



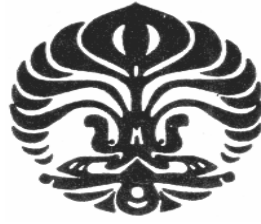
**UNIVERSITAS INDONESIA**

**GAMBARAN PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH SAKIT  
IBU DAN ANAK KEMANG MEDICAL CARE DITINJAU DARI  
*NEW WAVE MARKETING (CO-CREATION)***

**SKRIPSI**

**VILDA R. AMIR  
1005001811**

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
MANAJEMEN RUMAH SAKIT  
DEPOK  
JUNI 2009**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**GAMBARAN PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH SAKIT  
IBU DAN ANAK KEMANG MEDICAL CARE DITINJAU DARI  
*NEW WAVE MARKETING (CO-CREATION)***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Kesehatan Masyarakat**

**VILDA R. AMIR  
1005001811**

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
ADMINISTRASI KEBIJAKAN KESEHATAN  
MANAJEMEN RUMAH SAKIT  
DEPOK  
JUNI 2009**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

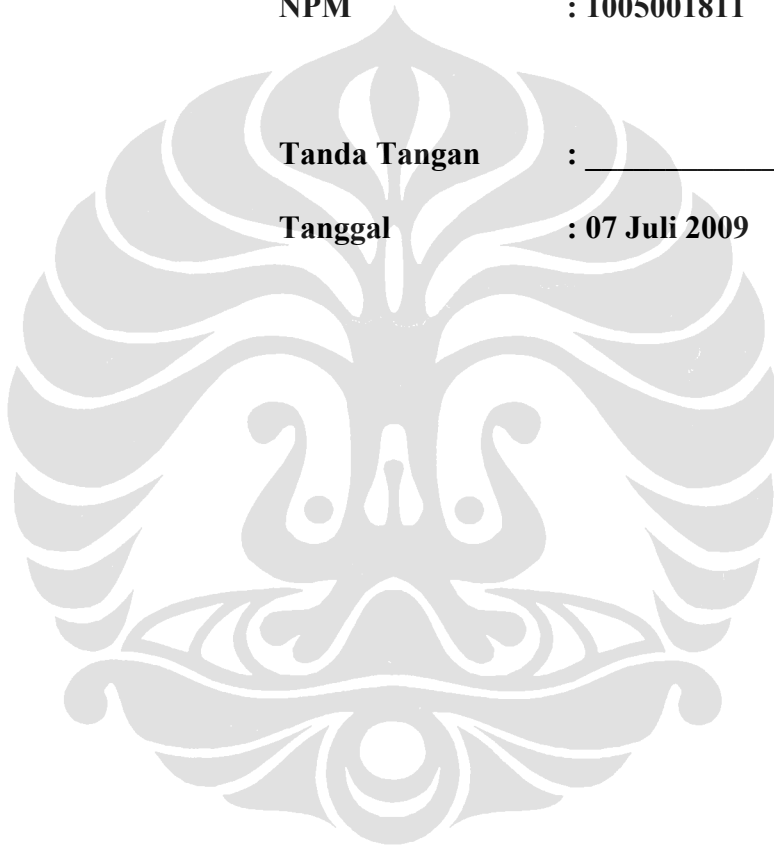
**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Vilda R. Amir**

**NPM : 1005001811**

**Tanda Tangan : \_\_\_\_\_**

**Tanggal : 07 Juli 2009**



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Vilda R. Amir  
NPM : 1005001811  
Program Studi : Administrasi Kebijakan Kesehatan  
Judul Skripsi : GaMbaran PengeMbaran Bisnis di Rumah Sakit  
IBu dan Anak Kemang Medical Care Ditinjau dari  
*New Wave Marketing (Co-creation)*

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat pada Program Studi Administrasi Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. dr. Purnawan Junadi, MPH. PhD ( )  
Penguji : drg. Wahyu Sulistiadi, MARS ( )  
Penguji : Aida F-Umaya, SE. MM ( )

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 25 Juni 2009

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* 'aalamin, segala puji dan syukur hanya layak dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian untuk skripsi di Rumah Sakit Ibu dan Anak Kemang Medical Care Jakarta Selatan.

