

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FIKES

Analisis strategi pemasaran unit rawat jalan Rumah Sakit Umum Kuningan tahun 2003

Rita Sri Astuti

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=39192&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin meningkatnya pertumbuhan rumah sakit, seiring dengan berkembangnya Ilmu Pengetahuan dan teknologi, yang akan menimbulkan persaingan ketat, untuk itu perlunya penetapan strategi pemasaran rumah sakit agar dapat tetap bersaing dan dapat meningkatkan utilisasi rumah sakit

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat menganalisis strategi pemasaran yang akan dilakukan Rumah Sakit Umum 45 Kuningan tahun 2003.

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat deskriptif untuk mendapat gambaran mengenai Strategi Pemasaran Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Kuningan, dengan gabungan penelitian kualitatif dan kuantitatif, dengan mengambil data sekunder dari bagian keuangan, kepegawaian, rekam medis dan informasi rumah sakit pesaing dan data primer dari karyawan unit rawat jalan, bagian keuangan, dan klien yang berobat keunit rawat jalan Rumah Sakit Umum 45 Kuningan.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kegiatan pemasaran di Rumah Sakit Umum 45 Kuningan sudah dilaksanakan berdasarkan POA. Tapi, belum ada strategi dari Rumah Sakit mengenai program pemasaran tersebut. Padahal Rumah Sakit Umum 45 Kuningan memiliki keunggulan dari segi pelayanan yang diberikan, fasilitas yang tersedia, jumlah dokter dan jumlah pelanggan dibanding dengan rumah sakit pesaing yang ada di Wilayah Kuningan.

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh maka disarankan untuk lebih meningkatkan kembali kegiatan pemasaran untuk menarik pelanggan dan meningkatkan kembali hubungan kerja sama yang baik dengan instansi lain juga dengan rumah sakit pesaing yang dapat memberikan keuntungan antara kedua belah pihak.