

Analisis segmen pasar, Stakeholders dan kompetitor untuk penentuan target pasar Balkemas PGI Cikini Tanjung Barat tahun 2005

Marpaung, Mathilda

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=11201&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang: Balai Kesehatan masyarakat, sebagai salah satu penyelenggara kesehatan milik swasta yang dikelola oleh yayasan yang berbadan hukum. Tugas dan fungsinya seperti puskesmas, hanya wilayah kerjanya lebih kecil yaitu hanya satu kelurahan. Balkemas TB saat ini dituntut lebih mandiri oleh Yayasan Kesehatan PGI Cikini sehingga perlu dilakukan evaluasi diri, yang dimulai dengan analisis situasi Balkemas TB, melakukan segmentasi terhadap pengguna jasa dan pasar potensial Balkemas TB. Tujuan : Survey segmentasi dilakukan untuk melihat aspek-aspek geografi, demografi dan psikografi terhadap pengguna jasa Balkemas TB dan pasar potensial untuk menganalisis karakteristiknya sebagai bahan untuk penetapan target atau pasar sasaran setelah digabung dengan analisis stakeholders dan kompetitor. Metode : Disain penelitian ini adalah kualitatif dan didukung kuantitatif. Tahap pertama analisis situasi Balkemas TB melalui wawancara dengan tim manajemen Balkemas TB dan analisis segmentasi terhadap pengguna jasa Balkemas TB dan masyarakat sekitar, kedua, dilakukan wawancara mendalam kepada para stakeholders dan kompetitor serta ketiga, dilakukan rangkuman hasil analisis situasi, segmentasi, stakeholders dan kompetitor untuk penentuan target pasar Balkemas TB. Hasil : Hasil segmentasi geografi dan demografi menunjukkan bahwa segmen pasar terbesar bagi Balkemas TB adalah mereka yang tinggal di RW 5 Kelurahan TB dan Kelurahan Pejaten Timur dengan kelompok umur 20 – 49 tahun, jenis kelamin perempuan, tingkat pendidikan SLTA/MA, pekerjaan adalah ibu rumah tangga dengan pendapatan per bulan diatas Rp.700.000 dan mengalokasikan biaya kesehatan antara Rp.50.000 – 100.000. Segmentasi psikografi diperoleh hasil bahwa persepsi pasien terhadap pelayanan di Balkemas TB adalah baik, terhadap tarif mengatakan sedang dan citra yang dimiliki Balkemas TB adalah baik. Alasan mereka memilih Balkemas TB adalah faktor kedekatan, memanfaatkan pelayanan di Balkemas TB sudah lebih dari 5 tahun dan memilih RS sebagai sarana kesehatan selain Balkemas TB. Hasil ini tidak begitu jauh dengan hasil segmentasi yang dilakukan pada pasar potensial. Analisis pada stakeholders diperoleh bahwa Balkemas TB masih dibutuhkan keberadaannya sekarang terutama karena belum adanya Puskesmas di Kelurahan TB dan masih mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan. Pada analisis kompetitor dilakukan pada Puskesmas Pejaten Timur dan Klinik Restu Ibu, dimana posisi Balkemas TB sebagai pengikut pasar (market follower). Kesimpulan : Segmen pasar Balkemas TB adalah masyarakat Kelurahan Tanjung Barat, kelompok umur 20 – 49 tahun, pendidikan minimal menengah, pekerjaan ibu rumah tangga dengan penghasilan diatas Rp.700.000 dan kelas ekonomi menengah ke atas. Sedangkan target pasar Balkemas TB adalah pola spesialisasi yang selektif (Selective Specialization). Penetapan target ini dilakukan melalui CGM dengan pihak manajemen Balkemas TB. Kata kunci : Segmentasi, Stakeholders, Target Pasar

Background : Public Health Center, as one of the private health organizer runs by law corporation institution. Task and function like Puskesmas, but smaller working area, i.e. one district. At this moment, Balkemas TB claimed to be more autonomous by PGI Cikini Health Institution so that conducted self-evaluation, started with Balkemas TB situation analysis, conducting segmentation to service

user and Balkesmas TB potential market. Objective : Segmentation survey conducted to observe geography, demography, and psychographic aspects toward Balkesmas TB service user and potential market to analyze the characteristic as a material for target determination or market target after joined with stakeholders and competitor analysis. Methods: This research design is qualitative and supported by quantitative, that consisted of three steps. First Balkesmas TB situation analysis through interview with Balkesmas TB management team and local community, face two, conducted an interview to stakeholders and competitor, and face three, conducted a summary from situation analysis result, segmentation, stakeholders and competitor to determine Balkesmas TB market target through Consensus Group Meeting (CGM). Results : Geography and demography segmentation result shows the biggest market segment for Balkesmas TB is they whom live in RW 5 TB district and East Pejaten district with 20-49 years old age group, female, SLTA/MA education, job as a housewife with monthly earnings up to Rp. 700.000 and allocating health cost between Rp. 50.000 – 100.000. From psychographic segmentation got a result that patient perception to service in Balkesmas TB is well, for the tariff, they said average and Balkesmas TB image is good. Their reason in choosing Balkesmas TB is contiguity factor, exploiting Balkesmas TB service over than 5 years, and need for specialist doctor service in Balkesmas TB and choose RS as health medium beside Balkesmas TB. This result is much the same to segmentation result done to potential market. In stakeholders analysis got that Balkesmas TB still needed right now especially because there is no Puskesmas in TB district and it still answer the peoples needs of health service. Competitor analysis is do to East Pejaten Puskesmas and Restu Ibu Clinic, where Balkesmas TB as market follower. Conclusions : Balkesmas TB market segment is West Tanjung district community, 20-49 years old age group, intermediate minimal education, job as a housewife with earning up to Rp. 700.000 and middle up economy status. This determination is fulfilling the responsive criteria, sale potential, adequate development and media scope and also measurability, substantial-ability, accessibility, and action-ability. While Balkesmas TB market target is Selective Specialization pattern. This targets determination done through CGM with Balkesmas TB management side. Keywords : Segmentation, Stakeholders, market of target