

Peran dan fungsi manajemen pemasaran RS Pluit dalam memasarkan ikatan kerjasama dengan berbagai perusahaan

Ricky Suwandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72180&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan meningkatnya jumlah rumah sakit di kota-kota besar, khususnya Jakarta, maka dirasakan perlu untuk memasarkan jasa rumah sakit dengan tetap mengingat etika yang telah ditetapkan oleh Departemen Kesehatan dan PERSI. Kerjasama dengan berbagai perusahaan dan perusahaan asuransi dianggap oleh RS Pluit sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah pasien dan pemanfaatan fasilitas.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk melihat peran dan fungsi bagian pemasaran dalam memasarkan ikatan kerjasama dengan berbagai perusahaan.

Dari penelitian ini diketahui bahwa struktur organisasi manajemen pemasaran di RS Pluit tidak mengikuti teori dan tidak mempunyai target dan mekanisme kontrol dalam menyusun rencana jangka pendek dan jangka panjang. Keberhasilan maupun kegagalan diukur dengan membandingkan pencapaian bulan berjalan dengan bulan sebelumnya. Pendapatan rumah sakit dari ikatan kerjasama sampai dengan bulan Juli 2001 adalah Rp.168.862.614, suatu jumlah yang tidak terlalu besar bagi RS seperti RS Pluit.

Disimpulkan bahwa proses manajemen pemasaran di sini, khususnya dalam perencanaan belum optimal sehingga disarankan untuk memperbaikinya dengan menetapkan target dan mempunyai mekanisme kontrol untuk menilai kinerja.

<hr>

The Role of Marketing Management in Marketing Partnership with Companies at Pluit Hospital Many new hospital emerged in big cities like Jakarta led to the need of marketing health services provided by hospital although ethics stipulated by Ministry of Health and PERSI in doing so must always be considered and followed. Pluit hospital considers partnership with companies and insurance companies as a tool in increasing patients and utilization of ancillary services.

This is a qualitative research with case study approach to analyze the role of Marketing Management in Marketing Partnership with Companies at Pluit Hospital.

It was found that organization structure in marketing department of Pluit hospital was not following theory of organization, it also did not stipulated goal and target and did not have a control mechanism in planning a short term as well as long term plan. Success and failure measured by comparing this month's performance with that of the previous month. This year's income earned in this partnership up to July 2001 was Rp.168.862.614, an average amount for a high class hospital such as Pluit hospital.

It was concluded that the role of marketing management, especially in planning, was not yet maximal. Goal,

target and control mechanism has to be stipulated to be able to measure performance.