor dalam model regresi, sedangkan variabel dependen (tingkat kepercayaan konsumen) menjadi variabel yang diprediksi. Koefisien regresi akan diestimasi untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Interpretasi Hasil analisis regresi akan diinterpretasikan untuk melihat apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Jika koefisien regresi positif dan signifikan, berarti peningkatan kualitas pelayanan dan produk akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen. Jika koefisien regresi negatif dan signifikan, berarti peningkatan kualitas pelayanan dan produk akan menurunkan tingkat kepercayaan konsumen. Kesimpulan dan Implikasi, Berdasarkan hasil analisis data, kesimpulan akan diambil untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis. Implikasi dari hasil analisis akan digunakan untuk memberikan rekomendasi bagi UTD PMI dalam

pengaruh strategi komunikasi dan produk dan memperkuat kepercayaan konsumen.

## HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Variabel	Validitas				
	Indikator	Rhitung	Rtabel	Sig	Ket
X1 (Strategi Komunikasi)	X11	0.792	0.254	0.000	Valid
	X12	0.773	0.254	0.000	Valid
	X13	0.842	0.254	0.000	Valid
	X14	0.840	0.254	0.000	Valid
	X15	0.614	0.254	0.000	Valid
X2 (Kualitas Produk)	X21	0.885	0.254	0.000	Valid
	X22	0.892	0.254	0.000	Valid
	X23	0.785	0.254	0.000	Valid
Y (Kepercayaan Konsumen)	Y11	0.858	0.254	0.000	Valid
	Y12	0.915	0.254	0.000	Valid
	Y13	0.880	0.254	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, diperoleh angka korelasi (r hitung) yang hasilnya lebih besar dari r tabel yang disyaratkan yaitu sebesar 0.254 Nilai Correction Item Total Correlation (r hitung) seluruh variabel Strategi Komunikasi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepercayaan Konsumen (Y) berada diantara 0.614 – 0.915. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa nilai r hitung > r table (0.254), sehingga menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner Strategi komunikasi, Kualitas produk dan Kepercayaan konsumen adalah valid atau mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya

### Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Ket
1	Strategi Komunikasi (X1)	0.851	0.6	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0.929	0.6	Reliabel
3	Kepercayaan Konsumen (Y)	0.846	0.6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel Strategi Komunikasi, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen di atas menghasilkan koefisien alpha (Cronbach's Alpha) > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan *reliable*. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3.494 + 0.176X_1 + 0,585X_2 + 0.129$$

Dimana :

Y = Kepercayaan Konsumen

X1 = Strategi Komunikasi

X2 = Kompenasi

e = Standar error

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dan variabel dependent secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

Nilai constanta adalah (3.494) artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Strategi Komunikasi dan Kualitas Produk (nilai  $X_1$ ,  $X_2$  adalah 0) maka Kepercayaan Konsumen ada sebesar (3.494). Nilai koefisien regresi Strategi Komunikasi adalah 0.176 artinya jika variabel Strategi Komunikasi ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan constanta adalah 0, maka Kepercayaan Konsumen meningkat sebesar 0.176%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Strategi Komunikasi berkontribusi positif terhadap Kepercayaan Konsumen. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk adalah 0,585 artinya jika variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Strategi Komunikasi ( $X_1$ ), dan constanta adalah 0, maka Kepercayaan Konsumen meningkat sebesar 0,585 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berkontribusi positif terhadap Kepercayaan Konsumen

## Pembahasan

### Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam konteks penelitian di UTD PMI Kota Makassar merupakan upaya membangun citra positif dan mempromosikan kualitas produk darah UTD PMI Kota Makassar terhadap Rumah Sakit dan Bank Darah Rumah Sakit.

