

Upaya peningkatan pemasaran rawat inap kebidanan Rumah Sakit Muhammadiyah ditinjau dari dokter kebidanan

Siti Budiati Widyastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77777&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Rumah Sakit Muhammadiyah yang mempunyai unggulan dibidang kebidanan ingin tetap mempertahankan posisi tersebut dengan mengupayakan peningkatan pemasaran rawat inap kebidanannya yang ditinjau dari segi dokternya, karena hingga saat ini dokter masih merupakan perantara pemasaran di rumah sakit.

Untuk membatasi bervariasinya keinginan dari para dokter tersebut, maka penulis hanya melihat dari kebijakan manajemen terutama pada tarif, potongan jasa medis dan Cara pembayarannya. Dari kebijakan personil yaitu medic, paramedis dan petugas rumah sakit serta kebijakan fasilitas yaitu pada mutu dan kelengkapan peralatan poli dan VK, ruang praktek, ruang bersalin, kamar operasi, kamar perawatan, jarak dan kemudahan serta parkir.

Sedangkan lingkup penelitian meliputi direktur Rumah Sakit Muhammadiyah, sebagai koordinator pemasaran di Rumah Sakit Muhammadiyah serta dokter-dokter kebidanan part timer, dokter kebidanan luar yang terdiri dari dokter-dokter tamu dan dokter kebidanan yang praktek disekitar Rumah Sakit Muhammadiyah serta berpotensi untuk mengirimkan pasiennya ke Rumah Sakit Muhammadiyah.

Metode penelitian yang dipakai adalah disain studi kasus dan datanya dianalisa dengan metode kualitatif, dan Cara pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan pengkajian dokumen.

Hasil penelitian ini akan mendapatkan analisa kekuatan dan kelemahan dari Rumah Sakit Muhammadiyah, dokter kebidanan part timer, dokter luar serta kekuatan dan kelemahan secara keseluruhan terhadap variabel-variabel diatas.

Sehingga akan didapatkan upaya-paya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran rawat inap kebidanan Rumah Sakit Muhammadiyah dalam bentuk saran-saran untuk kebijakan dan saran-saran operasionalnya.

<hr><i>ABSTRACT

The Hospital of Muhammadiyah which has superiority in midwifery field continually wants to maintain that position by seeking improvement of its midwifery staying treatment, viewed from its obstetrician due to at the present doctors are still as marketing mediators in the Hospital.

To limit the varieties of willingness among those obstetricians, so that the - writer just views it from management policy chiefly on tariffs, reduction on medical service and its payment procedure. From personnel policy namely medics, paramedics and hospital attendants and also facility policy on quality and

the completeness of polyclinic instruments and VK and practice room, giving birth room, operation room, treatment room, space distance, simplification and parking lot.

Meanwhile, the scope of research covers director of the Hospital of Muhammadiyah and part timer obstetricians, outside obstetricians who practice in the Hospital of Muhammadiyah.

Method of research that is used is design of study case and its data are analyzed with qualitative method and method of collecting data by serious interview and analyzing documents.

Result of this research will aim at finding advantages and disadvantages of the Hospital of Muhammadiyah, part timer obstetricians, outside doctors and all strong points and weaknesses as a whole of the above mentioned variables.

So that at the end it will be found efforts that can be done in order to increase the marketing of midwifery staying treatment at the Hospital of Muhammadiyah in form of suggestions for marking policy and operational advice.</i>