

Rencana strategis pemasaran ruang perawatan utama RSUD R Syamsudin SH, 1998-2003

Etti Rohetti Gunawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=76894&lokasi=lokal>

Abstrak

Rumah Sakit Umum R Syamsudin SH adalah rumah sakit Swadana Kelas B Non Pendidikan yang merupakan Pusat Rujukan untuk Jawa Barat bagian Selatan. Sejalan dengan perubahan paradigma perumahan sakitan dalam menghadapi pasar global, yaitu rumah sakit tidak lagi bersifat sosial murni, melainkan berkembang kearah sosio-ekonomi, maka rumah sakit R Syamsudin SH telah mengembangkan unit pelayanan rawat inap Utama (VIP), dengan tujuan meningkatkan pendapatan serta memenuhi keinginan masyarakat akan pelayanan yang lebih baik.

Dan hasil pengamatan selama ini ternyata pemanfaatan tempat tidur di ruang Utama (Bed Occupancy Rate) masih rendah. Salah satu faktor penyebabnya ialah belum adanya suatu sistem perencanaan yang dibuat secara strategis. Untuk menyusun suatu perencanaan strategis, dilakukan analisa terhadap lingkungan internal dan eksternal rumah sakit, khususnya yang berpengaruh terhadap pelayanan ruang rawat inap Utama. Hasil analisa lingkungan internal dan eksternal adalah faktor-faktor kunci sukses yang merupakan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), maupun ancaman (threats).

Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan posisi strategis ruang perawatan Utama rumah sakit R Syamsudin SH pada saat sekarang, serta mengusulkan suatu prioritas strategi pemasaran untuk pengembangan jangka panjang rumah sakit. Penelitian yang dilakukan merupakan studi kasus dengan pendekatan pemecahan masalah secara deskriptif-analitik. Penelitian menggunakan alat formulasi strategi berupa matrik Intemal-Eksternal, matrik Portofolio Produk, serta matrik TOWS.

Berdasar hasil penilaian dengan QSPM, yang merupakan suatu alat untuk pengambilan keputusan strategis, didapat urutan strategi sesuai dengan prioritasnya. Prioritas pertama ialah strategi Pengembangan Produk (Product Development), yaitu mengembangkan atau meningkatkan mutu produk untuk pangsa pasar yang ada saat ini, dan strategi Penetrasi Pasar (Market Penetration), yaitu meningkatkan pangsa pasar bagi produk saat ini, antara lain dengan melakukan kegiatan pemasaran yang agresif.

Usulan strategi ini diharap dapat menjadi masukan berguna bagi penyetenggaraan pelayanan ruang Utama rumah sakit R Syamsudin SH.

<i>Syamsudin S.H. General Hospital is a Non Educational 8 - Type ,Self - Supporting hospital which is established as a top reference hospital in the Southern part of West Java. In line with the change of hospital paradigm towards global market, a hospital is no longer pure socially functioned, but should become a socio-economic one. In cope with that, R Syamsudin SH General Hospital has developed a VIP care service unit to raise revenues and providing high quality of services.

Based on recent observation, it is found that the Bed Occupancy Rate (BOR) in the VIP unit is still below expectancies. One of the reason is, there has been no strategic planning arranged for the development of the unit. In order to arrange the strategic planning, it is required to analyze the internal and external environmental factors , which are developed into key factors : strengths weaknesses, opportunities, and threats.

The objective of the research is to determine the strategic position of the VIP care unit at present, and to propose prior marketing strategies for long term objectives of the R Syamsudin SH general hospital.

The research conducted is a case study, using an analytical descriptive method. The research uses the strategic formulation tools consist of TOWS matrix, Internal-External matrix and Product Portfolio matrices. By using the QSPM matrix, it is suggested that the prior strategies that should be applied for the VIP care unit are the "Product Development Strategy", a strategy that seeks increased sales by improving or modifying present products or services, and "Market Penetration Strategy", a strategy seeks to increase market share for present products or services.

It is expected that the strategies proposed will give valuable inputs to reach the long term objectives of the hospital, and for the development of the VIP care unit itself.</i>