Adapun Jenis Media Komunikasi Organisasi yang dipakai adalah lisan, tulisan, dan elektronik (Arni Muhammad, 2005), yaitu sebagai berikut:

Media atau pesan yang disampaikan secara verbal dapat dilakukan dengan menyampaikan pesan melalui oral atau mulut. Biasanya jenis komunikasi lisan dilakukan secara langsung dan terjadi tatap muka antara komunikator dengan komunikan. Contoh media yang digunakan dalam komunikasi organisasi lisan adalah: rapat koordinasi, seminar, Webinar dan jenis komunikasi lisan

lainnya. Media tulisan adalah pesan yang disampaikan dengan surat, laporan, MoU, poster, selebaran, dan pesan tertulis lainnya. Jenis komunikasi yang menggunakan media tulisan adalah jenis pesan yang bersifat tidak langsung, pesan yang disampaikan relatif panjang dan tidak satu arah. Kekurangan dari penggunaan media tulisan dalam organisasi adalah komunikasi dalam organisasi tersebut tidak bisa menyampaikan pesan balasan atau *feedback* secara langsung kepada komunikator.

Media elektronik adalah media yang menggabungkan pesan lisan dan pesan tulisan. Media elektronik menggunakan media *digital* seperti *faximili*, email, Facebook, Instagram, Aplikasi layanan digital, WA Group dan lain sebagainya. Di dalamnya memungkinkan semua anggota organisasi dapat berbagi informasi baik lisan melalui panggilan daring dan dapat pula mengirim pesan teks. Keuntungan dari penggunaan media elektronik dan medsos adalah bersifat dinamis dan cepat yang sangat cocok digunakan di era *digital* seperti saat ini. Strategi komunikasi UTD PMI Makassar akan sangat penting untuk mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap layanan produk darah yang dihasilkan. Strategi komunikasi organisasi memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

Komunikasi persuasi memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Ketika digunakan dengan bijak, strategi komunikasi persuasif dapat meningkatkan citra kualitas produk darah dan memperkuat hubungan antara UTD PMI Kota Makassar dan konsumen.

Penting untuk diingat bahwa komunikasi persuasi harus etis dan beralasan. Penggunaan strategi persuasi yang transparan, akurat, dan relevan dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan jangka panjang dan mendukung pembentukan hubungan yang kuat antara UTD PMI Kota Makassar dan konsumen. Oleh sebab itu, dalam membangun kepercayaan konsumen, UTD PMI Kota Makassar perlu menyusun strategi

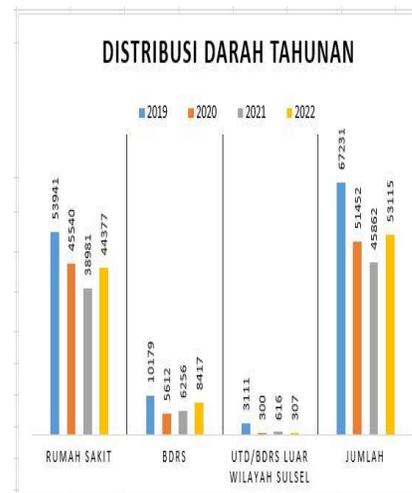
komunikasi yang efektif dan relevan sesuai dengan tantangan yang memperkuat kekuatan dan mengatasi kelemahan tersebut untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif.

Keharusan peningkatan mutu, keamanan, dan kemanfaatan produk darah, merupakan mandat dari Peraturan Menteri Kesehatan tentang Pelayanan Transfusi Darah (Permenkes Nomor 91 tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah). UTD PMI Kota Makassar sebagai penyedia produk pelayanan darah, disetiap tahap kegiatan mulai dari pengerahan dan pelestarian pendonor darah, pengambilan dan pelabelan darah pendonor, pencegahan penularan penyakit, pengolahan darah, penyimpanan darah dan pemusnahan darah, pendistribusian darah, penyaluran dan penyerahan darah merujuk sesuai standar Permenkes 91 tahun 2015.

