

Kursus ibu dan senam hamil sebagai salah satu media pemasaran Rumah Sakit Umum Brayat Minulya, 1994

Herawati Rahayu Adi Santoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=81307&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini sudah disadari bahwa kegiatan pemasaran produk-produk rumah sakit merupakan hal yang layak, bahkan sudah merupakan suatu keharusan rumah sakit untuk mengenalkan produknya ke konsumen. Untuk itu rumah sakit harus menetapkan prinsip-prinsip pemasaran dan teknologi pemasaran. Kegiatan pemasaran meliputi riset konsumen, komunikasi dengan konsumen, menciptakan atau mengembangkan produk yang dibutuhkan konsumen, mempelajari saluran distribusi, menetapkan tarif dan melakukan pelayanan. Selanjutnya rumah sakit harus mengikuti perkembangan tentang adanya peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan yang dimilikinya melalui analisa SWOT serta melihat bagaimana posisi organisasinya di dalam pasar, yang ditentukan oleh lima unsur pemasaran atau marketing mix, yaitu product, place, price, promotion, dan people (5P).

Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, rumah sakit kemudian menyusun strategi pemasaran yang harus dievaluasi pelaksanaannya secara periodik. Berkaitan dengan hal ini, peneliti menganalisis salah satu produk sosial rumah sakit Brayat Minulya, dengan hal ini, peneliti menganalisis salah satu produk sosial rumah sakit Brayat Minulya, yaitu pelayanan antenatal care yang disertai dengan kursus ibu dan senam hamil. Yang menjadi pokok masalah adalah apakah produk tersebut berhasil meningkatkan jumlah partus dari ibu yang mengikuti kursus. Peneliti juga menganalisis faktor-faktor lain yang diduga ikut menentukan ibu hamil untuk partus di Rumah Sakit Umum Brayat Minulya, seperti lokasi, agama, gravida, dan frekuensi jumlah kunjungan antenatal care.

Data diambil dari catatan rekam medik rumah sakit umum Brayat Minulya tahun 1994. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah Relative Risk, sedangkan alat uji signifikasinya digunakan Bentang Relative Risk, X^2 , dan Probabilita Value. Setelah dianalisis, terbukti bahwa faktor-faktor lain yang tadinya diduga ikut mempengaruhi ibu hamil untuk partus, ternyata tidak signifikan. Hasil penghitungan RR adalah 1,94 yang artinya bahwa ibu hamil ANC yang ikut kursus dan senam ibu hamil kemungkinan untuk partus di Rumah Sakit Umum Brayat Minulya 1,94 kali dibandingkan dengan ibu ANC yang tidak mengikuti kursus. Tni berarti bahwa produk pelayanan antenatal care yang disertai kursus ibu dan senam hamil berhasil meningkatkan jumlah partus bagi ibu yang mengikuti kursus.

Oleh karena itu, produk pelayanan antenatal yang disertai dengan kursus ibu dan senam hamil ini perlu lebih dikenalkan pada masyarakat luas, misalnya dengan memasang iklan.

<hr>

It has been realized recently that a marketing activity of hospital's product is a proper thing. It is even to be a must for hospitals to introduce their product to consumers. For this purpose, hospital have to apply the principles and the technology of marketing.

The marketing include a consumer research, communication to consumers, creating products needed by the consumers, studying the distribution channels, determining tariffs and doing the services. The next step is to examine the chance, threats and weakness they have by using SWOT analysis and by seeing the organization position in the market, which is determined by five principles of marketing or marketing mix, which are product, Place, Price, Promotion, and People (5P).

Considering the above things, hospitals then should arrange a marketing strategy that has to be evaluated periodically. Because marketing is the key for hospital success identification about what consumer need and what is a very important factor. Related to this effort the researcher analyzed antenatal care service which include mother training and pregnant exercise as one of the product of the Brayat Minulya Public Hospital. The problem here was whether the product succeeds in increasing in number of partus in the hospital for the mother who joint the training. In this case, the researcher also analyzed other factors which are presumed to determine pregnant mothers to partus in Brayat Minulya Public Hospital which were location, religion, gravida, and frequency of antenatal visit.

The data were taken from medical records of Brayat Minulya Public Hospital in the year 1994. Relative risk its confidence interval were used to check its significances. After being analyzed, it was proved that all those other factors which had been influences mothers to partus were not significant. The Relative Risk of the antenatal care was 1,94. It mean that ANC mothers and pregnant gymnastics had the probability to partus in Brayat Minulya Public Hospital 1,94 times compared to ANC mothers who do joint the training. Therefore, providing antenatal care service with training for mothers and pregnant gymnastic could increase the number of partus for mother who joint the training. Therefore antenatal care service with training for mother and pregnant gymnastics should be introduced more to the broad society.