

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* UNTUK PENINGKATAN CAKUPAN  
PELAYANAN IVA (INSPEKSI VISUAL ASAM ASETAT) DI PUSKESMAS  
KEDUNGMUNDU KOTA SEMARANG**

**SITI AFUZAL ULYA-25010116120071  
2020-SKRIPSI**

Kasus kanker tertinggi pada perempuan salah satunya yaitu kanker serviks dikarenakan keterlambatan pengobatan dan diagnosis maka diperlukan suatu cara pencegahan salah satunya yaitu pelayanan IVA. Pelayanan IVA merupakan pelayanan untuk mendeteksi kanker serviks yang praktis dan memungkinkan tersedia di Puskesmas. Namun cakupan pelayanan IVA di Puskesmas Kedungmundu masih rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi *marketing mix* pelayanan IVA di Puskesmas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam. Subjek penelitian ini adalah Kepala Puskesmas, Bidan Pelaksana dan Pemegang Program sebagai informan utama dan Bidan Yang Belum Mendapat Pelatihan serta Pasien sebagai informan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Puskesmas belum memiliki target spesifik, pada aspek *product* tahapan pelayanan sudah baik namun informasi konseling belum lengkap dan pasien masih merasa takut. Pada aspek *price* tidak ada kendala. Pada aspek *place*, lokasi maupun durasi pelayanan sudah baik. Pada aspek *promotion*, promosi pelayanan IVA belum dilakukan secara rutin dan penggunaan media lain tentang pelayanan IVA belum optimal. Pada faktor internal, jumlah tenaga kesehatan terlatih IVA masih kurang. Pada faktor eksternal, Puskesmas belum mendapat peraturan khusus tentang komitmen petugas untuk meningkatkan cakupan. Selain itu pengadaan fasilitas penunjang IVA sudah bekerjasama dengan pihak lain.

Kata Kunci : Pelayanan IVA, Marketing Mix, Puskesmas