Selain itu, untuk mewujudkan sistem pemastian mutu yang dapat dijamin dalam rantai penyediaan darah harus mengacu standar mutu dan keamanan komponen darah, di setiap tahapan kegiatan mengacu pada Peraturan Kepala BPOM No. 10 Tahun 2017 tentang penerapan CPOB di UTD dan Pusat Plasmapheresis. Dibawah ini digambarkan alur pelayanan Transfusi Darah di UTD PMI Kota Makassar:

Berdasarkan hasil analisa konsepsional regulasi Teknis pelayanan darah berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan, maka dapat dikatakan bahwa UTD PMI Kota Makassar, dalam menjaga standar kualitas mutu produk darah, tidak hanya Peraturan Menteri Kesehatan (PMK) nomor 91 tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah. Peningkatan mutu dan keamanan darah tidak hanya membangun kepercayaan konsumen (Rumah Sakit atau BDRS), juga berdampak pada tingkat individu atau pasien tertentu, tetapi juga berkontribusi pada aspek kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Dengan menjaga darah bebas dari risiko penyakit dan kontaminasi, sistem pelayanan darah dapat memainkan peran penting dalam mendukung perawatan kesehatan yang efektif dan berkelanjutan Peningkatan Mutu dan Keamanan Darah

tidak hanya pada aspek proses pengolahan sampai distribusi Darah ke rumah sakit dan pasien, tetapi juga terkait keamanan pendonor dan personil atau petugas pengambil dan pengolahan darah. Berdasar dari strategi komunikasi dan kebijakan dalam proses produksi penyediaan darah yang aman dan berkualitas untuk pasien di rumah sakit atau bank darah rumah sakit berkontribusi terhadap kepercayaan konsumen ke UTD PMI Kota Makassar, ditandai dengan : Dalam kurun waktu 2019 – 2022 dapat dilihat kecenderungan volume distribusi darah berdasarkan permintaan komponen darah dari Rumah Sakit atau BDRS



Secara umum kalau dilihat dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, maka dilihat bahwa pada tahun 2019 (Sebelum Pandemi COVID-19) merupakan puncak permintaan yakni 67.231, sedangkan tahun 2020 jumlah permintaan 51.452 dan tahun 2021 permintaan sebanyak 45.862 dan tahun 2022 sebanyak 44.377 permintaan Rumah Sakit.

Tingkat kepercayaan konsumen UTD PMI Kota Makassar, bukan hanya rumah sakit atau BDRS yang ada di Kota Makassar dan Sulawesi Selatan, tetapi juga di Luar Provinsi Sulawesi Selatan, misalnya Rumah Sakit Siloam

Ambon, Rumah Sakit Mitra Masyarakat Timika Papua, UTDRS di Kendari, Morowali, UTD PMI Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara.

Peningkatan Kemitraan Pelayanan Darah, Pada bagian ini akan digambarkan Pengembangan Jaringan Distribusi Darah dengan perjanjian kerjasama dan non kerjasama yang hanya berdasarkan surat permintaan. Pada tahun 2022 terdapat 49 Rumah sakit dan atau BDRS yang melakukan kerjasama pelayanan darah melalui Perjanjian Kerja Sama (PKS) pertiga Tahunan dan kalau sdh sampai dilakukan addendum perpanjangan kontrak. Pada tahun 2023 kemarin bertambah 4 menjadi 53 PKS pelayanan distribusi darah. Sedangkan pelayanan distribusi yang tidak didasari Perjanjian Kerja Sama hanya berdasarkan surat permintaan adalah:

1. UTDRS Manado
2. UTDRS Morowali
3. UTDRS Mitra Masyarakat Timika
4. UTDRS Fak-Fak Papua
5. UTDRS Kabupaten Sinjai
6. UTD PMI Ambon
7. UTDRS Tator
8. UTDRS Pangkep
9. UTDRS Maros
10. UTD PMI Gorontalo
11. UTD PMI Palu
12. UTD PMI Jayapura
13. UTD PMI Polman Sulawesi Barat
14. UTD PMI Surabaya
15. BBLK & Transfusi Darah Sulawesi Barat

Salah satu dampak positif kepercayaan konsumen terhadap performa UTD PMI Kota Makassar adalah dijadikannya tempat magang mahasiswa Stase Peserta PPDS Ilmu Patologi Klinik Fakultas Kedokteran

