

EVALUASI PROGRAM PEMASARAN RUMAH SAKIT UNIVERSITAS AIRLANGGA

ABSTRAK

(Juliet Liunardi 041214353049)

Rumah Sakit Universitas Airlangga (RSUA) Kota Surabaya merupakan Rumah Sakit milik Pemerintah Kota Surabaya yang berdiri sejak 3 tahun yang lalu. Jumlah kunjungan pasien yang masih sangat rendah terutama rawat inap terutama disebabkan minimnya informasi mengenai kualitas rumah sakit.

Penelitian ini untuk mengetahui kualitas implementasi program pemasaran yang selama ini dilaksanakan oleh RSUA, menganalisa kualitas sehingga mengetahui aspek mana yang selama ini menjadi keunggulan dan kelemahan dari sisi pengguna (pasien), masyarakat, serta informan (staf yang terlibat dalam RSUA). Setelah menganalisa kualitas pelayanan dilanjutkan dengan membuat program pengembangan dengan tahapan menyusun rencana pemasaran dilihat dari aspek marketing mix bidang jasa yang ditujukan untuk memperbaiki kinerja RSUA serta untuk memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana secara optimal untuk pengembangan rumah sakit setiap tahunnya guna menunjang pelayanan yang lebih baik. Metode penelitian ini adalah deskriptif analisis. Proses analisa datanya merupakan penelitian kuantitatif dengan kuisioner yang disebarkan ke pasien dan ke masyarakat sekitar RS dan dengan dibantu dengan wawancara secara kualitatif dengan informan untuk mengetahui data internal rumah sakit. Responden penelitian ini adalah direksi, para staf dan pelaksana pelayanan rumah sakit serta masyarakat sekitar rumah sakit dan pasien rawat jalan serta rawat inap. Dari hasil penelitian didapat dari ke7 aspek marketing mix, aspek people, product dan physical evidence memiliki kualitas yang baik yang merupakan keunggulan RSUA, aspek lainnya yaitu *place* yang kurang strategis, price yang perlu dilakukan adjustment, process yang masih kurang maksimal, promotion yang masih minim. Diusulkan program perencanaan pengembangan yang sesuai dengan keadaan rumah sakit yang disusun berdasarkan analisa kekuatan dan kelemahan.

Keyword : RSUA, kualitas implementasi marketing mix (Product, people, place, price, proses, physical evidence, promotion), upaya pengembangan rumah sakit