

Gambaran bauran pemasaran Program TABULIN (Tabungan Persalinan) di RSUD Zahirah tahun 2011 = Picture of the marketing mix program of TABULIN (Tabungan Persalinan) in Zahirah Public Hospital in 2011

Rina Christiani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20295401&lokasi=lokal>

Abstrak

Rendahnya jumlah kepesertaan program TABULIN di RSUD Zahirah Tahun 2011 periode Januari-Juli membuat rumah sakit umum Zahirah terus menerus melakukan promosi dengan menggunakan aspek bauran pemasaran. Namun sampai saat ini, belum ada evaluasi terhadap kegiatan bauran pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran bauran pemasaran mengenai program TABULIN yang ada di rumah sakit umum Zahirah pada tahun 2011, dilihat dari perspektif 5M yaitu Man/Staf Pemasaran, Money/Anggaran, Methode/Metode, Market/Pasar, Material/Sarana dan Prasarana serta 5P yaitu Product/Pelayanan, Place/Tempat, Price/Harga, Promotion/Promosi, People/Orang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, telaah dokumen, dan sumber referensi lain yang terkait dengan topik penelitian ini sebagai triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang selama ini telah dilakukan oleh divisi pemasaran rumah sakit umum Zahirah akan program TABULIN masih kurang tepat dan kurang efektif karena keterbatasan sarana-prasarana dan kurangnya kerjasama antara divisi pemasaran dengan divisi lain dalam mempromosikan TABULIN.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar dalam kegiatan promosi program TABULIN lebih ditingkatkan lagi dengan mengadakan evaluasi rutin, meningkatkan kerjasama dengan divisi lain, meningkatkan kreatifitas dalam pemasaran, lebih informatif dalam menjalin hubungan dengan pelanggan serta lebih proaktif dalam mempromosikan program TABULIN.

.....The low amount of participation in the TABULIN program Zahirah Public Hospital 2011 January-July period to make Zahirah Public Hospitals continous promotion by using aspects of the marketing mix. But until now, there has been no evaluation of the marketing mix activities.

This study purpose to find a picture of the marketing mix TABULIN program at Zahirah Public Hospitl in 2011, viewed from the perspective of 5M of Man/marketing staff, money/budget, methods, market, materials/facilities and infrastucture and 5P there are Product/service, place, price, promotion, people.

This study used a qualitative approach by conducting in-depth interviews, observation, document review, and other reference sources related to the topic of this research as a triangulation of sources and methods.

The result showed that the marketing mix that had been done by the marketing divition of Zahirah Public Hospital TABULIN Program is still less precise and less effective because of the limited infrastructure and lack of cooperation between the marketing division with other division in promoting TABULIN.

Based on the results of the study, researchers suggested that in promotional activities TABULIN program further enhanced by conducting routine evaluation, enhance cooperation with other divisions, enhance creativity in marketing, more informative in establishing relationships with customers and be more proactive in promoting the program TABULIN.