

## Rencana pemasaran klinik eksekutif Rumah Sakit Hermina Depok dengan pendekatan balanced scorecard = Marketing plan of executive clinic of Hermina private Hospital in Depok with balanced scorecard approach

Evy Febrina Nurpeni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388629&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Klinik Eksekutif merupakan program diferensiasi yang dilakukan oleh RS Hermina Depok untuk pelayanan rawat jalan, dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan pada pasien dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan Rumah Sakit. Sejak pertama kali diresmikan pada bulan Desember 2012 kinerja Klinik Eksekutif belum mencapai standar yang diharapkan. Tesis ini membahas tentang rencana pemasaran Klinik Eksekutif RS Hermina Depok dengan menggunakan pendekatan Balanced Scorecard (BSC). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian operasional dengan pendekatan metode kualitatif. Pada tahap pertama penelitian dilakukan analisis situasi terhadap kinerja marketing, segmentasi pasar, dan positioning Klinik Eksekutif, dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam dan survey pada pasien rawat jalan sedangkan data sekunder dilakukan dengan telaah dokumen. Tahap kedua adalah melakukan CDMG (Consensus Decision Making Group) dengan manajemen RS Hermina Depok untuk merumuskan formulasi strategi. Terakhir atau tahap ketiga dirumuskan suatu rencana aksi pemasaran dengan menggunakan pendekatan BSC.

*Executive Clinic is basically new differentiation program of Hermina Private Hospital in Depok for out patient to enhance services quality to patient and thus increasing revenue of the hospital. Since the very beginning of establishment in December 2012, performance of the clinic has yet reached the expected target. This thesis covers marketing plan for this Executive Clinic using Balanced Scorecard (BSC) approach. The research has been done through operational basis on qualitative approach. First stage of the research has been done by analysing the clinic over the performance of marketing, market segmentation, and the positioning through collecting primary data by in-depth interview and direct survey to out patient while secondary data was collected through observing document in place. The second stage is conducting CDMG (Consensus Decision Making Group) with the management of Hermina Private Hospital to formulize the best strategy. The last stage is to determine marketing action plan with BSC approach.*