UNHAS dan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan yang ada di Makassar utamanya program Pendidikan D3 Analis dan keperawatan serta praktisi Bank Darah Rumah Sakit dari Rumah Sakit Siloam Ambon dan Rumah Sakit dan Petugas BDRS yang ada di Kawasan Timur Indonesia, Misalnya dari UTD PMI dan UTDRS Sulawesi Tenggara, Kalimantan Timur, Gorontalo, Sulawesi barat dan dari Kabupaten Kota yang ada di Sulawesi Selatan. Demikian pula halnya penguatan tata kelola dan distribusi darah BDRS atau Rumah Sakit Mitra UTD PMI Kota Makassar dengan permintaan mentoring pembentukan BDRS untuk diasistensi prasyarat dan tata pelaksanaannya.

## KESIMPULAN

Secara umum strategi komunikasi UTD PMI Kota Makassar berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen: Strategi komunikasi yang dilaksanakan UTD PMI Kota Makassar berpengaruh terhadap terbangunnya kepercayaan konsumen. Jenis media komunikasi organisasi yang dipakai dalam berinteraksi dengan konsumen dalam hal ini Rumah Sakit atau BDRS. Media komunikasi organisasi yang dipakai yaitu media lisan, tulisan, dan elektronik, Strategi komunikasi persuasi melengkapi keterbatasan jenis media organisasi yang diterapkan, dimana kekuatan komunikasi persuasi yakni komunikasi interpersonal sehingga dapat membangun kepercayaan yang bersifat jangka panjang dan hubungan yang harmoni. Kualitas Produk darah UTD PMI Kota Makassar berkontribusi positif terhadap kepercayaan konsumen. Hal ini disebabkan : Keunggulan dan kualitas produk komponen darah UTD PMI Kota Makassar, selain pada aspek konsistensi pada penerapan standar pelayanan darah sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 91 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah dan Selain itu, untuk mewujudkan sistem pemastian mutu yang dapat dijamin dalam rantai penyediaan darah harus mengacu standar mutu dan keamanan komponen darah, di setiap tahapan kegiatan mengacu pada Peraturan Kepala BPOM No. 10

Tahun 2017 tentang penerapan CPOB di UTD dan Pusat Plasmapheresis; Peningkatan mutu dan keamanan produk komponen darah tidak hanya membangun kepercayaan konsumen (Rumah Sakit atau BDRS), juga berdampak pada tingkat individu atau pasien tertentu, tetapi juga berkontribusi pada aspek kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Sebab menjaga darah bebas dari risiko penyakit dan kontaminasi, sistem pelayanan darah dapat memainkan peran penting dalam mendukung perawatan kesehatan yang efektif dan berkelanjutan.

Peningkatan Mutu dan Keamanan Darah tidak hanya pada aspek proses pengolahan sampai distribusi Darah ke rumah sakit dan pasien, tetapi juga terkait keamanan pendonor dan personil atau petugas pengambil dan pengolahan darah. Secara umum dampak Pengaruh Strategi komunikasi dan Kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen di UTD PMI Kota Makassar: Berkembangnya kemitraan Rumah sakit atau BDRS yang melakukan Kontrak kerjasama distribusi darah, juga meningkat volume permintaan darah di UTD PMI Kota Makassar; Dijadikannya UTD PMI Kota Makassar Pusat pengembangan Sumber Daya Manusia tenaga klinisi BDRS dan tenaga UTD PMI dan UTDRS di Kawasan Timur Indonesia dan tempat penelitian dan magang mahasiswa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2011). *Manajemen Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Alo, L. (2014). *Sosiologi & komunikasi organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*, Penerbit PALGRAVE MACMILLAN, New York
- Anwar, A. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico Bandung
- Armstrong & Philip, K. (2003). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Ayu, M. R. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Darah Terhadap Kepuasan Konsumen di UTD PMI Kab.Kediri Yesy Kusumawati, *Jurnal Multi Disiplin Madani (Mudima)* Vol.2 No.1.
- Amirullah, P. S., Siburian, S., & Zainuros, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, *Kinerja, Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* Vol13 No,2.
- Bachman, R., & Akbar, Z. (2006). *Handbook Of Trust Research*, USA: Edward Elgar Publishing Inc.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Christoper, L., & Lauren, K. W. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT. Indeks
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th Edition ed.). Sage Publishing. California.
- Doni, M. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai 8 Solo) Vol.3. No 1.
- Effendy, O. U. 2014. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fandy, T. (2004). *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Feby, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Jurnal Universitas Winayamukti*.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Ghozali, I. (2018.) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

