

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

1. Horizontalisasi Pemasaran telah terjadi di Rumah Sakit Ibu dan Anak Kemang Medical Care. Proses Horizontalisasi yang dilakukan adalah dengan memposisikan pelanggan sejajar. Pelanggan dapat berfungsi sebagai *stakeholder*, pengembang produk dan *marketer* atau pemasar RSIA Kemang Medical Care.
2. Strategi *word of mouth* dilakukan RSIA Kemang Medical Care karena strategi ini dinilai efektif dan memiliki konsep *low budget high impact*. Kegiatan yang dilakukan selain melalui pelayanan yang berkualitas RSIA Kemang Medical Care juga mengadakan *Weekend at KMC*, Seminar Kesehatan, sedangkan yang telah direncanakan dan kedepannya akan dilaksanakan adalah *Focus Group Discussion* berdasarkan etnografi.
3. Kurangnya kuantitas dan kualitas SDM dan Persiapan kegiatan di RSIA KMC menjadi hambatan dalam pelaksanaan *New Marketing*.
4. Dalam melakukan pemasarannya, RSIA Kemang Medical Care juga melakukan kegiatan masuk ke dalam komunitas pelanggan. Selain komunitas tersebut diundang menghadiri acara di RSIA Kemang Medical Care, pemasaran dilakukan juga dengan menjemput bola, yaitu datang ke tempat acara komunitas tersebut. Kegiatan yang dilakukan dengan mengundang komunitas dan mendatangi acara komunitas adalah: *Seminat*, *visit corporate*, *visit school*, hingga masuk ke arisan ibu-ibu target pasar.
5. RSIA Kemang Medical Care mengundang pelanggan untuk berpartisipasi dalam pembuatan produk dan memperluas jangkauan

pasar. Hal ini adalah salah satu strategi *word of mouth* dan evaluasi pelayanan RSIA Kemang Medical Care. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan mengadakan kuesioner, *facebook*, survai via telpon, dan yang sudah dalam rencana dan akan dilaksanakan adalah FGD.

6. RSIA Kemang Medical Care juga melakukan kegiatan yang mendorong pelanggannya untuk membagi pengalaman mereka. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan memiliki *group member* di *facebook*, *Weekend at KMC*, melakukan telepon survai, mengadakan arisan dan masuk ke dalam kegiatan arisan ibu-ibu target pasar dan FGD yang akan sudah ada di program (FGD dilaksanakan ketika jumlah pelanggan sudah memadai).
7. RSIA Kemang Medical Care sudah merencanakan akan melakukan *Focus Group Discussion* sebagai kegiatan memfasilitasi dan "mengikat" pelanggan untuk bekerja sama dalam pengembangan produk dan pemasarannya.
8. RSIA Kemang medical Care sudah mulai mencoba untuk menciptakan keterikatan pelanggan dengan RSIA Kemang Medical Care. Usaha-usaha yang dilakukan adalah dengan mengadakan kegiatan *gathering* pelanggan/ target pasar di RSIA Kemang Medical Care, misalnya, *Painting Exhibition*, *Hospital Tour*, mengadakan arisan, dan *Weekend at KMC*.
9. RSIA Kemang Medical Care memiliki beberapa kegiatan untuk dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, usaha tersebut adalah melalui kuesioner, survai via telpon, dan FGD yang sudah direncanakan. Selain itu, dalam jangka waktu operasi yang relatif baru beberapa bulan ini, RSIA Kemang Medical Care akan mengadakan beberapa produk (layanan) yang berasal dari masukan pasien yaitu: Yoga, Fisioterapi, dan Senam Hamil.

7.2 Saran

❖ Bagi Rumah Sakit Ibu dan Anak Kemang Medical Care

1. Perlu meningkatkan fokus pada pembentukan komunitas loyal melalui arisan. Misalnya dengan mendata ulang, mengundang, dan mengadakan arisan rutin di RSIA Kemang Medical Care.
2. Mengadakan perkumpulan pelanggan dengan 3 (tiga) jenis relasi atau kesamaan nilai, yaitu: *Intellectual relevance*, *Emotional relevance*, dan *Spiritual relevance*.
3. Meningkatkan jumlah dan kualitas SDM Marketing.
4. Memperbaiki kualitas persiapan kegiatan di RSIA KMC.
5. Mendorong komunitas yang sudah mulai terbentuk untuk menjadi komunitas yang aktif.
6. Selalu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan terutama dengan berbasis *customer-centric*.
7. Bekerja sama dengan *provider* jaringan internet yang berkualitas supaya dapat terus terkoneksi dengan pelanggan.

❖ Bagi Pelanggan

1. Menjadi pelanggan yang aktif dan kooperatif dalam bekerja sama dengan penyedia jasa
2. Menjadi pelanggan yang selalu *Up date* terkait perkembangan terkini jasa pelayanan kesehatan.