

Survey demand calon pelanggan rumah sakit TNI AU Tk II Dr. Salamun Bandung

Achmad Hidayat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78066&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemasaran rumah sakit, pada akhir-akhir ini menjadi topik yang menarik. Pemasaran yang dimaksud disini adalah pemasaran sosial dengan tujuan memperkenalkan rumah sakit pada masyarakat, memberikan informasi yang jelas dan benar tentang berbagai fasilitas dan pelayanan yang ada, meningkatkan citra yang baik melalui kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan rumah sakit serta mengupayakan optimalisasi pemanfaatan sumber daya rumah sakit agar lebih efisien dan efektif.

Tujuan dan penelitian ini adalah tersedianya informasi mengenai karakteristik demand calon pelanggan pada masyarakat sekitar rumah sakit, serta teridentifikasinya karakteristik umum masyarakat, karakteristik pola berobat masyarakat dan karakteristik pengenalan masyarakat terhadap rumah sakit.

Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan pendekatan identifikasi masalah dan bertujuan menghasilkan suatu analisis deskriptif kuantitatif dengan menganalisa demand masyarakat calon pelanggan terhadap rumah sakit.

Instrumen yang dipergunakan berupa kuestioner dengan pertanyaan tertutup dan beberapa pertanyaan terbuka pada responden yang didapat secara stratifikasi demografis serta didukung data sekunder dari rumah sakit.

Rumah Sakit TNI AU Tk II Dr_Salamun Bandung dipilih, karena peneliti ingin menyumbangkan hasil penelitian tersebut kepada instansi peneliti berasal, yang mempunyai permasalahan rendahnya utilitas masyarakat sekitar terhadap pelayanan kesehatan dari rumah sakit.

Dari penelitian ini diperoleh informasi bahwa masyarakat sekitar sebagai calon pelanggan mempunyai karakteristik sbb.: umur lebih banyak diatas 30 tahun, tingkat pendidikan SD+SLP, jenis pekerjaan swasta, pengeluaran rata-rata Rp.300.000,-/bulan. Untuk pola berobat masyarakat tersebut cukup tinggi kesadaran tentang kesehatan, dimana akan ke rumah sakit jika sakit, mencari rumah sakit terdekat, bayar sendiri, banyak menggunakan unit rawat jalan.

Sedangkan pengenalan terhadap Rumah Sakit TNI AU Tk II Dr.Salamun sangat tinggi, mereka anggap tidak mahal pembiayaannya, bersedia di rawat jika sakit, pelayanannya dikatakan sudah cukup baik, mereka harapkan lebih meningkatkan mutu pelayanan kesehatan dan unit rawat inap.

Dengan penelitian ini diharapkan manajemen dapat mengantisipasi dengan menggiatkan pemasaran melalui strategi yang tepat, oleh karena peluang yang ada serta pangsa pasar yang cukup baik. Sudah barang tentu

hal tersebut disesuaikan dengan kemampuan rumah sakit, baik dari SDM, fasilitas dsb.

<hr>

Recently hospital marketing is becoming one of the most interesting topics. Marketing here as social marketing with the goals to introduce hospital to society, to give the right clear information about all kinds of facility and service which are available, also to improve good impression through society trust toward hospital capability and to try develop optimalization of hospital human resources, so it can be more effective and efficient.

The goals of this research is to give information about the prospective customer demand characteristic toward hospital society, also to identify the society characteristic, public health care behavior characteristic, and the public acquaintance with hospital characteristic.

This research is a descriptive study with problem identification approach and its goal is to produce some descriptive quantitative analysis by analyzing the hospital prospective customer demand. The instrument for this research is in the form of a questioner with closed questions and some open questions which will be answered by respondents who are being chosen upon demographic stratification and upon hospital secondary data.

Dr Salamun Air Force Hospital in Bandung is chosen, because the researcher wants to devote his research result to the institution where the researcher belongs to, its problem that the neighborhood utility of hospital health service is low. Information gathered from this research disclosed that the neighborhood as prospective customer has the following characteristics, i.e. mostly above 30, level of education SD and SLP, private person by occupation, monthly expense Rp. 300,000,-. Seen from the health control view point it can be concluded that the health care consciousness is high, in that they will go to hospital if they are ill, look for the nearest hospital, pay by them self and lots of them make use the out patient department.

Meanwhile there is full awareness of Dr Salamun Air Force Hospital, people consider that the expense is not high, and they are willing to be in patient if the are ill. They say the hospital service is good and they hope the quality of health service and in patient departement can be improved. With this research, it is expected that management can anticipate by activating the market through better strategy, because the chance and the market are quit a good. For a certain all of that is being adjusted to the hospital potential both human resource and facility etc.