

Analisis implementasi pemasaran rumah sakit Mary Cileungsi Hijau dalam pencapaian penambahan rekanan perusahaan pada tahun 2008

Limbong, Harry Edwin M., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20341129&lokasi=lokal>

Abstrak

Kegiatan pengelolaan dirumah sakit sangat kompleks dengan berbagai disiplin ilmu antara lain disiplin iimu kedokteran, farmasi, keperawatan, teknik, ekonomi, hulcum mauplm humas terlebih lagi pemasarannya. Panitia gahungan PERSI-DEPKES telah berhasil menyusun etika rumah sakit seluruh Indonesia (PBRSI) pada tahun 1986 yang dilakukan dengan keputusan meniri kesehatan RI no. 924 (Menkes/SK/XII/1986) tanggal 18 desember 1986 sehingga berlaku bagi seluruh rumah sakit di Indonesia (Depkes RI - PERSI, 1990 : 19 - 23). Banyak eara dan strategi yang sudah di lakukan direktur dan kepala divisi pemasaran rumah sakit tersebut demi berkembang pesatnya rumah sakit. Hal ini juga di cermati oleh RSU MARY yang rnulai beroperasi tahun 2002 dengan langsnmg membentuk divisi pemasarannya. Dengan target divisipemasaranterutamaperusahaan-perusahaandi sekitarnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitaiif yang bersifat deskriptif eksploratif. Memakai eara wawaneara mendalam dan pengamatan terhadap dokumen. Daiam penelitian ini hanya faktor internal yang dapat dikontroli, yaitu variabel bauran pernasaran yang diteliti. Sedangkan faktor eksternal, antara lain kondisi ekonomi, politik, kompetisi dan perubahan sosial, yang tidak bisa dikontrol, tidak diperhitungkan. Penelitian di lakukan di RSU MARY Cileungsi Hijau pada bulan january sampai dengan november 2007 dengan menggunakan data primer dan skunder. Data primer dari wawancra informan penelitian ini yaitu Ka.Div pemasaran dan staff yang terlibat dalam pemasaran RSU MARY Ciluengsi Hijau serta HRD manager dan staff rekanan baru, rekanan lama I tetap, rekanan keluar sedangkan data skunder dari laporan dan dokumen yang berkaitan dengan implementasi pemasaran. Pengolahan data dilakukan secara manual. Penulis menyarankan agar owner RSU MARY Cileungsi untuk lebih memperhatikan kelangsungan image usahanya di masa datang. Tidak semua kebutuhan pasar bisa dipenuhi oleh satu Rekanan, melakukan evaluasi tahunan, survey, pcngawasan implementasi strategi, guna menentukan paket - pakct apa yang benar - benar mewakili kcbutuhan pasar dcngan memperhitungkan keuntungan dalam jumlah total nominal. Pelatihan berkala bagi pemasaran, tetapkan reward dan punishment, adakan prtemuan rutin dengan keuangan, humas, juga melakukan pengembangan satelit dan satelit perujuk (termasuk reward satelit).....Management activities in hospitals are complex, with many discipline science i.e. rmedicals, pharmacy, nursing, technical, economic, laws or public relations, specifically the marketing. Joint Committee of PERSI-DEPKES has delivered an ethic code of all hospitals in Indonesia (PERSI) on year 1986 that implemented by Decree of Minister of Health No. 924 (Menkes/SK/XII/1986) dated 19 December 1986, prevails to all hospitals in Indonesia (Depkes RI - PERSI, 1990: 19-23). There are many ways and strategy conducted by Director and division head of marketing _of such hospitals for the development of hospitals. This matters is aclnkedged by RSU MARY that start its operation on year 2002 by establishing its marketing division fiom the beginning, whereas the companies surrounding the hospital as the marketing target, This research is a qualitative and descriptive explorative research. Conducting a deep interview method and literature. In this research only internal factor is able to controlled, that is the variable marketing. The external factors, i.e. economical situation, politics,

competition, social changes that un-controllable is not calculated in the research conducted at RSU MARY Cileungsi Hijau on January through November 2007 with primary and secondary data. Primary data source is from interview with Division Head of Marketing and Staff involved in the marketing of RSU MARY Cileungsi Hijau, including HRD Manager and staff of new partners, existing partners, ex-partners, while secondary data source is from reports and document related to the implementations of marketing. Data processing is conducted manually. Writer suggest that the owner of RSU MARY Cileungsi to give more attention on the image of its hospitals in the future. Not all market needs is able to be fulfilled by one body, conducting an annual evaluation, survey, supervisory on implementation of strategy to determine which packages that represents the market needs by calculating the profit in total nominal. Scheduled training for marketing, determine reward and punishment, conducting a scheduled meeting with finance, public relations, and conducting development on satellite and reward satellite.