

ABSTRAK

Perubahan pelayanan kesehatan yang awalnya merupakan pelayanan yang tidak berorientasi laba menjadi berorientasi mencari laba merupakan hal yang disoroti oleh penulis dalam penulisan skripsi. Perubahan pelayanan kesehatan ini layak nya persaingan yang terjadi dalam dunia industri komersial. Perubahan pelayanan kesehatan menjadi layak nya sebuah industri adalah masalah yang ingin dicermati oleh penulis.

Sebuah rumah sakit saat ini sangat membutuhkan program pemasaran, strategi pemasaran, dan berbagai ilmu ekonomi dalam menjalankan usahanya. Rumah sakit yang tidak menggunakan ilmu ekonomi dalam melakukan operasi, perencanaan strategis, investasi, dan hal yang lainnya akan mengalami kemunduran.

Ilmu yang telah didapatkan oleh penulis ingin diterapkan dalam mempelajari kelayakan investasi yang ingin dilakukan oleh RS. Harapan. RS. Harapan adalah sebuah rumah sakit yang sedang berkembang di kotamadya Magelang, Jawa Tengah. Saat ini RS. Harapan sedang mempertimbangkan untuk melakukan investasi dalam pelayanan eksklusif yaitu dalam hal pembangunan ruang VIP yang baru. Penulis membantu memberikan pendapat tentang kelayakan investasi yang akan dilakukan.

Pengumpulan data dilakukan secara inten al dan eksternal. Pengumpulan data internal dilakukan dengan menemui staff dan pimpinan RS. Harapan. Data internal berupa data rekam medis, data keuangan, data organisasi, dan sejarah RS. Harapan. Data yang dikumpulkan berupa lisan dan tertulis. Data eksternal mengenai pesaing RS. Harapan dilakukan dengan menghubungi Dinas Kesehatan kotamadya Magelang. Penulis menanyakan tentang kapasitas tempat tidur ruang VIP dan *bed occupancy ratio* rumah sakit pesaing.

Penulisan skripsi dilakukan dengan melakukan observasi selama 1 bulan penuh di RS. Harapan. Penulis mempelajari target pasar dan segmen pasar yang dilayani oleh rumah sakit harapan pada awalnya. Setelah target dan segmen pasar RS. Harapan diketahui, penulis menganalisa daur hidup produk ruang VIP yang lama dan daur hidup organisasi RS. Harapan. Pengidentifikasian pesaing dilakukan untuk mengetahui posisi RS. Harapan terhadap pesaing-pesaing utamanya. Sebelum menganalisa kelayakan investasi, penulis mencoba untuk mengetahui keadaan strategis RS. Harapan dengan metode SWOT dengan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi. Setelah mengetahui strategi yang harus dilakukan RS. Harapan penulis menganalisa kemampuan RS. Harapan dalam menyediakan layana eksklusif yang baru. Menganalisa data keuangan adalah langkah terakhir yang dilakukan. Penulis menggunakan perhitungan IRR dan payback periode. Perhitungan IRR dan payback periode dilakukan oleh pihak RS. Harapan dan masih berbentuk draft.

Setelah IRR dan payback periode diketahui penulis menganalisa layak atau tidaknya investasi ruang VIP. Penulis juga memberikan saran mengenai program pemasaran yang harus dilakukan agar RS. Harapan dapat meningkatkan pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR ISI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakan Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Penelitian.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	10
2.1.1 Definisi Pasar.....	10
2.1.2 Segmentasi.....	11
2.1.3 Targeting.....	11
2.1.4 Positioning.....	12
2.2 Metode Penganalisis Pasar.....	13
2.2.1 Daur Hidup Organisasi.....	13
2.2.2 Daur Hidup Produk.....	14
2.2.3 Analisis Boston Consulting Group	15
2.2.4 Implementasi antara BCG matriks dan Daur Hidup Produk.....	17
2.3 Analisis Pesaing.....	18
2.3.1 Definisi Analisis Pesaing.....	18
2.3.2 Metode yang Digunakan untuk menganalisis Pesaing...	20
2.4 Analisis SWOT.....	22
2.4.1 Definisi SWOT.....	22
2.5 Strategi.....	26
2.5.1 Definisi Strategi.....	26
2.5.2 Jenis-Jenis Strategi.....	26
2.6 Studi Kelayakan Bisnis.....	29
2.6.1 <i>Net Present Value</i>	29
2.6.2 <i>Internal Rate Return</i>	29
2.6.3 <i>Payback Periode</i>	30
2.7 Hubungan Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	31
BAB III. OBJEK PENELITIAN	

