

Strategi pemasaran program medical tourism berdasarkan segmenting, targeting, and positioning di Rumah Sakit Harapan Keluarga Mataram = Marketing strategy for medical tourism program by segmenting, targeting, and positioning in Harapan Keluarga Hospital Mataram

Ni Putu Indra Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20502290&lokasi=lokal>

Abstrak

Penandatanganan Nota Kesefahaman antara Kemenparekraf dan Kemenkes pada tahun 2012 dan disahkannya PMK No. 76 Tahun 2015 tentang Wisata Medis merupakan sebuah bentuk dukungan dari pemerintah terhadap program wisata medis di Indonesia. Hal tersebut pun disambut baik oleh Pemerintah Provinsi NTB dengan adanya penandatanganan Nota Kesefahaman antara 4 rumah sakit besar di Lombok pada 19 Februari 2019 dan adanya SK Gubernur tentang Pembentukan Tim Gugus Kerja Pengembangan Wisata Medis di NTB. Ikut andil di dalamnya adalah RS Harapan Keluarga sebagai salah satu rumah sakit swasta yang juga telah lama berkecimpung dalam penanganan pasien mancanegara. Dengan demikian, perlu dilakukan penetapan strategi pemasaran berdasarkan penetapan segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar untuk program tersebut. Telah dilakukan wawancara pada 12 informan kemudian dilakukan analisis konten. Validasi dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode. Kesimpulan penelitian adalah kesiapan RS Harapan Keluarga dalam program wisata medis berdasarkan PMK No. 76 tahun 2015 tentang Wisata Medis masih harus dilengkapi, terutama dalam kesiapan syarat administratif. Dari segi strategi pemasaran telah ditetapkan segmen, target, dan posisi pasar, namun masih perlu dilakukan pengembangan dan dibutuhkan dukungan dalam kebijakan dan kesiapan, peningkatan kemampuan SDM dalam bahasa mandarin dan arab, pembentukan tarif dalam US Dollar, dan promosi untuk program unggulan Total Knee Replacement (TKR) di RS Harapan Keluarga Mataram.

<hr>

Memorandum Of Understanding that been signed between Ministry of Health and Ministry of Tourism and Economis also the passed of PMK No. 76 2015 about Medical Tourism are the support of Indonesia government for medical tourism program. This support was welcomed by West Nusa Tenggara Government by signed the Memorandum Of Understanding from 4 big hospitals in Lombok and Governor decree about The Formation of Medical Tourism Program Workforce Team in West Nusa Tenggara. Harapan Keluarga hospital is one of the hospital that have a lot of experience with expatriat patient. Therefore, need to establish the marketing strategy by segmenting, targeting, and positioning for this program. There were twelve informan have been asked. Validation is using source and methode triangulation. Study showed that Harapan Keluarga hospital isnt ready enough, especially from the administratif aspect, refer to PMK No. 76 2015 about Medical Tourism. From marketing strategy, need more support from policy and readiness, enhacement of Mandarin and Arabic for communication, also promotion for Total Knee Replacement (TKR) as their prime service.