

Bauran Pemasaran Jasa Layanan Medical Check Up di Rumah Sakit Metropolitan Medical Centre Tahun 2014

Syari, Mayfree

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=112097&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah kunjungan layanan medical check up di RS MMC mengalami perubahan yang fluktuatif dan cenderung rendah. Padahal layanan ini merupakan revenue centre dan produk unggulan di RS MMC. Bauran pemasaran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan utilisasi. Hasil penelitian dengan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, telaah dokumen dan observasi pasif ditinjau dari bauran pemasaran jasa 7P (product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process) menggambarkan bahwa produk layanan medical check up RS MMC berada di tahap kematangan dengan mempertimbangkan aspek prestige dalam proses penentuan harga. Layanan ini berada di lokasi yang strategis dan memiliki beberapa saluran pemasaran melalui pihak ketiga maupun secara langsung. Terdapat media promosi berupa leaflet, company profile, website, dan buku layanan untuk mendukung promosi layanan ini. Latar belakang tenaga pelaksana sudah sesuai dengan proses pekerjaan yang dilakukan serta dilengkapi dengan SOP dan job description. Informan penelitian menilai terdapat kekurangan terkait desain fisik yang ada. Manajerial sebaiknya meningkatkan keterlibatan pasien sebagai target pasar yang memanfaatkan jasa layanan diperlukan dalam proses evaluasi guna mewujudkan pelayanan yang berorientasi pada pasien. Kata Kunci: Pemasaran, Bauran Pemasaran Jasa, Medical Check Up, Rumah Sakit