Selama melakukan penelitian dan pembuatan skripsi, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan dan bantuan yang membuat segala kesulitan jadi mudah dan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengabadikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Untuk seluruh, teman-teman di RSIA KMC: Mba Maya, Mba Gita, Mba Fiona, Mba Dini, Mba Cici, Mas Erik, Mas Erzal, Mas Adi, Mas Cahyadi, Pak Deni, Pak Yusuf, Pak Doni, Mas Fahmi, teman-teman di keuangan: Mba Suzan, Mba Rosi, Mba Zehan, Pak Gouw. Mba Yetty, Bu Vera, Bu Rini, Pak Ian, Pak Panca, Para dokter, teman-teman di *Front office*, Perawat, *front Liner*, dan lain-lain. Mohon maaf jika ada yang tidak tersebut. Intinya Terima kasih kepada seluruh Karyawan RSIA KMC yang sangat bersahabat.
2. Mba Firly(Dwi Firly, SKM) dan Ka Indra (Indra K, SKM) yang telah banyak sekali membantu Vilda selama mengambil data di RSIA KMC. Terima kasih banyak atas dukungan, nasihat dan pelajaran yang selama ini diberikan. Semoga sukses.
3. Terima kasih kepada staff AKK yang telah banyak membantu kami. Terima kasih atas semua bantuan, info dan lain-lain.
4. Terima kasih kepada seluruh teman-teman, sahabat-sahabat di 2005, Dini, Esa, Ratih, Rizka, Lidya, Novi, Devi, Aci, Eni, Nanay, Hanna, Nurhasanah, Cicik Zehan Farahwati, Anggi, Ratih 07, Ranger 2008, teman-teman 2006, 2007 dan 2008. Terima kasih banyak atas bantuan, dukungannya dan doanya.

5. Ibu Aida F-U Reksodirdjo, SE.MM dan Bapak Peter Darmaun selaku Informan dan yang telah membimbing saya dalam mendapatkan ilmu terkait pemasaran dan *New Wave Marketing* ini. Terima kasih atas bimbingannya, waktunya, dan ilmunya. Terima kasih juga atas pelajaran yang diberikan selama ini.
6. Bapak Prof.dr.Purnawan Junadi,MPH,PhD, selaku Pembimbing Skripsi, Terima kasih banyak atas bimbingan Bapak selama ini. Ilmu yang Bapak berikan sangat berharga bagi saya. Terima kasih juga Pak, Karena telah bersedia menjadi informan saya.
7. Terima kasih kepada FIRA atas pengertian, pengorbanan dan dukungan yang sangat berarti selama ini.
8. Kakak-adik, Tante dan Sepupu. Terima kasih banyak atas segala dukungannya selama ini
9. Kepada Mama dan Papa ku tercinta. Terima kasih atas dukungan, kasih sayang dan doa yang selalu tercurah untuk Vilda. Segala bentuk dukungan, kasih sayang dan doa yang Mama dan Papa berikan selama ini sangat berharga bagi Vilda sampai kapan pun.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang mendoakan dan mendukung Vilda. Terima kasih banyak.

Juni, 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah

ini:

Nama : Vilda R. Amir

NPM : 1005001811

Program Studi : S1 Regular

Departemen : Administrasi Kebijakan Kesehatan

Fakultas : Kesehatan Masyarakat

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Gambaran Pengembangan Bisnis di Rumah Sakit Ibu dan Anak Kemang Medical Care Ditinjau dari *New Wave Marketing (Co-creation)*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 07 Juli 2009

Yang menyatakan

( Vilda R. Amir)

