

Rencana strategis pemasaran RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya tahun 2004 - 2008

Dicky M. Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=76861&lokasi=lokal>

Abstrak

Globalisasi dan liberalisasi perdagangan adalah kenyataan yang harus diterima, pengaruhnya besar sekali terhadap bidang kesehatan termasuk posisi dan fungsi rumah sakit yang tadinya merupakan lembaga sosial, kini harus berubah berubah menjadi lembaga sosioekonomi.

Dalam rangka persiapan menjadi rumah sakit swadana, RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya bermaksud mengembangkan unit rawat jalan yang diharapkan dapat menjadi revenue center serta pada tahap berikutnya akan meningkatkan utilisasi unit lain misalnya rawat inap, laboratorium, dan apotik .

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat suatu strategi pemasaran yang tepat untuk unit rawat jalan RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik dengan menggunakan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan. Pengumpulan informasi dilakukan melalui wawancara mendalam, sumber data primer dan sekunder serta observasi oleh peneliti sendiri.

Teknik penyusunan strategi dilakukan melalui tiga tahapan. Tahap pertama input stage meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya, evaluasi faktor lingkungan eksternal dan internal dengan menggunakan matriks EFE dan IFE. Tahap kedua matching stage meliputi penentuan tujuan jangka panjang RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya sampai 2008 dan menentukan alternatif strategi dengan menggunakan matriks TOWS dan IE. Dan pada tahap ketiga decision stage dilakukan penetapan strategi terpilih RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya untuk tahun 2004 - 2008 dengan menggunakan matriks QSPM. Cara pengambilan keputusan menggunakan metoda CDMG (Concensus Decision Making Group). Berdasarkan analisis tersebut, posisi unit rawat jalan RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya berada pada posisi future Quadrant (SO) dan posisi hold and maintain. Kemudian dengan penyesuaian (matching) antara kedua analisis tersebut diperoleh alternatif strategi yang dianjurkan adalah market penetration dan product development. Strategi yang dipilih dan sebagai prioritas dan analisis menggunakan QSPM adalah market penetration.

Strategi penetrasi pasar yang kemudian dikembangkan dalam strategi operasional dikaitkan dengan bauran pemasaran adalah sebagai berikut : Produk (Product) ; kehandalan produk meliputi perbaikan kualitas pelayanan, dilakukan melalui pengembangan sumber daya manusia dan kelengkapan sarana prasarana dan standarisasi mutu; harga (Price), strategi penurunan harga yang dapat meningkatkan penjualan ; distribusi (Distribution), meningkatkan distribusi yang dilihat dari aspek fisik dan peningkatan kemitraan dengan saluran distribusi; promosi (Promotion), melakukan pembuatan leaflet atau bulletin tentang kesehatan dan membentuk divisi pemasaran secara khusus.

<hr><i>Globalization and liberalization of trade are reality to will be acceptance , influential to health care.

Emphasized for non profit hospital became profit hospital. Inpreparation with self financing (swadana), Cijantung hospital to intend with out patient unit care to became revenue center and to increase utility for inpatient unit, pharmacy or laboratory.

Purpose of examination are make planning of marketing strategy for out patient unit in Cijantung hospital.

The kind of this research is descriptive analytic research used information as a base information of taking strategic decision. The collecting information were done through deep interviewed, secunder data source and observation by the researcher himself.

The techniques strategy competition were done through three stages. Stage I (input stage) included external and internal environment analysis, evaluation of external and internal environment factor used EFE and IFE matrixes and reviewed vision and mission statement of RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya. Stage II (matching stage) included established of long term objective until 2008 and decided alternative strategy used TOWS and IE matrixes. And stage III (decision stage) were done by decided chosen strategy of RS Tk IV Cijantung Kesdam Jaya for year 2004 - 2008 used QSPM The taking of decision was made using CDMG (Consensus Decision Making Group) method. Based on analysis, the out patient unit Cijantung Hospital currently is on helping future quadrant and hold and maintain position. Then the analysis is matched to obtain recommended alternative strategy, market penetration and product development The alternative strategy chosen by QSPM matrix is market penetration.

Market penetration attempts to improve revenues or market share by better satisfying current customers with current product. Product enhancement (modifying the product to make it more appealing to the target market) is fundamental component of market penetration strategies, although pricing, promotion and distribution are used as well. The market penetration need to be develop on operation strategy related to marketing mix, product, product virtue consists of increasing service quality, performed by developing human resources and infra structure and quality standard, price, reducing price strategy which may increase sales; distribution, increasing distribution optimally, according to target market such as with leaflet or health bulletin and to make the market division.</i>