

Analisis bauran pemasaran pelayanan antar obat di bagian farmasi Rumah Sakit Haji Jakarta tahun 2002

Agus Ruchiyat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97346&lokasi=lokal>

Abstrak

Rumah Sakit Haji Jakarta dalam mempenahankan kelangungan hidup maupun perkembangan selanjutnya. dituntut untuk dapat beradaptasi terhadap berbagai perubahan lingkungan dan mampu bersaing dengan rumah sakit lain yang ada di sekitarnya.

Mengingat unit farmasi adalah profit center dan memberikan sumbangan terbesar pada Rumah Sakit Haji Jakarta, maka untuk dapat bersaing dengan rumah sakit lainnya, salah satu jalan keluarnya dengan mengembangkan penjualan obat dengan sistem pelayanan antar obat secara gratis.

Kebijakan tersebut dilakukan karena angka drop out resep berkisar 27 sampai dengan 35 %, hal ini diduga disebabkan oleh ruang tunggu di bagian farmasi sangat kecil, sehingga pada saat jam sibuk padat sekali.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana manajemen Rumah Sakit Haji Jakarta menjalankan upaya bauran pemasaran penjualan obat dengan sistem pelayanan antar obat secara gratis. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan cara wawancara mendalam yang bertujuan untuk menggali atau memahami analisis bauran pemasaran pelayanan antar obat di bagian farmasi Rumah Sakit Haji Jakarta.

Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa telah diterapkannya strategi bauran pemasaran terhadap pelayanan antar obat terapi perlu pengembangan lebih lanjut, terutama terhadap bauran promosi dan harga.

Saran yang diusulkan adalah promosi harus dijalankan secara rutin untuk ditampilkan, baik melalui brosur, pamflet, kartu nama maupun lewat pengeras suara. Sedangkan untuk harga obat, RS Haji Jakarta perlu melakukan evaluasi.

<hr>

In order to maintain its survival and growth, Haji Hospital ought to be adapted from every environment challenge and compete with any other hospital.

Considering that Pharmacy unit is a profit center for giving the largest contribution, therefore to be able to compete with any other hospital, the only way to solve it by expand drug selling with drugs delivery service system freely.

This policy comes up based on the number of "receipt drop out" which is increased from 27 % until 35 %, which is caused by waiting room the Pharmacy unit is very small, especially in the rush hour it is found to be very hectic.

The objective of this research is to know how & r Haji Hospitals management doing the effort of marketing mix selling drugs with drug delivery service system iireely. This research is a qualitative research based on depth interview. to understand analyzing marketing mix in dmgs delivery service as a product in Haji Hospital.

Result of this research is marketing strategy for this service already nmning, but need more attention on promotion and pricing mix.

Suggestion for this result are promotion should be done routinely through brochures. pamphlets, name card even loud speaker. Meanwhile for t.he drug pricing need more evaluation among other Pharmacy.