

Pengembangan Strategi Pemasaran Produk InHealt Mnaged Care Di Era Jaminan Kesehatan Nasional pada PT. Asuransi Jiwa InHealt Indonesia

Fadillah, Alfhi

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=118332&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai pengembangan strategi pemasaran produk InHealth Managed Care di era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) pada PT. Asuransi Jiwa InHealth Indonesia. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi deskriptif. Hasil dari penelitian ini menyarankan bahwa tim pemasaran InHealth untuk mengembangkan strategi nya dengan meningkatkan manfaat yang dijamin oleh produk dan memodifikasi prosedur pelayanan kesehatan, melakukan riset pasar mengenai kebutuhan dan permintaan masyarakat terhadap asuransi kesehatan, dan riset pasar untuk mengetahui target pasar InHealth, serta memperluas segmentasi pasar ke bidang pemerintahan. Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Produk Managed care This research explained about the development of marketing strategy on InHealth Managed Care product in the era of Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) at PT. Asuransi Jiwa InHealth Indonesia. This research used qualitative method with descriptive design study. The results of this research is suggested that marketing InHealth team to develop their strategy by improving the benefits guaranteed in the product and modify the health care procedures, doing market research about public needs and demand for health insurance, doing market research to find out the targeted market InHealth, and expanding the market segmentation into areas of government. Key word: Strategy, Marketing, Managed Care Product