

## Perencanaan strategis pemasaran layanan rawat inap rumah sakit ibu dan anak lestari di Ciputat, Tangerang tahun 2003

Maya Handiarti Effendi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73332&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kondisi persaingan dalam dunia perumahsakitannya saat ini semakin meningkat dengan adanya peraturan dan kebijakan yang membuka luas usaha di bidang ini oleh pihak swasta serta datangnya era globalisasi. Untuk itu rumah sakit yang telah ada dituntut untuk menerapkan suatu strategi agar bisa tetap bertahan hidup dan tidak tenggelam dalam arus globalisasi tersebut.

Rumah Sakit Ibu dan Anak Lestari merupakan rumah sakit khusus swasta yang berada di daerah Cirendeu, Ciputat dan telah berdiri sejak tahun 1992. Dalam perjalanan pelayanannya, tampak bahwa kinerja rawat inap masih di bawah standar dan masih kalah dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan makin ketatnya persaingan di dunia perumahsakitannya, dipandang perlu untuk membuat perencanaan pemasaran untuk layanan rawat inap kebidanan, selain itu juga karena rumah sakit ini belum mempunyai program pemasaran yang terintegrasi.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif; dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam serta mengumpulkan data sekunder dengan penelusuran dokumen yang mendukung. Dilakukan pula FGD (Focus Group Discussion) dalam tahap awal dan tahap keputusan.

Dengan menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal rumah sakit dapat dipilah-pilah mana faktor yang merupakan peluang dan ancaman serta mana yang menjadi kekuatan dan kelemahan organisasi. Kemudian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap layanan rawat inap digunakan untuk penyusunan Matriks EFE dan IFE kemudian dianalisa dengan menggunakan matriks TOWS dan matriks IE.

Pada tahap ini didapatkan strategi pengembangan produk sebagai strategi terpilih dengan alternatif program : 1. meningkatkan penjualan dengan perbaikan mutu layanan, 2. memodifikasi produk dengan membuat paket persalinan, 3. membuat produk baru yaitu senam hamil, 4. paket antenatal care dan 5. mengembangkan penelitian pemasaran.

Melalui FGD, dilakukan penentuan prioritas program yang akan dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu Quantitative Strategic Planning Matrix, dan terpilih program peningkatan mutu layanan melalui peningkatan kualitas SDM, perbaikan sarana dan prasarana serta penambahan dokter spesialis kebidanan/kandungan tetap.

<hr>

The 2003 Marketing Strategic Plan of Inpatient Service In Lestari Hospital, Ciputat, TangerangThe competition among hospitals keeps on increasing due to the open policy and the effect of globalization that

allow private sectors to join in the business. For that reason, it is necessary for hospitals to implement a certain strategy to survive.

Lestari Hospital, which specialized in delivering service for mothers and children, has been established since 1992. Along the way, the performance of its inpatient service is still below standard and positioned it self below other competitors. Facing tight competition and it's a necessity to organize a marketing strategic plan for maternity inpatient service. Besides that, the hospital is doesn't have an integrated marketing program.

A qualitative research was conducted by gathering primary data through observation and in-depth interview while checking the related documents was done to gather secondary data. Focus Group Discussion (FGD) was carried out during the initial and decision making stage.

By analyzing external and internal factors, factors that were considered opportunities and threats as well as strength and weaknesses can be determined. The influencing factors for inpatient service were used in EFE and IFE Matrix. TOWS and IE matrix were used in the analyzing process.

In this stage, product diversification came out as the chosen strategy with 5 alternatives: increasing sales by improving the service quality; product modification with maternity package; developing new products such as maternity exercise; antenatal care package; and marketing research.

Through FGD, the prioritized program was set using Quantitative Strategic Planning Matrix with the following result: improving service quality through human resource development, improving the facilities and adding more permanent gynecologist.