

Segmentasi dan target pasar rawat inap Ibu RSIA Hermina Bekasi tahun 2011

Djuli, Nuryati

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=78955&lokasi=lokal>

Abstrak

RSIA Hermina Bekasi merupakan rumah sakit ibu dan anak yang didirikan tahun 1997 dengan kapasitas 38 tempat tidur dan sekarang sudah memiliki 148 tempat tidur. Adanya penurunan BOR rawat inap ibu pada tahun 2010 dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya, karena penambahan jumlah tempat tidur ditambah dengan persentase pasien ibu yang di rawat inap menurun. Selain itu pemasaran RSIA Hermina Bekasi tidak pernah melakukan segmentasi pelanggan dan target pasar, selama ini target pasar ditentukan oleh manajemen rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku serta untuk memperoleh target pasar pada rawat inap ibu di RSIA Hermina Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif analitik dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Instrumen penelitian kuantitatif menggunakan angket kepada 77 responden dengan teknik pengambilan sampel proposional stratified sampling yang dipilih secara acak. Sedangkan untuk penelitian kualitatif menggunakan pedoman wawancara mendalam. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara analisis univariat dan analisis data kualitatif dengan cara data-data yang memiliki kesamaan dikelompokkan dan disimpulkan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui pasien RSIA Hermina Bekasi adalah berasal dari kecamatan didalam kota Bekasi (52%) yaitu Bekasi Selatan, Bekasi Barat, Bekasi Utara dan Bekasi Timur dengan waktu tempuh kurang dari 30 menit (70,1%), berusia 20 ? 39 tahun (93,5%) dengan latar belakang pendidikan sarjana (42,9%), pekerjaan pasien pegawai swasta (33,8%) dan pekerjaan suami pegawai swasta (70,1%) dengan penghasilan < 5 juta rupiah (35,1%) dan penanggung jawab biaya dari perusahaan (44,2%). Dan Persepsi pasien mengenai kelengkapan, kebersihan dan kenyamanan kamar, persepsi mengenai SDM seperti dokter, perawat, dan petugas pendaftaran serta persepsi mengenai tarif pada umumnya baik. Target pasar RSIA Hermina Bekasi adalah pasien perusahaan.

RSIA Hermina Bekasi is a mother and child hospital built in 1997 equipped with 38 beds and today it has 148 beds. The declining Bed of Occupancy Rate (BOR) of its mother inpatient in 2010 compared with the preceding years caused by the excessive number of beds and the declining percentage of mothers as patients treated. Moreover the marketing department of RSIA Hermina Bekasi has never done a customer segmentation and market target. Until today its market target determined by the hospital management. The purpose of this academic work is to collect information about market target based on geographical, demographical, psycho graphical and behavioral segmentation. This study has nature of analytic descriptive with quantitative and qualitative approaches. As instrument for the quantitative study, questionnaires with 77 respondents deployed and collected by using proportional stratified sampling method, while for the qualitative study, an in-depth interview was brought about. The quantitative data analysis carried out by using univariate analysis and subsequently the qualitative data analysis undertaken by means of grouping and concluding data with similar background. Results suggested that patients of RSIA Hermina Bekasi are from district in the city of Bekasi (52%) is south Bekasi, West Bekasi, North Bekasi, and East Bekasi, having time travel of 30 minutes (70.1%), aged of 20 ? 39 years old (93,5%), with bachelor

educational background (42.9%), private employee as patients (33.8%), with husbands within private sectors (70.1%), having income less than IDR 5 million (35,1%) and companies as payer (44.2%). Furthermore, the perception of patients for inclusiveness, cleanliness, comfort of rooms, human resources such as doctors, nurses, administrations staffs and also of fare is considerably good. Market target of RSIA Hermina Bekasi is company patients.</p>