

Analisis Penentuan Posisi Bersaing Poliklinik Spesialis Rumah Sakit Umum Palang Merah Indonesia Bogor

Susi Arfina Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70984&lokasi=lokal>

Abstrak

Organisasi pelayanan kesehatan sekarang ini harus senantiasa meningkatkan mutu pelayanan kesehatan agar dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan.

Berawal dari keinginan untuk meningkatkan mutu pelayanan kesehatan itu Rumah Sakit Umum Palang Merah Indonesia Bogor yang merupakan satu-satunya rumah sakit milik Palang Merah Indonesia merencanakan pengembangan poliklinik spesialisnya. Hal ini didukung oleh fakta dari observasi pra penelitian di mana pelanggan berpendapat bahwa ruang periksa dan ruang tunggu sudah tidak memadai. Usaha pengembangan ini dapat bermanfaat jika bisa menentukan posisi bersaing yang tepat. Sementara itu belum ada informasi mengenai karakteristik pelanggan dan posisi pesaing yang dapat digunakan oleh rumah sakit sebagai acuan untuk membuat kebijakan.

Penelitian yang ditujukan untuk menganalisis penentuan posisi bersaing ini, menggunakan rancangan penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Dari penelitian diperoleh hasil bahwa karakteristik pelanggan Poliklinik Spesialis RSU PMI Bogor terbanyak berasal dari kotamadya Bogor, mayoritas kelompok usia produktif dari kelas menengah bawah dengan pendidikan menengah dan pekerjaan pegawai negeri. Karakteristik pelanggan ini menjadi dasar persepsi mengenai posisi poliklinik itu sendiri dan posisi pesaing. Berdasar persepsi pelanggan disimpulkan posisi poliklinik ini dengan pelayanan yang baik dan terjangkau. Dari persepsi pelanggan didapatkan pula bahwa pesaing terdekat adalah Poliklinik Spesialis RS Azra, namun Poliklinik Spesialis RSU PMI Bogor mempunyai keunggulan dari jenis pelayanan yang lebih lengkap dan tarif pelayanan yang lebih murah. Untuk dapat memenangkan persaingan disarankan agar RSU PMI membentuk bagian pemasaran dan melakukan fungsi pemasaran secara optimal sehingga rencana pengembangan poliklinik spesialis dapat diwujudkan dan memberikan manfaat.

.....Positioning Analysis of Specialized Polyclinic in Bogor Indonesian Red Cross HospitalHealth service organization these days should always increase its quality so that they could be the front runner in the course of highly competitive market.

It all begins from the idea to ameliorate the quality of health service at the Bogor Indonesian Red Cross Hospital, which is the only hospital belongs to the Indonesian Red Cross Organization to carry on the plan of its Specialized Polyclinic expansion. This is supported by the fact acquired from pre research observation where customers assume that examination room and waiting lounge are no longer eligible.

This expansion plan will surely come in handy if one is capable of determining the exact positioning. Meanwhile, absence of information concerning customers characteristics and competitors positioning as a parameter to set the hospital policy.

The research is conducted to analyze the determination of positioning, using descriptive analytic methodology of research with qualitative and quantitative approach.

From the research, it is found that the majority of the customer of this specialized polyclinic is originally

from the district of Bogor belong to the productive age group ranging from low to middle class of society with average middle educational qualification and owning profession as civil servant. Perceptions on the positioning of the polyclinic its self and its competitors are made upon the data gained concerning the customers' characteristic. It is summed up, according to the perspective of the customers, that is polyclinic furnish an excellent service and affordable to all levels of society. It is also acknowledgeable that its closest competitor is the polyclinic owned lay Azra Hospital, though the one owned lay RSU PM1 Bogor posses a number of features mainly in its service and tariff.

With the intention of winning the competition, it is advised that Bogor Indonesian Red Cross Hospital should create marketing division and perform optimally marketing functions so that the plan of having specialized polyclinic expansion can be well carried out and last but not least will do bring the most advantage.