

Analisis Perencanaan Strategis Pemasaran Rumah Sakit Delima Asih Sisma Medika Karawang tahun 2009-2013 = Analysis of Strategic Marketing Planning of Delima Asih Sisma Medika Hospital Karawang Year 2009-2013

Andi Erlina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20341780&lokasi=lokal>

Abstrak

RS Delima Asih Sisma Medika Karawang merupakan RSU swasta tipe C yang telah beroperasi selama kurang lebih 3 tahun. Dalam kurun waktu tersebut, RS Delima Asih telah berhasil menjalin kerjasama dengan sejumlah 36 perusahaan dan asuransi untuk pembiayaan kesehatan karyawannya. Pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam pertumbuhan RS Delima Asih, untuk itu perlu disusun sebuah rencana strategis pemasaran yang tepat untuk RS Delima Asih.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil indepth interview, FGD dan CDMG dan data sekunder diperoleh dari laporan Kepala Bagian, Direktur dan sumber lain yang relevan. Analisis yang digunakan yaitu "rows Mau-ix, re Matrix dan BCG Matrix. Responden adalah 6 orang Kepala Bagian. Penelitian dilakukan bulan Maret-Mei 2009. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa RS Delima Asih berada pada kuadran I (Future Quadrant) dalam TOWS Matrix, sel Growth and Stability dalam IE Matrix dan tiga unit fungsional di kuadran Question Mark serta 2 unit di kuadran Dogs. Strategi terpilih adalah penetrasi pasar.

.....Delima Asih Sisma Medika Hospital in Karawang is type C general private hospital, that has been operating for approximately 3 years. For this time, Delima Asih Hospital has been making good cooperation as a health care provider for 36 companies and insuranees. Marketing is one of the main focus needed more attention in order to support the development of Delima Asih Hospital. So, the Hospital management needs to arrange a good and appropriate marketing strategic planning.

This study is a qualitative study, using primary and secondary data. The primary data getting from the result of indepth interview, Focused Group Discussion and CDMG and the secondary data getting from the report of Managers, Directors and other available sources. The tools in doing analysis are TOWS Matrix, IE Matrix and BCG Matrix. Respondents are 6 Managers of the hospital. This study conducted on March - May, 2009.

The result of this study provides that Delima Asih Hospital in TOWS Matrix has position in Future Quadrant, in IE Matrix in Growth and Stability Cell and in BCG Matrix, there are three units in Question Mark and two units in Dogs Quadrant. The final chosen strategy is market penetration.