

Strategi pemasaran rawat inap kelas VIP rumah sakit Raden Said Sukanto Kramat Jati - Jakarta Timur

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=71017&lokasi=lokal>

Abstrak

[The Marketing Strategy of VIP Inpatient Department at Raden Said Sukanto Center

Police Hospital, Kramat Jati - Jakarta Timur.

Raden Said Sukanto Center Police Hospital is an executor board of Indonesian Police Medical and Health Official. The operational of nursing VIP inpatient is one of the activities of this hospital. VIP room of the RS Sukanto hospital was exist in early 1999 and had nursed for 84,9 % of military and the police patient, while at that time had nursed 12,03 % civil patient. This room had low performance with bed occupancy rate in 1999 about 27,46 %.

The aim of this research is to identify the external factor environment and the internal factor environment, which could give opportunities, threats, utilities, and weaknesses. Also to establish the marketing strategy that could improve the service performance of the VIP room.

This research is an operational research, which has a descriptive analytic characteristic and uses the strategic analysis. The technique of collecting data was by doing in-depth interview and spreading questioners to get the primary data. The secondary data was obtained from statistic center bureau, health department, and other hospitals in East Jakarta

Generally, the result of this research based on the internal evaluation (WE Matrix) shows that the competitive and relatively low price become the dominant strength factor with the highest score (0,42) and the dominant weakness factor which is the lack of physical facilities like telephone with score 0,08. The total internal factor for VIP room CPS IV is 2,45.

While based on the external evaluation (EFE Matrix), the highest score for the dominant opportunity factor is 0,48, which is to take the middle top manager segment from 29 Firms that the employees have already been served by RS Sukanto hospital. Follow by the dominant threat factor that have the lowest score (0,08) which is the untransparency of funding system of military government business organization that effect to

the employees welfare budgeting of this hospital.

From this research study, we knew that RS Sukanto hospital is in the problem children position at the BCG matrix. This mean that RS Sukanto has low relative market share but has high growth market rate, while on the internal external (IE) matrix RS Sukanto hospital is in the 5th cell.

Based on the IE Matrix and ECG matrix, the alternative adaptation strategy for VIP room are product development and market penetration. Moreover, based on QSPM the selected adaptive strategy is product development.

The overall of this study, could be resume for future planning that RS Sukanto hospital need to establish marketing team and a detail marketing goal with the planning of marketing program. RS Sukanto hospital is also suggested to recovered VIP room product and still maintaining the price so that product become a high value product, besides that, RS Sukanto hospital have to promote the VIP room service to the top managers form the firm that had already been cooperate with this hospital.

, Rumah Sakit Kepolisian Pusat Raden Said Sukanto merupakan badan pelaksana Dinas Kedokteran dan Kesehatan Polri (Disdokkes). Penyelenggaraan perawatan pasien inap kelas VIP merupakan salah satu kegiatan rumah sakit ini. Ruangan VIP Rumkit RS Sukanto yang baru didirikan pada awal tahun 1999 telah merawat sebagian besar pasien yang berasal dari kalangan Polri dan ABRI yaitu 84.9%, sedangkan pasien umum hanya 12.03%. Ruangan ini mempunyai kinerja yang rendah dengan Bed Occupancy Rate (BOR) pada tahun 1999 sebesar 27.46%.

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengidentifkasi faktor lingkunga eksternal, faktor lingkungan internal yang memberikan peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan bagi peningkatan utilitas ruang rawat inap VIP Rumkit RS Sukanto serta menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kinerja Iayanan rawat Map VIP dan Rumkit RS Sukanto.

Penelitian ini merupakan Operational Research yang bersifat deskriptif analitik dengan menggunakan analisa strategik. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari BPS (Biro Pusat Statistik), rumah sakit di daerah Jakarta Timur, Dirjen Yanmed Depkes (Direktorat Jenderal Pelayanan Medis Departemen Kesehatan).

Hasil penelitian menunjukkan secara umum berdasarkan evaluasi internal (IFE matrix) bahwa harga yang bersaing dan relatif rendah menjadi faktor kekuatan dominan dengan skor tertinggi (0.42) dengan faktor kelemahan dominan adalah kekurangan fasilitas fisik seperti telepon dengan skor 0.08. Total faktor internal untuk ruangan VIP adalah 2.45.

Sedangkan berdasarkan evaluasi eksternal (EFE matrix) diketahui bahwa nilai skor tertinggi untuk faktor peluang dominan adalah 0.48, yaitu peluang untuk mengambil segmen pasar middle-top manager pada 29 perusahaan yang telah dilayani para pegawainya disertai dengan faktor ancaman dominan dengan nilai skor terendah yaitu 0.08 mengenai kurang transparannya sistem pendanaan BUMN Patti secara umum sehingga berdampak pada anggaran kesejahteraan karyawan rumah sakit. Dengari demikian total faktor eksternalnya adalah 2.18.

Dari penelitian ini juga diketahui bahwa Rumkit RS Sukanto pada matriks BCG berada pada pada posisi Problem Children, di mana Rumkit RS Sukanto mempunyai pangsa pasar relatif yang rendah tetapi mempunyai rata-rata pertumbuhan yang tinggi. Sehingga pimpinan harus memutuskan untuk menguatkan posisi produk dengan Cara menambah invesi melalui product development atau market development atau bahkan keluar dari persaingan ini melalui harvesting, divestiture atau likuidasi.

Sedangkan dalam matriks IE, Rumkit RS Sukanto berada pada sel V sehingga mengarahkan pada strategi hold and maintain, Dari keseluruhan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk rencana ke depan Rumkit RS Sukanto perlu membuat tim pemasaran dan tujuan pemasaran yang rinci dan jelas dengan rencana program pemasarannya. Rumkit RS Sukanto juga disarankan untuk mengemas ulang produknya dengan tetap mempertahankan harga sehingga menjadi produk yang memiliki high value, disertai dengan memperkenalkan jasa pelayanan ruangan VIP kepada pimpinan-pimpinan perusahaan yang sudah bekerja sama dengan rumah sakit.

Daftar Pustaka: 28 (1979-2000)

]