

Evaluasi pengembangan strategi pemasaran : studi kasus pada Rumah Sakit Kebayoran

Irvyanti Dewi Setiowati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20183994&lokasi=lokal>

Abstrak

Kebutuhan akan penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dirasa meningkat pesat akhir-akhir ini. Gejala ini mendorong munculnya beberapa RSU swasta baru di wilayah Jakarta Selatan. Hal ini tentu mempengaruhi "performance" RSU swasta lain yang ada, seperti RS Kebayoran. Dalam situasi persaingan yang kian meningkat kegiatan Pemasaran semakin dirasa perlu. Untuk itu evaluasi strategi Pemasaran perlu dibuat, agar manajemen mengambil tindakan koreksi dan pengembangan dari strategi yang telah dijalankan. Alat bantu jasa dalam evaluasi adalah analisa posisi melalui matriks BeG dan analisa daur portfolio hidup jasa melalui matriks marketplace Life Cycle vs Product Life Cycle. Dari hasil analisa keduanya, mengarah pada tujuan mempertahankan pangsa pasar, memperpanjang daur hidup jasa serta meningkatkan efisiensi. Berdasarkan hal diatas maka dijalankan strategi dan program yang lebih rinci berkaitan dengan pemilihan sasaran pasar serta Bauran Pemasaran. Hasil dari penerapan strategi Pemasaran ternyata cukup menggembirakan, terutama disebabkan oleh penerapan strategi distribusi yang tepat. Evaluasi sampai pada kesimpulan bahwa strategi Pemasaran dapat sukses dijalankan di Rumah Sakit dalam rangka mencapai tujuan. Hal dijalankan secara intensif adalah yang masih perlu Program Komunikasi baik internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan citra yang baik di masyarakat.