

Analisis situasi sebagai komponen rencana pemasaran rumah sakit baru tipe C (studi kasus RS. Dr. Hafiz Cianjur)

Jauhari, Muhammad Zaidan

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=107069&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi adanya kesenjangan antara jumlah penduduk Cianjur yang sebesar 2.171.281, dengan supply atau pemenuhan layanan kesehatan berupa Rumah Sakit, dimana di Cianjur hanya terdapat 3 rumah sakit. Untuk membangun Rumah Sakit baru di Kabupaten Cianjur diperlukan rencana pemasaran yang tepat yang didasarkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat Kabupaten Cianjur. Rencana pemasaran yang tepat penting untuk mengembangkan Rumah Sakit yang tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan masyarakat tapi juga mampu memenuhi kepentingan ekonomi daripada penyandang modal dan para pihak yang berkepentingan terhadap rumah sakit tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menetapkan rencana pemasaran yang tepat untuk RS. Dokter Hafiz sebagai rumah sakit baru Tipe C di Cianjur, secara khusus melakukan analisa konsumen dilihat dari kebutuhan dan keinginan masyarakat Cianjur akan layanan kesehatan, melakukan analisa perusahaan, dan melakukan analisa pesaing RS Dr. Hafiz Cianjur. Jenis penelitian merupakan mixed method dengan desain penelitian deskriptif eksploratori melibatkan pengumpulan dan analisa data kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian yang signifikan antara rencana pemasaran RS Dr. Hafiz terhadap situasi riil di wilayah Cianjur berdasarkan analisa konsumen, analisa pesaing, analisa perusahaan serta terhadap ekspektasi karakteristik layanan kesehatan yang diharapkan oleh masyarakat Cianjur. Saran yang diberikan dari penelitian ini adalah dalam upaya menjalankan usaha RS agar senantiasa memperhatikan kesesuaian rencana pemasarannya terhadap kondisi kebutuhan konsumen, kemampuan dan target perusahaan serta kondisi pesaing yang ada di wilayah tersebut.