

PEMASARAN SOSIAL POSYANDU LANSIA (Studi Kualitatif Wilayah Kerja Puskesmas Pudakpayung
Kota Semarang)

KHUSNIA WIDOWATI – 25010114120093

(2018 - Skripsi)

Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu) Lanjut usia adalah pelayanan kesehatan bersumberdaya masyarakat untuk melayani lansia, yang proses pembentukan dan pelaksanaannya dilakukan oleh masyarakat lintas sektor pemerintah dan non pemerintah dengan menitikberatkan upaya promotif dan preventif. Posyandu lansia wilayah kerja Puskesmas Pudakpayung memiliki angka kunjungan rata-rata terendah di Kota Semarang yaitu 16,8% menunjukkan masih banyak lansia yang belum memanfaatkan posyandu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisa pemasaran sosial 7P yang dibutuhkan oleh lansia di wilayah Puskesmas Pudakpayung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Subjek penelitian adalah 11 lansia partisipan Posyandu sebagai informan utama dan 4 informan triangulasi yaitu kader dan petugas puskesmas. Subjek penelitian diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisa pemasaran sosial 7P, pada *Product*, pengemasan kegiatan dinilai kurang menarik serta tidak ada kegiatan aktivitas fisik. Pada *Price* tidak ada kendala yang berarti dalam hal biaya, waktu, maupun ketidaknyamanan fisik. Pada *Place*, lokasi maupun durasi pelaksanaan Posyandu telah sesuai dengan kebutuhan lansia. Pada *Promotion*, promosi melalui pertemuan warga merupakan strategi yang paling efektif bagi lansia untuk mengingat jadwal Posyandu. Pada *Process*, telah terjadi interaksi yang baik antara kader dengan lansia. Pada *People*, kuantitas kader dinilai cukup namun tidak semua berperan aktif, sedangkan pada kualitas kader dinilai kurang merata karena tidak semua kader mendapatkan pelatihan dari Puskesmas. Pada *Physical Evidence*, semua informan mengharapkan adanya pelayanan kesehatan yang lengkap dan fasilitas penunjang sehingga dapat meningkatkan kunjungan Posyandu lansia

Kata Kunci: Pemasaran sosial, Posyandu, Lansia