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                    | i    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                   | ii   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                                | iii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                   | iv   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....        | vi   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                       | ix   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                     | xi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                    | xii  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                  | xiii |
| <br>  |      |
| <b>1. PENDAHULUAN</b> .....                                   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                      | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                   | 3    |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....                               | 4    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                   | 4    |
| 1.4.1 Tujuan Umum .....                                       | 4    |
| 1.4.2 Tujuan Khusus .....                                     | 4    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                                  | 4    |
| 1.5.1 Untuk Rumah Sakit .....                                 | 4    |
| 1.5.2 Untuk Mahasiswa .....                                   | 4    |
| 1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....                            | 5    |
| <b>2. Analisis Situasi Umum</b> .....                         | 6    |
| 2.1 Sejarah RSIA KMC .....                                    | 6    |
| 2.2 Profil RSIA KMC .....                                     | 7    |
| 2.3 Visi, Misi, Tujuan, Motto, dan Value RSIA KMC .....       | 7    |
| 2.3.1 Visi .....  | 7    |
| 2.3.2 Misi .....  | 7    |
| 2.3.3 Tujuan .....  | 8    |
| 2.3.4 Motto .....   | 8    |
| 2.3.5 Value .....   | 8    |
| 2.4 Struktur Organisasi .....                                 | 8    |
| 2.5 Komposisi Karyawan .....                                  | 9    |
| 2.5.1 Komposisi Karyawan berdasarkan tingkat pendidikan ..... | 9    |
| 2.5.2 Komposisi Karyawan berdasarkan tingkat jabatan .....    | 10   |
| 2.6 Fasilitas Kemang Medical care .....                       | 11   |
| 2.7 Produk Yang Dihasilkan .....                              | 12   |
| 2.7.1 Pelayanan Medik .....                                   | 12   |
| 2.7.2 Penunjang .....   | 13   |
| 2.7.3 Pelayanan Administrasi .....                            | 14   |
| 2.7.4 Pelayanan Penunjang Medik .....                         | 14   |
| 2.7.5 Pelayanan Penunjang Non Medik .....                     | 15   |
| 2.7.6 Nama Tenaga Medis .....                                 | 16   |
| 2.7.7 Tanggung Jawab Sosial perusahaan .....                  | 18   |



|  |    |
|--|----|
| 2.8 Departemen <i>Marketing and PR</i> .....                           | 18 |
| 2.8.1 Visi dan Misi <i>Marketing and PR KMC</i> .....                  | 18 |
| 2.8.1.1 Visi .....   | 18 |
| 2.8.1.2 Misi .....   | 18 |
| 2.8.1.3 Tujuan Umum .....  | 19 |
| 2.8.1.4 Rencana Kerja .....  | 19 |
| 2.8.2 Fungsi dan Uraian Tugas Departemen <i>Marketing and PR</i> ..... | 19 |
| 2.8.2.1 Fungsi .....   | 19 |
| 2.8.2.2 Uraian Tugas .....   | 19 |
| 2.8.3 Struktur Organisasi Departemen <i>Marketing and PR</i> .....     | 23 |
| 2.8.4 Jumlah Personil .....  | 25 |
| 2.8.5 Hubungan Kerja dengan Bagian/Unit lain .....                     | 25 |
| <b>3. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                                       | 27 |
| 3.1 Pengertian .....   | 27 |
| 3.2 Perencanaan Bisnis .....   | 29 |
| 3.3 New Wave Marketing .....   | 32 |
| <b>4. KERANGKA PIKIR</b> .....   | 41 |
| 4.1 Kerangka Teori .....   | 41 |
| 4.2 Kerangka Pikir .....   | 42 |
| 4.3 Definisi Operasional .....   | 42 |
| <b>5. METODE PENELITIAN</b> .....                                      | 46 |
| 5.1 Jenis Penelitian .....   | 46 |
| 5.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                  | 46 |
| 5.3 Jenis dan Pengumpulan Data .....                                   | 46 |
| 5.4 Informan .....   | 47 |
| 5.6 Teknik Keabsahan .....   | 47 |
| <b>6. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                                   | 49 |
| 6.1 Pendahuluan .....  | 49 |
| 6.2 Karakteristik Informan .....                                       | 49 |
| 6.3 New Wave Marketing .....   | 51 |
| 6.3.1 Horizontalisasi PeMasaran .....                                  | 51 |
| 6.3.2 Word of Mouth .....  | 54 |
| 6.3.3 Komunitas pelanggan .....  | 57 |
| 6.4 Co-Creation .....  | 61 |
| 6.4.1 Mengundang pelanggan Untuk Berpartisipasi .....                  | 61 |
| 6.4.2 Mendorong Pelanggan MeMbagi Pengalamannya .....                  | 64 |
| 6.4.3 Mendukung Pelanggan Untuk bekerja sama .....                     | 66 |
| 6.5 PengeMbangn Bisnis .....   | 67 |
| 6.5.1 Keterikatan Pelanggan .....                                      | 67 |
| 6.5.2 PengeMbangn Produk .....   | 69 |
| <b>7. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                                   | 71 |
| 7.1 Kesimpulan .....   | 71 |
| 7.2 Saran .....  | 73 |
| <b>DAFTAR REFERENSI</b> .....  | 74 |

