

Analisis bauran pemasaran kamar udara bertekanan tinggi RSAL DR Mintohardjo Jakarta tahun 2002

R. Soeko Werdi Nindito Daroekoesoemo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70979&lokasi=lokal>

Abstrak

Program kebugaran hiperbarik merupakan bagian dari kegiatan hiperbarik center RSAL Dr Mintohardjo Jakarta. Program kebugaran ini dapat memperluas segmen pelanggan hiperbarik centre dimana tidak hanya bermanfaat bagi penderita saja, tetapi juga dapat berguna bagi orang sehat. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui sejauh mana manajemen rumah sakit menjalankan upaya bauran pemasaran hiperbarik dan program kebugaran hiperbarik bagi masyarakat umum, sekaligus membuktikan bahwa bauran pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam setiap industri jasa.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada manajer RSAL Berta menggali pendapat pasien dengan questioner tentang pemasaran hiperbarik dan program kebugarannya.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa RSAL sudah melakukan bauran pemasaran meskipun belum terencana dengan baik. Pelaksanaan bauran pemasaran harus dilakukan perbaikan agar pemasaran program kebugaran hiperbarik RSAL dapat berhasil dengan baik.

Disarankan agar pimpinan RSAL membuat surat keputusan atau kebijakan agar rencana rencana yang berguna bagi hiperbarik center dapat terwujud dengan baik. Pelaksanaan program kebugaran hiperbarik dianjurkan untuk dilakukan pada waktu yang berbeda dengan pelayanan hiperbarik untuk pasien. Harga pelayanan hiperbarik perlu dinaikkan disertai peningkatan kualitas pelayanan. Peningkatan pelayanan hiperbarik yang lebih praktis merupakan salah satu upaya memperluas distribusi pelayanan. Sedangkan promosi dilakukan dengan mengutamakan publisitas ilmiah untuk mendapatkan pengakuan dari profesi lain.

Marketing Mix Analysis of Hyper Baric Chamber DR Mintohardjo Marine Hospital Jakarta, 2002. Hyper baric fitness program is apart of Hyper baric center activity from RSAL Dr Mintohardjo Jakarta. This program can extend customer segment of hyper bark center, which is not only usefull for patient but also for the healthy people. Objective of this research is to find out how far the hospital management running effort for hyper bark and its fitness program marketing mix for public, and also to prove that marketing mix is an important thing to be consider in service industry.

This research is a qualitative research by doing depth interview to the hospital manager and explore patient opinion with questioner to get their opinion about marketing activity in hyper bark and its fitness program.

The conclusion base on this research stated that RSAL have doing marketing mix activity even though not planning well. The operation is not perfect yet and there are need correction in several aspect so the RSAL hyper bade marketing can running successfully. There are suggestion that management of RSAL should

make some policy or decision letter to support usefull planning for hyper baric center which can be done properly. The operation of hyper baric fitness program suggested to be done in different time with hyper baric services for the patient. The price of hyper baric services should be rising in accordance with the improvement of service quality. The improvement of hyper baric center which more practical is one of the effort to extend service distribution. Meanwhile the promotion activity priorities for science publicity to get confession from other professions.</i>