

Perencanaan strategis pemasaran layanan rawat inap rumah sakit ibu dan anak lestari di Ciputat, Tangerang tahun 2003

Maya Handiarti Effendi

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=73332&lokasi=lokal>

Abstrak

Kondisi persaingan dalam dunia perumahsakitan saat ini semakin meningkat dengan adanya peraturan dan kebijakan yang membuka luas usaha di bidang ini oleh pihak swasta serta datangnya era globalisasi. Untuk itu rumah sakit yang telah ada dituntut untuk menerapkan suatu strategi agar bisa tetap bertahan hidup dan tidak tenggelam dalam arus globalisasi tersebut.

Rumah Sakit Ibu dan Anak Lestari merupakan rumah sakit khusus swasta yang berada di daerah Cirendeui, Ciputat dan telah berdiri sejak tahun 1992. Dalam perjalanan pelayanannya, tampak bahwa kinerja rawat inap masih di bawah standar dan masih kalah dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan makin ketatnya persaingan di dunia perumahsakitan, dipandang perlu untuk membuat perencanaan pemasaran untuk layanan rawat inap kebidanan, selain itu juga karena rumah sakit ini belum mempunyai program pemasaran yang terintegrasi.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif; dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam serta mengumpulkan data sekunder dengan penelusuran dokumen yang mendukung. Dilakukan pula FGD (Focus Group Discussion) dalam tahap awal dan tahap keputusan.

Dengan menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal rumah sakit dapat dipilah-pilah mana faktor yang merupakan peluang dan ancaman serta mana yang menjadi kekuatan dan kelemahan organisasi. Kemudian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap layanan rawat inap digunakan untuk penyusunan Matriks EFE dan IFE kemudian dianalisa dengan menggunakan matriks TOWS dan matriks IE.

Pada tahap ini didapatkan strategi pengembangan produk sebagai strategi terpilih dengan alternatif program : 1. meningkatkan penjualan dengan perbaikan mutu layanan, 2. memodifikasi produk dengan membuat paket persalinan, 3. membuat produk baru yaitu senam hamil, 4. paket antenatal care dan 5.

mengembangkan penelitian pemasaran.

Melalui FGD, dilakukan penentuan prioritas program yang akan dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu Quantitative Strategic Plannning Matrix, dan terpilih program peningkatan mutu layanan melalui peningkatan kualitas SDM, perbaikan sarana dan prasarana serta penambahan dokter spesialis kebidanan/kandungan tetap.

