

Analisis situasi sebagai komponen rencana pemasaran rumah sakit baru tipe C studi kasus RS Dr Hafiz Cianjur = Situation analysis as component of marketing plan of a new type C hospital case study RS Dr Hafiz Cianjur

Muhammad Zaidan Jauhari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20389867&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kesenjangan antara jumlah penduduk Cianjur yang sebesar 2.171.281, dengan supply atau pemenuhan layanan kesehatan berupa Rumah Sakit, dimana di Cianjur hanya terdapat 3 rumah sakit. Untuk membangun Rumah Sakit baru di Kabupaten Cianjur diperlukan rencana pemasaran yang tepat yang didasarkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat Kabupaten Cianjur. Rencana pemasaran yang tepat penting untuk mengembangkan Rumah Sakit yang tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan masyarakat tapi juga mampu memenuhi kepentingan ekonomi daripada penyandang modal dan para pihak yang berkepentingan terhadap rumah sakit tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menetapkan rencana pemasaran yang tepat untuk RS. Dokter Hafiz sebagai rumah sakit baru Tipe C di Cianjur, secara khusus melakukan analisa konsumen dilihat dari kebutuhan dan keinginan masyarakat Cianjur akan layanan kesehatan, melakukan analisa perusahaan, dan melakukan analisa pesaing RS Dr. Hafiz Cianjur.

Jenis penelitian merupakan mixed method dengan desain penelitian deskriptif eksploratori melibatkan pengumpulan dan analisa data kuantitatif dan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian yang signifikan antara rencana pemasaran RS Dr. Hafiz terhadap situasi riil di wilayah Cianjur berdasarkan analisa konsumen, analisa pesaing, analisa perusahaan serta terhadap ekspektasi karakteristik layanan kesehatan yang diharapkan oleh masyarakat Cianjur.

Saran yang diberikan dari penelitian ini adalah dalam upaya menjalankan usaha RS agar senantiasa memperhatikan kesesuaian rencananya terhadap kondisi kebutuhan konsumen, kemampuan dan target perusahaan serta kondisi pesaing yang ada di wilayah tersebut.

<hr>

This study is motivated by the gaps between the size of the total population of Cianjur 2,171,281, and the supply fulfillment of the health service hospital, where there are only 3 in Cianjur hospital. To build a new hospital in Cianjur Regency needs the right marketing plan based on efforts to meet the needs and desires of Cianjur Regency society. The importance of the right marketing plan to expand the hospital that are not only able to meet the needs of public service of the community, but will also be able to meet the economic importance of defending the capital and the stakeholders of the hospital.

The purpose of this study was to establish a marketing plan that is right for RS. Doctor Hafiz as a new hospital Type C in Cianjur, specifically seen from analyzing consumer needs and desires of society for Cianjur health services, the company analysis, and analyzing competitors of RS Dr. Hafiz Cianjur.

This study uses a mixed method research, with design exploratory descriptive study that involved the collection and analysis of quantitative and qualitative data.

The results showed that there is good compatibility between RS Dr. Hafiz marketing plan with the real situation in Cianjur region based on analysis of consumer, competitor analysis, industry analysis as well as the expectations of the characteristics of the health service expected by the Cianjur citizen.

Suggestions that is given from the research is in order to run a hospital continually observe the suitability of its marketing plan for the situation of the needs of consumers, the ability and the enterprise's target and the condition of existing competitors in the region.