- Hamim, S., & Indra, M. A. (2005). *Organisasi Dan Manajemen*, Perpustakaan Nasional, Jakarta.
- Irdha, Y., & Widiawati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang Indonesian Journal Applied Accounting and Finance Vol.I NO.1,85-113 June 2021 Indonesian Journal Applied Accounting and Finance Vol.I NO.1,85-113 June 2021
- Jefkins, F., & Daniel, Y. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Cherry, T. J., Jones, M., & McKee, M. (2010). Taxpayer information assistance services and tax compliance behavior. *Journal of Economic Psychology*, 31(4), 577-586. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.03.018>
- Julia, R. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Human Capital terhadap Kinerja Karyawan pada PT Barkah Jaya Mandiri." *Cakrawala/ Vol.17. No.1, 2017*
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laporan Tahunan (Annual Report) 2018. Unit Donor Darah Pusat PMI. Laporan Tahunan UTD PMI Kota Makassar, 2022.
- Larisu, Z. (2021). *Layanan Dan Komunikasi Publik Menuju Good Governance*. Surabaya: Global Aksara Press
- Maharani, A. D. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Masmuh, A. (2010). *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Malang: Penerbit UMM Press.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Meliana., Sulistiono., & Budi S. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Studi Kasus Pada Giant Hypermarket, *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.3*.
- Oktarianita., Wulan, A., Henni., Febrianti., & Asririn, A. (2018). Analisis Pelayanan Bank Darah Rumah Sakit Daerah Dr.M. Yunus Bengkulu *Jurnal Avicenna VOL.13 No.3, Desember*
- Pace, R., Watne., & Don, F. F. (2000). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2018 tentang Kepalangmerahan.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor: 83 Tahun 2014 Tentang Jejaring Pelayanan Darah oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah dan Palang Merah Indonesia.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 91 Tahun 2015 Tentang Standart Pelayanan Transfusi Darah.
- Peraturan Kepala BPOM Nomor: 10 Tahun 2017 Tentang penerapan CPOB di UTD dan Pusat Plasmapheresis.
- Poerwadarminta, W.J.S. (2014). *Kamus Umum Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Riski, R., Iyus, A., Haris., & Kadek, R. S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli produk pakaian secara online, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol.11*.
- Robbins, S.P. & Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi*. Edisi Enam Belas. Alih Bahasa: Ratna Saraswati dan Febriella Sirait. Jakarta: Salemba Empat
- Ruben, B., & Lea P. S. (2014). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (Penerjemah Ibnu Hamad), PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Ryan Tio, P., Khasanah, I., & Manajemen, J. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat

- Beli Konsumen Pada Produk Merek Vicious Colony Di Warehouse Store, Banjarmasin. Diponegoro Journal of Management, 5, 1–15.  
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Stoner, A.F., James., & Edward, F. (2011). Manajemen Jilid I, terj. Alexander Sindoro, Jakarta: PT Prahallindo
- Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 36 tahun 2009 Tentang Kesehatan.
- Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 1 tahun 2018 Tentang Kepalangmerahan.
- Wahyudi, R. (2018). Kualifikasi Publik Relation Frank Jefkins Perspektif Islam, Jurnal Iliah at Tanzir Vol. X Juli.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D. D., & Gremler. (2013). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Mc.Graw-Hill. Bostopn