

Analisis segmen, target, dan posisi pasar pada pelayanan rawat jalan untuk pengembangan Rumah Sakit Simpangan Depok Tahun 2009 = Market segment, target and positioning analysis on outpatient services for the development of Simpangan Depok Hospital in 2009

Umu Atiyah Dyah Utami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20341570&lokasi=lokal>

Abstrak

RSSD harus dapat mengikuti perkembangan dan menghasilkan keuntungan agar kelangsungan hidup rumah sakit dapat dipertahankan dan berkembang. Dari segi pemasaran perlu dilakukan analisa segmentasi agar RSSD dapat lebih fokus dan terarah dalam melakukan kegiatan pelayanannya. Pada penelitian ini dilakukan segmentasi geografis, demografis dan psikografis terhadap pengguna pelayanan rawat jalan sebagai bahan penetapan pasar sasaran, pemilihan pola pasar sasaran dan penetapan posisi. Penelitian bersifat deskriptif dan analitik dengan melakukan survey terhadap 100 responden menggunakan kuesioner berstruktur. Hasil segmentasi geografis dan demografis menunjukkan bahwa segmen pasar terbesar adalah pelanggan berasal dari Kelurahan Jatijajar, perempuan dengan usia produktif, tingkat pendidikan SMU/MA, bekerja sebagai IRT dan karyawan swasta dengan penghasilan 1-2,5 juta rupiah. Hasil segmentasi psikografis didapat bahwa kebanyakan pelanggan berkemauan sendiri untuk datang berobat dan membayar sendiri biayanya. Memilih berobat ke RSSD karena dekat dengan tempat tinggal dan telah memanfaatkannya lebih dari 3 tahun. Pola pemilihan pasar sasaran dengan spesialisasi selektif pada segmen menengah ke bawah dan karyawan. Pelayanan yang profesional, cepat dan terjangkau adalah positioning yang ditujukan kepada pelanggan. Rencana strategi pemasarannya dengan pengembangan produk.

.....Simpangan Depok hospital must be development and to get profit for sustainable hospital and expansion. On the marketing side need a segmentation analyze for the Simpangan Depok hospital more focus and direct to services activities. Geographic, Demographic and Psycho-graphic segmentation processes were carried out in this study on outpatient services to analyze the facility users and the potential market in order to establish target market and its pattern, and the positioning. The study is descriptive and analytic, using primary data from a survey that involved 100 respondents with structure?s questioner. The Geographic and Demographic segmentation shows that the largest market segment is patients coming from sub~district Jatiijajar, the female with productive of age, high school educated, employees of private companies and wife~house who make between 1-2.5 million rupiahs every month. The Psycho-graphic segmentation reveals that most patients are coming alone for medicine and pay for it. They are coming to hospital because near from their house and make used more than 3 years. These researches also establish concentrations on segment are under middle social economic class and employeses. The professional, rapid and low price are positioning for customers. Marketing strategic is product development.