

Evaluasi strategi komunikasi pemasaran program pendidikan dan pelatihan dalam menghadapi struktur pasar yang berubah (studi kasus pada bidang pendidikan dan pelatihan RSUPN Dr. Cipto Mangunkusumo)

Zulkifli Usman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74917&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi kasus terhadap strategi komunikasi pemasaran program pendidikan dan pelatihan dalam menghadapi struktur pasar yang berubah dilakukan pada Bidang Pendidikan dan Pelatihan RSUP Nasional Dr. Cipto Mangunkusumo, yang rutin menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan tenaga kesehatan di lingkungan sendiri. Status RSCM dari rumah sakit vertikal Departemen Kesehatan menjadi Perusahaan Jawatan mendorong perubahan orientasi Bidang Diklat dari cost center unit menjadi revenue center. Upaya menyelenggarakan diktat swadana memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mencapai target sasaran. Masalah yang timbul adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang harus dilaksanakan dalam menghadapi struktur pasar yang berubah, apalagi dengan munculnya pesaing di pasar sasaran yang sama. Kajian terutama diarahkan pada evaluasi proses perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran program diktat swadana oleh Bidang Diktat RSCM, antara lain seperti diuraikan oleh Fill (1999 : 510) apakah tujuannya memenuhi unsur-unsur mudah dipahami dan jelas (Specific), bisa diukur (Measurable), dapat dicapai (Achievable), wajar (Realistic), dan target sasaran serta waktu pencapaiannya (Targeted and Timed). Selain itu diteliti juga media komunikasi yang digunakan dan bagaimana isi pesan yang disebarluaskan.

Tujuan penelitian adalah untuk mengevaluasi kelayakan bauran promosi yang digunakan oleh Bidang Diktat dalam memasarkan program-programnya ke rumah sakit-rumah sakit maupun klinik spesialis di seluruh Indonesia. Dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran jasa pendidikan dan pelatihan tenaga kesehatan dalam menghadapi struktur pasar yang berubah.

Pengumpulan data melalui studi dokumen dalam bentuk laporan, peraturan, hasil studi maupun buku pedoman yang berhubungan dengan kegiatan diklat. Selain itu diupayakan wawancara mendalam tidak berstruktur kepada narasumber yang terkait dengan penyelenggaraan program pendidikan dan pelatihan.

Dari hasil pengumpulan data yang kemudian dianalisa dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang telah dijalankan baru sebatas memanfaatkan salah satu elemen bauran promosi, yaitu direct marketing. Dalam menghadapi persaingan di pasar terbuka perlu upaya peningkatan promosi agar mampu menjangkau sasaran yang lebih luas. Keberhasilan mempengaruhi para calon konsumen atau pelanggan untuk mengikuti kegiatan diktat melalui telepemasaran amat ditentukan oleh keterampilan berkomunikasi petugas pemasaran yang ditunjuk, sebab promosi yang dilakukan menuntut kemampuan berkomunikasi dua arah.

Implikasi evaluasi komunikasi pemasaran program diktat adalah untuk mengetahui kelayakan strategi yang

telah dilaksanakan dalam menghadapi struktur pasar yang berubah. Perubahan struktur pasar ke arah kompetisi terbuka dibuktikan dengan keberadaan rumah sakit swasta disekitar RSCM yang memiliki pusat pendidikan formal telah mulai memasuki pasar sasaran yang sama dengan pasar Bidang Diktat RSCM. Sebagai pesaing baru perlu diantisipasi dengan upaya menonjolkan kelebihan-kelebihan yang sudah melekat sebagai rumah sakit pendidikan maupun pusat rujukan nasional. Selain pesaing baru terdapat pesaing utama yang harus dicermati karena sesama rumah sakit pemerintah yang juga mempunyai predikat rumah sakit pendidikan dengan kelebihan sebagai pusat pelayanan kesehatan khusus, seperti RS. Kanker Dharmais, dan yang lainnya. Pemikiran ke arah spesialisik diktat sesuai dengan predikat yang dimiliki oleh masing-masing rumah sakit pendidikan sebagai pusat pelayanan kesehatan dibidangnya sebaiknya bisa direalisasikan.

Unit hubungan Masyarakat di RSCM apabila bisa diberdayakan menjadi mitra kerja Bidang Diktat merupakan salah satu unsur bauran promosi yang juga potensial. Berbagai fasilitas penunjang perlu mendapat perhatian serius dari Kepala Bidang Diktat RSCM maupun Direktur RSCM, mulai dari pintu kedatangan peserta, tempat parkir kendaraan, rambu-rambu yang seyogyanya menjadi petunjuk bagi peserta untuk mencapai lokasi kegiatan diktat, keamanan dan kenyamanan berada di lingkungan RSCM. Dapat merupakan nilai tambah jika Bidang Diktat RSCM memiliki fasilitas penginapan yang akan sangat membantu peserta terutama yang berasal dari luar DKI Jakarta, dan sekaligus bisa dimanfaatkan oleh Direksi RSCM sebagai pemondokan bagi keluarga pasien rujukan dari daerah yang tidak mempunyai keluarga di Jakarta.