Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisis segmentasi dan penentuan target pasar pelanggan poliklinik kebidanan dan anak RSIA Tambak Jakarta Pusat tahun 2006 = Analysis of segmentation and target market on customer of obstetrics and pediatric clinics of RSIA Tambak Jakarta 2006

R. Andriany, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=113113&lokasi=lokal

---

Abstrak

Pertumbuhan Rumah Sakit baru Serta adanya peluang bagi pemilik modal untuk mendirikan Rumah Sakit menambah persaingan yang semakin ketat diantara Rumah Sakit yang ada. Kunjungan di Poliklinik Kebidanan dau Anak RSIA Tambak yang masih rendah menjadi salah satu alasan perlunya dilakukan upaya pemasaran yang dapat menjadi dasar penyusunan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan Rumah Sakit. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan segmentasi berdasarkan karakteristik pelanggan untuk mengetahui segmentasi sebagai dasar penetapan target pasar pelanggan Poliklinik Kebidanan dan Anak RSIA Tambak.

Dilakukan survey segmentasi dengan melihat pada aspek geografis, demografis, psikogratis serta aspek perilaku pada pelanggan Poliklinik Kebidanan dan Anak RSIA Tambak. Penelitian tentang segmentasi dan target pasar ini merupakan penelitian deskriptik analitik dengan menggunakan pendekatan studi kuantitatif dan kualitatif dengan desain cross sectional. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner terhadap 110 responden sedangkan data sekunder diperoleh dari data BPS 2004.

Hasil penelitian menunjukan pelanggan Poliklinik Kebidanan dan Anak RSIA Tambak berasal dari 5 wilayah DKI Jakarta termasuk juga dari wilayah Tangerang dan Depok. Sedangkan segmen pelanggan Poliklinik Kebidanan dan Anak adalah pasien yang berdomisili di Kotamadya Jakarta Selatan, mayoritas berusia 24 - 30 tahun, dengan tingkat pendidikan SMA - Sarjana, bekerja sebagai pegawai swasta dan ibu rumah tangga.

Dari hasil analisis multivariat metode interdependen berupa analisis cluster terbentuk kelompok cluster psikografi dan perilaku yaitu klaster "peduli kuratif" dan "peduli preventif" untuk segmen psikografis serta klaster "pelayanan baik" dan "biaya murah" untuk segmen perilaku. Dari 110 responden, untuk kelompok psikografis diperoleh sebanyak 37 responden untuk "peduli preventif" dan 73 responden untuk "peduli kuratif". Sedangkan pada kelompok perilaku 65 responden termasuk dalam kelompok "pelayanan bagus" dan 45 responden yang masuk dalam kelompok "biaya murah". Pendekatan kualitatif digunakan dengan melakukan wawancara mendalam pada pihak manajemen RSIA Tambak untuk menetapkan target pasar dengan menelaah segmen yang terbentuk.

Target pasar pelanggan yang ditetapkan bersama manajemen adalah segmen menengah, dengan usia 24 - 30 tahun, bekerja sebagai pegawai swasta dan berdomisili di Jakarta Selatan. Segmentasi dan target pasar yang terbentuk hendaknya dapat melihat dari mayoritas kelompok Cluster yang terbentuk dan di tinjau ulang

secara berkala berkaitan dengan selalu terjadinya perubahan yang dinamis pada kondisi pasar dan upaya pemasaran. Pihak Rumah Sakit agar membuat rancangan bauran pemasaran yang sesuai dengan gambaran segmen dan target yang ditetapkan.