

## **Analisis segmentasi pasar unit rawat jalan rumah sakit bersalin Juwita Bekasi**

Hidajat, Melita

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=66705&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmen pasar dari Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Bersalin Juwita, yang terletak di Jl. M. Informasi segmentasi yang diperoleh dari penelitian ini digunakan sebagai strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan angka kunjungan Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Bersalin Juwita Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian survey non eksperimental yang menggunakan metode kuantitatif populasi dari penelitian ini adalah pasien unit Rawat Jalan Rumah Sakit Bersalin Juwita. Jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin adalah 97 responden. Data yang terkumpul dari data rekam medis yang diambil secara random sebanyak 110 responden. Data diolah dengan analisis univariat. Dari hasil analisis pasar pelanggan dalam penentuan segmentasi pasar yang dilakukan pada pelanggan eksternal khususnya unit Rawat Jalan RSB Juwita Bekasi maka kelompok yang paling potensial adalah kelompok pertama yaitu wanita dengan usia 20-30 tahun yang tinggal pada jarak 5-10 km dengan waktu tempuh 15-30 menit dengan pekerjaan karyawan swasta dan tingkat pendidikan sarjana. Segmen ini merupakan segmen yang potensial karena merupakan kelompok yang terbanyak jarak tempat tinggal 5-10 km merupakan jarak yang terdekat karena disekitar rumah sakit banyak terdapat perkantoran dan fasilitas umum sedangkan untuk pemukiman terletak pada jarak lebih dari 5 km untuk tingkat pendidikan sarjana adalah merupakan kelompok yang mempunyai tingkat kesadaran yang tinggi untuk kesehatan. Untuk meningkatkan angka kunjungan, sebaiknya kita melihat trend yang ada dimasyarakat yaitu dengan mengaktifkan poli kosmetik & akupunktur khusus untuk perawatan ibu hamil dan setelah melahirkan yang dikemas dalam paket hemat. Selain itu juga melakukan promosi ke masyarakat serta menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan.

The goal of the Research is to know the market segmentation of the Ambulatory services of Maternal Hospital Juwita, that located in 78, Hasibuan Street East Bekasi, West Java. The result of the segmentation information research to be used as a marketing strategy in term of improving the visitors of the ambulatory unit of the Maternal Hospital Juwita in Bekasi. The research is a survey research non experimental. using the quantitative population of the ambulatory patients of the maternal Hospital Juwita. The number of the sample based on the sloving rule are 97 respondent. The data of the medical record which collected with random system is 110. the data will be analysed with the univariat analysis. From the customers analysis market to determine the market segmentation, done by the external customers especially of the Ambulatory unit of the Maternal Hospital Juwita Bekasi, we find out that the most potential group is the first group, consists of the women with 20-30 years of age, living with a distance between 5 to 10 km with time consumes journey between 15 to 30 minutes. Most of them are private employees with a graduated degree, we find out that the business area and public facilities closed to the Maternal Hospital. They are concerned about their health condition. To improve the visitors, we suggest to consider the trend and issue in the community in term to offer the cosmetic Polyclinic and the acupuncture services for the pregnant women and after birth care which customised in a reasonable price. The promotion activity to the community and to the companies are important.