

Studi kualitatif kepentingan pemilik obligasi terhadap kebijakan pemasaran di Rumah Sakit Umum Daya Makassar

Eddy Mokhtar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78226&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berlatar belakang adanya keanekaragaman kepentingan dari pemilik obligasi yang dapat berpengaruh kepada potensi bekerja sama ataupun potensi mengancam terhadap kinerja Rumah Sakit Umum Daya Makassar, sehingga memerlukan langkah strategik yang mempertimbangkan kepentingan-kepentingan tersebut di dalam pengambilan kebijakan, khususnya kebijakan di bidang pemasaran.

Penelitian bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang kepentingan-kepentingan pemilik obligasi pada Rumah Sakit Umum Daya, sekaligus mendapatkan gambaran tentang pemasaran yang diinginkannya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode eksplorasi terhadap 18 (delapan belas) kelompok pemilik obligasi, menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap informan masing-masing kelompok dan dilanjutkan dengan diskusi dalam Focus Group Discussion. Disamping itu dilakukan pengamatan langsung dan peninjauan data-data sekunder yang mendukung.

Validasi data dilakukan dengan recek terhadap sumber informasi dan wawancara mendalam dengan informan lain di luar kelompok yang dijajaki.

Penelitian dibatasi pada lima aspek kebijakan pemasaran, yaitu : kebijakan segmentasi, kebijakan produk, kebijakan tarif, kebijakan distribusi dan kebijakan promosi.

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif-anaiitik, menunjukkan adanya keanekaragaman kepentingan pemilik obligasi Rumah Sakit Umum Daya yang diklasifikasikan menjadi : kepentingan yang bersifat pribadi, kepentingan sebagai mitra atau pesaing, kepentingan sebagai pemegang akuntabilitas publik, kepentingan sebagai konsumen dan kepentingan sebagai informator dan komunikator. Demikian juga kebijakan pemasaran yang diinginkan amat bervariasi dan banyak, diantaranya yang berpotensi menimbulkan konflik.

Kebijakan yang berpotensi menimbulkan konflik di antara pemilik obligasi adalah kebijakan penetapan segmen pasar, kebijakan pemilihan jenis produk dan kebijakan yang berhubungan dengan tarif, sedangkan kebijakan distribusi dan kebijakan promosi relatif lebih kurang menimbulkan konflik, terutama dalam hal promosi, umumnya pemilik obligasi sepakat bahwa pelayanan prima merupakan Cara promosi yang terbaik.

Kompleksnya kepentingan dan keinginan, mengakibatkan pengelolaan pemilik obligasi Rumah Sakit Umum Daya memerlukan suatu media yang dapat menjembatannya. Pembentukan Dewan Rumah Sakit Kota Makassar atau pembentukan Forum Komunikasi dan Informasi Rumah Sakit Kota Makassar dapat dijadikan

sebagai rekomendasi penelitian.

Daftar Pustaka : 23 (tahun 1989-2002)

*Quality Study of the Interests of Stakeholders to the Marketing Policy of Daya General Hospital at Makassar*The interest diversity of bond holders has potential power, both cooperative and threatens, to the hospital productivity. It needs strategic actions which accommodate those interests in policy making, especially in marketing policy.

This research purpose is describing the interests of stakeholders of Daya General Hospital at Makassar and the marketing programmed they need.

This research is designed as qualitative which explore 18 groups of stakeholders. As qualitative study, in depth interview and Focus Group Discussion. are used here. Direct observation and secondary data exploration are done also.

Data validation is done by recheck the informants and makes in depth interview with the other informants out of the group.

Research area is restricted in 5 marketing policy aspects : segmentation, product, tariff distribution and promotion.

The result is presented in descriptive analytic of the diversity and conflict of those interests. Those interests are classified : personal interest, partner or competitor interests, public accountability holder interest, consumer interest, informant and communicator interest. The marketing policy which they need are variety, wherein is the conflict causal potential.

The policies that cause conflict potential are policy in segmentation, tariff and choosing product. Whereas, the policy in distribution and promotion are less conflict. Excellent service is agreed as the best promotion.

Complexity of interest evokes the appropriate regulation which balances the Daya General Hospital of Makassar stakeholders. The council or communication forum of Makassar Hospital is the recommendation of this research.

23 References (1989 - 2002)