

Usulan implementasi peningkatan performa proses marketing klinik mata xyz dengan menggunakan metode lean six sigma =
Implementation recommendation of marketing process performance improvement in xyz eye clinic by using lean six sigma method

Iffa Nurafiati Hardiono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20248002&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring dengan semakin menjamurnya klinik mata dan jasa kesehatan mata sejenis, marketing Klinik Mata XYZ harus meningkatkan performanya untuk dapat memenuhi target peraihian pasien yang ditetapkan manajemen. Oleh karena itu pengukuran pada aktivitas marketing perlu dilakukan untuk mengetahui efisiensi dan efektivitas sebuah program marketing. Selain itu, proses marketing yang ada sekarang juga perlu ditelaah sehingga dapat diketahui akar masalah-masalah, serta diajukan usulan-usulan solusi yang akan membuat performa marketing menjadi lebih baik lagi.

Penelitian ini menggunakan metode Lean Six Sigma dalam menelaah penyelenggaraan sebuah aktivitas marketing Klinik Mata XYZ, yaitu rangkaian seminar LASIK. Penerapan Lean Six Sigma diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan seminar, atau dengan kata lain menghilangkan aktivitas-aktivitas Non Value Added di rangkaian kegiatan seminar dengan tetap mencapai jumlah peserta dan conversion rate yang diinginkan. Seminar LASIK dianggap baik apabila berpeserta lebih dari 120 orang dan setidaknya 35% dari total peserta tersebut terkonversi menjadi pasien LASIK.

Berdasarkan pengukuran yang dilakukan, ternyata rangkaian seminar LASIK pada tahun 2006 baru mencapai tingkat 1.36 sigma; atau 555.555,55 DPMO. Dari data-data yang ada dilakukanlah analisis dan didapatkan beberapa akar masalah dari kurang efisien dan efektifnya sebuah penyelenggaraan seminar. Lalu diajukan usulan-usulan solusi yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas seminar LASIK.

Along with the greater presence of eye clinics and eye health services of a kind, marketing division of XYZ Eye Clinic must improve its performance in order to be able to accomplish the specified management target of patients. Therefore measurement in marketing activities requires to be done to know the efficiency and effectiveness of a marketing program. Moreover, current marketing process also needs to be analyzed with the aim of finding the root causes and recommend solution ideas that will make marketing performance better.

At this research, Lean Six Sigma method is used in improving implementation of LASIK seminar which is expected that LASIK seminar will be more efficient and effective, or in other words reducing non value added activities but still accomplishing the target of audience and conversion rate. LASIK seminar considered as good seminar when it has more than 120 audiences and at least 35% from them converted into LASIK patients.

Based on the measurement, the baseline performance of 2006 LASIK seminar only positioned at 1.36 sigma; or 555.555,55 DPMO. From the existing data, analysis is conducted then the root causes of less efficient and effective seminar found. Next, the solution recommendations are proposed to improve the efficiency and effectiveness of LASIK Seminar.