

Analisis segmentasi, target dan posisi pasar alat kamera gamma di instalasi kedokteran nuklir RSPP. th. 2005

Mardalena

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=11180&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang. Kesenjangan antara harapan pada studi kelayakan dengan kenyataan untuk alat Kamera Gamma di Instalasi Kedokteran Nuklir RSPP yang memberikan dampak kerugian bagi finansial rumah sakit

Tujuan. Tersusunnya segmentasi, target & posisi pasar untuk alat Kamera Gamma dalam upaya meningkatkan penggunaannya di Instalasi Kedokteran Nuklir Rumah Sakit Pusat Pertamina tahun 2005.

Metode. Survei dua kelompok pengguna yaitu pasien dan dokter pengirim. Bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

Hasil. Segmen alat adalah pasien di wilayah DKI Jakarta dengan potensial pasar dari luar Jakarta, mengingat di Jakarta hanya ada 5 rumah sakit yang memiliki alat ini. Target (pasar sasaran) alat ini adalah pasien usia dewasa tua dengan penyakit degeneratif, dokter dengan spesialisasi Bedah dan Penyakit Dalam terutama yang berada di wilayah Jakarta Selatan. Positioning alat ini adalah merupakan alat diagnostik canggih, generasi terakhir dan satu-satunya di wilayah ASEAN saat ini, dengan hasil lebih akurat, cepat, dapat mendeteksi dini gangguan fungsional hampir seluruh organ tubuh, sehingga memberikan manfaat pengobatan, lebih rasional dan efisien.

Kesimpulan. Perlu analisa ulang Studi Kelayakan terutama dalam perhitungan asumsi-asumsi yang digunakan agar lebih disesuaikan dengan kondisi yang ada di lapangan, peningkatan kompetensi SDM dan regenerasi Dokter Spesialis dan Operator, Manajemen RSPP diharapkan dapat membuka center-center yang dapat mengoptimalkan penggunaan kamera gamma.

Kata Kunci : Segmentasi, Targeting dan Positioning

Background. Discrepancy between the expectation which exist in worthiness study with the reality for camera gamma device at the medical installation nuclear of RSPP that give negative caused to its hospital's financial.

Purpose. Arrange segmentation, target and position market that suitable with camera gamma devices in order to higher its using.

Methodes. Doing survey with two users group that are patient and transmitter doctor. The characteristic is descriptive with the quantitative approach and qualitative

Result. The segment of this tools is patient who lives in DKI Jakarta area as a whole and potential market from outside Jakarta is large enough. Target (market objective) this device is the patient old age with degenerative disease, doctor with surgical specialize and the internist doctor those who lives in south Jakarta. Positioning at market is how this tools can make benefit diagnostic, the last generation and the only one in ASEAN this time, with the result more accurate, faster that can detects early the interference benefits of almost whole body.

Conclusion. Re-analyzing worthiness study especially in the calculation assumptions that used in order more appropriate with the condition in the field, improvement of SDM competence and regenerate specialize doctor and operator, open the centre that can be optimal the using of camera gamma.

Key word : Segmentation, Targeting and Positioning