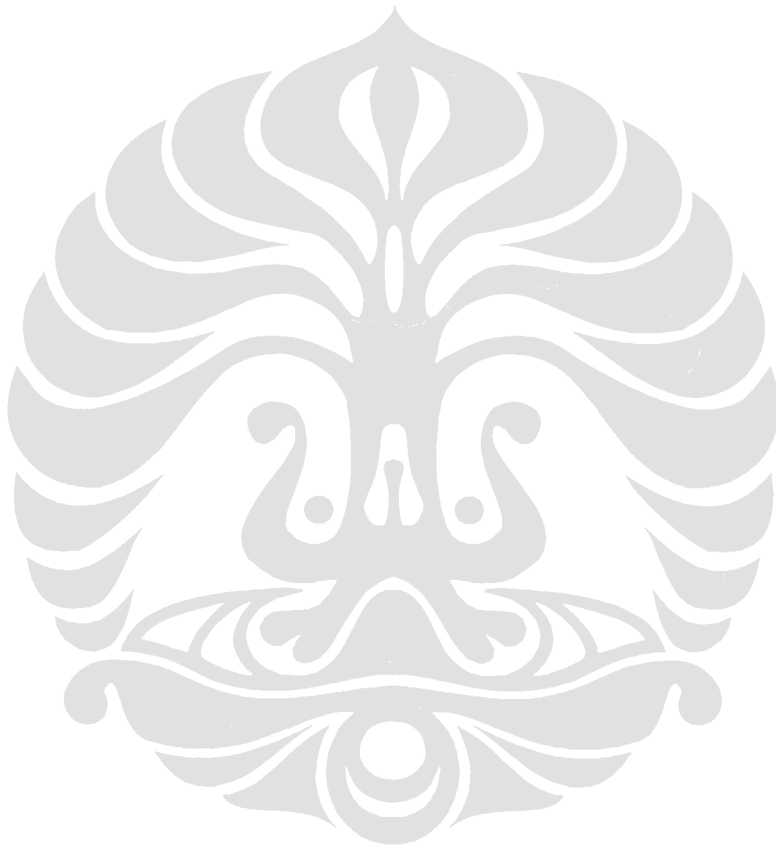
## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....   | 9  |
| Tabel 2.2 Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Jabatan .....      | 10 |
| Tabel 2.3 Jumlah Personil Dept. <i>Marketing and PR</i> .....       | 25 |
| Tabel 3.1 Matriks Penentu Strategi .....                            | 30 |
| Tabel 3.2 Matriks Hubungan Relative Antara Kualitas Dan Harga ..... | 31 |
| Tabel 6.1 Karakteristik Informan .....                              | 49 |
| Tabel 6.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan.....        | 50 |
| Tabel 6.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Lama Bekerja .....     | 50 |
| Tabel 6.4 Karakteristik Informan berdasarkan jenis Kelamin .....    | 51 |
| Tabel 6.5 Kegiatan Co-Creation RSIA KMC .....                       | 58 |
| Tabel 6.6 Tema Kegiatan Weekend @KMC .....                          | 59 |



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Dept. Marketing dan PR RSIA KMC ... 24



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Struktur Organisasi
- Lampiran 2. Fasilitas Kamar
- Lampiran 3. Kegiatan Foodtainment
- Lampiran 4. Matrik Wawancara
- Lampiran 5. Program Kerja *Marketing and PR* RSIA Kemang Medical Care
- Lampiran 6. Flyer Kegiatan *Weekend @ KMC*
- Lampiran 7. Jadwal Dokter

