

Pemanfaatan optimal investasi alat canggih coronary angiography dan C.T scanning tahun 1991 di rumah sakit Husada

Boy Subirosa Sabarguna, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70988&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam residensi tentang investasi alat canggih Cor. Angiography dan C.T. Scanning ditemukan berbagai masalah, dan yang penting adalah masalah pemanfaatan yang rendah. Hal ini tergambar dari analisa prestasi tahun 1989, Cor. Angiography hanya dimanfaatkan 5,9 % dari kapasitas maksimum alat. Kemudian C.T. Scanning dimanfaatkan 39,1 dari kapasitas maksimum alat.

Dengan teori investasi alat canggih, ditemukanlah berbagai masalah dan yang penting adalah pemanfaatan yang rendah. Dengan menggunakan teori forecasting dapatlah ditentukan TITIK PEMANFAATAN OPTIMAL yang merupakan patokan penilaian prestasi. Dengan teori pemasaran rumah sakit dilakukan berbagai usaha yang mungkin dapat dilakukan untuk meningkatkan pemanfaatan.

Dapat diperhitungkan 7 faktor yang mempengaruhi pemanfaatan, ketujuh faktor itu adalah berikut ini: Kapasitas maksimum alat, BEP, Prestasi tahun 1989. Kemampuan/kenyamanan petugas, trend pemeriksaan tahun 1991, kasus teoritis dan distribusi kasus teoritis. Dengan demikian untuk Cor. Angiography Titik Pemanfaatan Optimal sebesar 1195 (49,6 % dari kapasitas maksimum alat) dan C.T. Scanning 3780 (63,0 % dari kapasitas maksimum alat), untuk tahun 1991. Walaupun disadari belum semua faktor bisa diperhitungkan, karena belum dikuantifikasi.

Dengan titik pemanfaatan optimal akan diperoleh keuntungan, antara lain sekaligus harus menghitung BEP lebih dulu dan lebih realistik karena mempertimbangkan banyak faktor. Juga dengan rumus ini akan dapat dilakukan stimulasi bagi angka-angka anya dan bisa juga untuk dipergunakan bagi alat canggih yang lain, kekurangan ditemui berupa perlunya banyak data dan nilainya hanya berlaku untuk RS tertentu saja.

Pemasaran rumah sakit diambil sebagai upaya dalam rangka meningkatkan pemanfaatan, karena terkait langsung dengan jumlah pemeriksaan. Pemasaran rumah sakit akan berusaha untuk meningkatkan jumlah pemeriksaan, berupa penerapan dari bauran pemasaran yang khusus untuk Cor. Angiography dan C.T. Scanning.

Pemasaran rumah sakit di RS Husada mempunyai kekuatan antara lain karena RS Husada merupakan RS yang sudah lama berdiri dan sudah terkenal. Kemudian mempunyai kelemahan berupa manajemen dan data pemasaran yang belum lengkap. Peluang dari segi bauran pemasaran, sasaran pemasaran dan saluran pemasaran dalam kondisi yang baik. Tetapi ditemui adanya hambatan berupa belum bisa melakukan pemasaran yang aktif dan belum punya pengalaman yang memadai untuk menjadi acuan, yang ini perlu ditanggulangi.

Disarankan untuk secara berkelanjutan menggunakan Titik Pemanfaatan Optimal sebagai patokan dalam menilai pemanfaatan yang optimal, dan segera melakukan pemasaran rumah sakit yang aktif. Kemudian disarankan pula melaksanakan upaya adaptasi bagi penerapan titik pemanfaatan optimal pada alat canggih yang lain.

Penentuan Titik Pemanfaatan Optimal akan merupakan patokan penilaian pemanfaatan optimal, dan pemasaran rumah sakit merupakan usaha untuk mencapai pemanfaatan optimal dari alat canggih Cor. Angiagraphy dan C.T. Scanning.