3.1 Sejarah dan Latar Belakang.....	33
3.2 Promosi dan Etika Promosi Rumah Sakit.....	38
3.2.1 Etika Promosi.....	40
3.2.2 Etika promosi Rumah sakit.....	41
3.2.3 Draft Rancang Etika Promosi Rumah Sakit.....	42
3.3 Peraturan Pemerintah tentang Kelas Rumah Sakit.....	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pasar.....	51
4.2 Analisa Pasar.....	53
4.2.1 Analisa Daur Hidup Produk.....	53
4.2.2 Analisa Daur Hidup Organisasi.....	57
4.3 Analisis Pesaing.....	59
4.4 Analisis SWOT.....	62
4.5 Studi Kelayakan Bisnis.....	70
4.6 Strategi Pemasaran Rumah Sakit.....	74
4.6.1 Produk.....	74
4.6.2 Harga.....	75
4.6.3 Lokasi.....	76
4.6.4 Promosi.....	76
4.6.5 Sumber Daya Manusia.....	77
4.6.6 Proses.....	78
4.6.7 Nilai yang Diterapkan pada Pelanggan.....	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	2.1 Daur Hidup Produk.....	15
GAMBAR	2.2 Matriks BCG.....	16
GAMBAR	2.3 Daur Hidup Produk.....	17
GAMBAR	2.4 Matriks BCG.....	17
GAMBAR	2.5 Komponen Analisis Pesaing.....	20
GAMBAR	3.1 Bagan Organisasi RS. Harapan Magelang.....	36
GAMBAR	3.2 <i>Blueprint</i> Jasa Rawat Inap.....	37
GAMBAR	3.3 <i>Blueprint</i> Jasa Rawat Inap.....	37
GAMBAR	4.1 Posisi RS. Harapan Magelang dalam Matriks BCG...	55
GAMBAR	4.2 Grafik Pertumbuhan Pendapatan RS. Harapan Magelang	56
GAMBAR	4.3 Posisi Pasar Rumah Sakit di Magelang.....	62
GAMBAR	4.4 Kekuatan Kompetitif RS. Harapan Magelang.....	68
GAMBAR	4.5 Analisis Grafik SWOT.....	69
GAMBAR	4.6 Grafik Pertumbuhan Pasar VIP RS. Harapan.....	71

DAFTAR TABEL

TABEL	2.1 Daur Hidup Organisasi	14
TABEL	2.2 Tabel IFAS.....	24
TABEL	2.3 Tabel EFAS.....	24
TABEL	2.4 Tabel SFAS.....	25
TABEL	2.5 Posisi Analisa SWOT dan Strategi yang Dilakukan	25
TABEL	2.6 Model Strategi Daya Tarik Industri.....	27
TABEL	4.1 Pertumbuhan Pasar VIP RS. Harapan Magelang dan Pesaing.....	54
TABEL	4.2 <i>Maket Growth</i> RS. Harapan Magelang.....	54
TABEL	4.3 Pertumbuhan Pendapatan RS. Harapan Magelang...	56
TABEL	4.4 Pangsa Pasar Rawat Inap Ruang VIP Rumah Sakit di Magelang.....	59
TABEL	4.5 Pemetaan Kelompok Strategis pada Rumah Sakit di Kota Magelang.....	61
TABEL	4.6 Faktor Internal RS. Harapan Magelang.....	64
TABEL	4.7 Faktor Eksternal RS. Harapan Magelang.....	65
TABEL	4.8 Tabel IFAS RS. Harapan Magelang.....	65
TABEL	4.9 Tabel EFAS RS. Harapan Magelang.....	65
TABEL	4.10 Tabel SFAS RS. Harapan Magelang.....	66
TABEL	4.11a Proporsi Kekuatan dan Kelemahan Internal dengan Peluang dan Ancaman Eksternal.....	66
TABEL	4.11b Proporsi Gabungan Faktor Eksternal dan Internal yang Strategis.....	67
TABEL	4.12 tabel strategi model pada RS. Harapan Magelang....	68

TABEL	4.13 Draft Laporan Keuangan setelah Investasi.....	73
TABEL	4.14 Perhitungan WACC.....	74