

Analisis Segmentasi Pasar Pelanggan Sebagai Dasar Pengembangan Strategi Pemasaran Poliklinik Geriatri RS Dr. Cipto Mangunkusumo th 2005

Sandhi, Afriyanti

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=11960&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang. Pemasaran saat ini merupakan suatu hal yang penting di bidang perumahsakitan. RSCM sebagai salah satu pelopor pelayanan geriatri juga ingin mengembangkan pemasaran khususnya di bidang pelayanan rawat jalan bagi pasien geriatri.
Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan segmentasi pasar pelanggan Poliklinik Geriatri RSCM. Metode penelitian yang digunakan adalah secara deskriptif potong lintang dengan desain kuantitatif.
Metode. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terpimpin menggunakan instrumen kuisioner terhadap pelanggan yang sampelnya diambil secara acak. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat dengan uji Chi-square untuk mengetahui distribusi frekuensi dan kemaknaan hubungan antara variabel-variabel penelitian.
Hasil. Hasil analisis univariat menyimpulkan berdasarkan variabel geografis pelanggan Poliklinik Geriatri RSCM mayoritas yang datang berkunjung berasal dari Jakarta Timur dengan waktu tempuh antara 30 menit - 1 jam. Sedangkan menurut variabel demografis mayoritas pelanggan adalah perempuan dengan usia antara 70-79 tahun. Mayoritas pendidikan terakhir pelanggan adalah SMA dengan pekerjaan terakhir sebagai PNS dan mayoritas pasien berasal dari golongan menengah ke bawah. Dari segmentasi psikografis dan perilaku, tampak bahwa proporsi pasien lama dan baru cukup berimbang dan sebagian besar pasien memiliki citra yang baik terhadap pelayanan . Pada analisis bivariat didapatkan hubungan yang bermakna antara jumlah uang pensiun dan lama pemanfaatan poliklinik, serta antara penanggung biaya kesehatan dan persepsi pasien terhadap tarif.
Kesimpulan. Untuk itu penelitian ini menyarankan agar pihak manajemen Poliklinik Geriatri RSCM dapat meningkatkan mutu pelayanan dengan usaha pengembangan pemasaran dan tetap berorientasi kepada pelanggan. Lebih lanjut, perlu diperdalam penelitian mengenai analisis penetapan pasar sasaran, posisi pasar dan pengembangan bauran pemasaran, untuk menyusun suatu desain strategi pemasaran yang baik.
Kata kunci : analisis segmentasi, pasar pelanggan, pengembangan strategi pemasaran. Daftar Pustaka : 37 (1993-2005)
<hr />Background and aims. This study was performed to find out the characteristics and customer segmentation of Geriatric Policlinic of Dr. Cipto Mangunkusumo Hospital. The method of the study was cross sectional descriptives with quantitative design.
Methods. Data were collected by interview based on questionnaire, and analized by univariate and bivariate technique to figure out frequention distribution and association between variables.
Results. The results of univariate analysis based on geographic segmentation, most of the customer came from East Jakarta and coverage areas were within 30 minutes to 1 hour. Based on demographic segmentation it was stated that the majority of the customer was female, between 70-79 years old. The last education completed by majority of the customer was Senior High School, their last job was mostly as Civil Servant with middle-low social economis class. From psychographic and behavioural segmentation, it can be asumed that the proportion of old and new patient was balanced, and most of them has good image in the service given. From bivariate analysis, there was a meaningful association between retired payment and term of use, and also between patient?s insuer and their

perception of tariff.
Conclusions. Therefore this study suggested the management of Geriatric Policlinic of RSCM to improve the quality of service and develop customer oriented marketing strategy. We hope there will be further study about market analysis, especially targetting and positioning, and develop a good marketing mix for a better marketing strategy design.
Key words : segmentation analysis, customer, marketing development strategy. References : 37 (1993-2005)