

Analisa segmentasi, target dan posisi pasien non Pertamina pada poli rawat jalan di RS Pertamina Jaya = The analyze of segmentation, targeting and positioning for non Pertamina patient in outpatient Polyclinic Pertamina Jaya Hospital

Mita Juliawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20342837&lokasi=lokal>

Abstrak

Rumah Sakit Pertamina Jaya (RSPJ) merupakan rumah sakit setara tipe C+ yang pada awalnya hanya memberi pelayanan kepada karyawan, keluarga Pertamina serta perusahaan yang berhubungan dengan Pertamina. Dengan perubahan status RSPJ menjadi salah satu unit usaha Peramedika, maka pihak manajemen RSPJ mempunyai kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan pengelolaan rumah sakit dengan mandiri yaitu dengan menerima pasien Non Pertamina. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbandingan yang ekstrem antara kunjungan pasien Pertamina dan Non Pertamina pada poli Rawat Jalan RS Pertamina Jaya Tahun 2006 yang mencapai kurang lebih 85 :15. Faktor tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian di bidang pemasaran rumah sakit dalam hal ini RS Pertamina Jaya khususnya tentang segmentasi, target dan posisi RS Pertamina Jaya sehingga diharapkan terjadinya peningkatan kunjungan pasien Non Pertamina.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapat informasi mengenai segmen pasar Rumah Sakit Pertamina Jaya sebagai dasar analisa penetapan segmentasi, target, posisi pasar sehingga selanjutnya dapat direncanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan kunjungan pasien Non Pertamina.

Penelitian dilakukan dengan melakukan survei kepada 150 pasien poli rawat jalan RS Pertamina Jaya, bersifat deskriptif dengan pendekatan gabungan kuantitatif yaitu pengumpulan data melalui kuesioner untuk mengetahui segmentasi pasar dan kualitatif dengan analisa hasil wawancara mendalam kepada pihak manajemen RSPJ untuk mengetahui segmentasi, target dan posisi rumah sakit.

Hasil penelitian segmentasi demografi, geografi dan psikografi diperoleh bahwa profil pasien Non Pertamina yang berobat ke poli Rawat Jalan RSPJ adalah dari segmen menengah ke atas, dengan rincian jenis kelamin perempuan, usia produktif yaitu 15 - <50 tahun, pendidikan terakhir SLTA, bekerja sebagai pegawai swasta, dengan mayoritas berpenghasilan lebih dari Rp.2.000.000,-.serta didominasi oleh pasien yang berhubungan dengan keluarga Pertamina. Profil ini biasanya pasien dengan posisi sudah cukup mapan dari segi finansial dan kesadaran akan pelayanan kesehatan cukup tinggi, terutama dalam pelayanan kesehatan preventif selain kuratif. Tipe psikografis yang dominan adalah 'Loyal Customer' dengan gaya hidup menengah ke atas. Pasien tersebut datang dari 40 kecamatan yang berasal dari 5 wilayah Jakarta, Bekasi, Bogor Tangerang, Depok dan Sukabumi, dengan mayoritas asal wilayah yaitu Jakarta Utara, Jakarta Timur dan Jakarta Pusat, dari pemetaan area terdapat 3 kelompok / cluster pada radius 0-5 km serta lebih dari 5 km yaitu wilayah Jakarta Utara, Jakarta Timur dan Jakarta Pusat yang bisa ditindaklanjuti sebagai target pemasaran RSPJ. Hal yang khas adalah sebagian kelompok area adalah kompleks perumahan Pertamina. Target pasar RS Pertamina Jaya adalah merubah asal pasien dari dominan Pertamina menjadi Non Pertamina. Positioning RSPJ dimata pasien Non Pertamina adalah karena faktor loyalitas, akses mudah serta fasilitas dan kualitas layanan RSPJ baik sumber daya manusia sarana maupun prasarana yang menurut pasien adalah sudah memuaskan dengan biaya yang terjangkau dibandingkan RS pesaing di sekitarnya.

Berdasar hasil penelitian tersebut disarankan kepada manajemen RSPJ untuk memperhatikan pasar aktual yaitu dengan meningkatkan mutu pelayanan sdm medis non medis serta fasilitas sarana prasarana RSPJ, perlu memperhatikan 'loyal customer' dan mempertahankan pasar potensial dengan lebih fokus pada pelayanan sesuai segmen dengan kombinasi membuat inovasi layanan dari layanan standar yang sudah ada.

<hr><i>Pertamina Jaya Hospital (Rumah Sakit Pertamina Jaya RSPJ), as the member Pertamedica's Strategic Business Unit, was established to provide medical services particularly for their traditional customer, i.e the employees of Pertamina with their family and any company who has business relationship with Pertamina. Considering current development, however, as C+ Class Hospital, RSPJ may extend their services by receiving non traditional customer, that is, Non Pertamina patients.

Background of the research was the extreme composition of 85% : 15% of "Pertamina" and "Non Pertamina" at Outpatient Clinic RSPJ in the year of 2006. As the objective of this research is to get clear market segmentation of RSPJ, and at the end, to define sound marketing plan (segmentation, targetting, and positioning) in order to increase the incoming of Non Pertamina Patient.

The data for the research was collected through questionnaire, descriptive with the approach of combining either quantitative and qualitative, towards 150 patients who visited Outpatient Polyclinic R,SPJ 2006. To provide a comprehensive result, indepth interview was done also with Pertamina Jaya Hospital management.

As summary of the result, the profile of Non Pertamina patient that comes to outpatient polyclinic Pertamina Jaya Hospital 2006 are from middle to high segment as follows, gender is female, age from 15 - <50 year old (productive age), last education from senior high school, the private sector employment, majority has the salary more than 2 million rupiah and has the dominance from Pertamina family. From the profile as above-mentioned, it can be concluded that the patient has good financial position with highconsciousness in the need of health services, especially preventive health care. Dominant psicographyc type is 'Loyal Customer' with middle to high lifestyle. Patients come from 40 district from 10 area in Jakarta, Bekasi, Bogor, Tangerang, Depok and Sukabumi with major patient comes from North, East and Central Jakarta. Geographic segmentation mapping indicates that there are three cluster in 0-5 km radius and more than 5 km radius, especially in North,East and Central Jakarta. Those area could be followed as a Pertarnina Jaya Hospital market target. There is specific things that part of the respondent is from Pertamina Housing Complex. Pertarnina Jaya Hospital Market Target is to change incoming patient from dominance Pertamina to become Non Pertamina. Pertamina Jaya Hospital Positioning from Non Pertarnina patient's side is loyalty factor, easy access and quality of RSPJ facility and services include human resource. They are satisfied with RSPJ services and it has reasonable cost comparing with the competitor.

Suggestion for RSPJ management are as follows : They must observe actual market (existing demand) by increasing quality of services include human resource, facility and take care the loyal customer and maintain the potencial market in focusing to patient services and make the inovation health product services from the standard health product services.