

LAMPIRAN 8

DAFTAR ISI

	Halaman	
I	PENDAHULUAN	11
1.1.	Latar Belakang Masalah	11
1.2.	Rumusan Masalah	11
1.3.	Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.4.	Keterbatasan Penelitian	13
1.5.	Sistematika Penulisan	13
II	KAJIAN PUSTAKA	14
2.1.	Pengertian Pemasaran	14
2.2.	Pemasaran Jasa	14
2.3.	Karakteristik Jasa	16
2.3.1.	Tidak berwujud	16
2.3.2.	Tidak dapat dipisah	16
2.3.3.	Keragaman	16
2.3.4.	Tidak tahan lama	17
2.4.	Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	18
2.4.1.	Analisis Makro <i>Pestle</i>	18
2.4.2.	Analisis Industri <i>Porter's Five Forces</i>	20
2.4.3.	Analisis <i>Consumer Decision Making Process (CDMP)</i>	22
2.4.4.	Analisis Pesaing (<i>Competitor</i>)	25
2.5.	Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	27
2.6.	<i>Key Success Factor</i>	33
2.7.	Analisis <i>SWOT</i>	34
2.8.	Sasaran Pemasaran (<i>Marketing Objective</i>)	36
2.9.	Formulasi Strategi	36
2.10.	Strategi Pemasaran	38
2.11.	<i>Segmentation, Targeting Dan Positioning (STP)</i>	40

2.11.1. <i>Segmentation</i>	40
2.11.2. <i>Targeting</i>	41
2.11.3. <i>Positioning</i>	43
2.12. <i>Matrix Ansoff</i>	44
2.13. <i>Marketing Mix</i> (bauran pemasaran)	47
2.14. Implementasi Strategi	52
2.15. Kerangka Analisis	53
2.16. Kerangka Konseptual	53
III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1. Jenis Penelitian	54
3.2. Sumber, Cara memperoleh dan Mengolah Data	54
3.3. Kualitas penelitian	55
IV GAMBARAN PERUSAHAAN	56
4.1. Profil Perusahaan	56
4.2. Visi, Misi, Nilai dan Struktur Organisasi	57
4.3. PT ABC <i>Business</i>	59
4.4. Produk dan Layanan	61
V ANALISIS SITUASI	65
5.1. Analisis Eksternal	65
5.1.1. Analisis <i>Pestle</i>	65
5.1.2. Analisis Industri <i>Porter's Five Forces</i>	82
5.1.3. Analisis <i>Consumer Decision Making Process</i>	90
5.1.4. Analisis Pesaing (<i>Competitor</i>)	93
5.1.5. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	97
5.1.6. <i>Key Success Factor</i>	99
5.1.7. Analisis <i>SWOT</i>	104
5.1.8. Sasaran Pemasaran	106
5.1.9. Formulasi Strategi	106
5.1.10. Strategi Pemasaran	111

VI	IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN JASA LAYANAN <i>SMART HOSPITAL</i> PT ABC	111
6.1.	Implementasi Strategi	111
6.2.	Rencana Anggaran Kegiatan Promosi Jasa <i>Smart Hospital</i> PT ABC 2022	113
VII	KESIMPULAN DAN SARAN	115
7.1.	Kesimpulan	115
7.2.	Saran	117
	DAFTAR PUSTAKA	118
	LAMPIRAN	123

LAMPIRAN 9
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Total RS umum dan RS khusus di Indonesia 2016-2020	8
Tabel 1.2. Perkembangan umlah RS umum berdasarkan kepemilikan 2016-2020	9
Tabel 1.3. Pendapatan jasa <i>smart city</i> dan <i>smart manufacturing</i> PT BC	11
Tabel 5.1. Provider <i>smart hospital</i> di Indonesia 2022	83
Tabel 5.2. Jumlah rumah sakit di Indonesia 2020	84
Tabel 5.3. Ringkasan analisis <i>Porter's Five Forces</i>	90
Tabel 5.4. Provider <i>smart hospital</i> di Indonesia	94
Tabel 5.5. Sumber daya manusia pendukung <i>smart hospital</i> PT ABC	97
Tabel 5.6. Pencapaian revenue PT ABC 2018 – 2021	98
Tabel 5.7. Faktor kunci keberhasilan jasa smart hospital PT ABC	101
Tabel 5.8. Target pendapatan jasa smart hospital PT ABC pertahun	106

Tabel 5.9.	<i>Aquipment and Device IoT Cost</i> jasa smart <i>hospital</i> PT ABC	109
Tabel 5.10.	<i>Lead time process</i> aktivasi jasa smart hospital PT ABC	111
Tabel 6.1.	Jadwal implementasi strategi pemasaran jasa smart hospital PT ABC 2022	113
Tabel 6.2	Rencana anggaran promosi jasa smart hospital PT ABC 2022	114

LAMPIRAN 10
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data pengguna internet di Indonesia Januari 2021	7
Gambar 1.1. Perkembangan jumlah RS umum dan RS khusus di Indonesia 2016 - 2020	10
Gambar 1.3. Persentase jumlah rumah sakit menurut kelas tahun 2020	11
Gambar 2.1. Tiga katagori pelanggan pasar bisnis	25
Gambar 2.2. Kerangka konseptual rancangan strategi pemasaran jasa smart hospital PT ABC	55
Gambar 4.1. Struktur group dan anak perusahaan PT ABC	60
Gambar 4.2. Struktur organisasi PT ABC	61
Gambar 4.3. Transformasi layanan PT ABC <i>business</i>	62
Gambar 4.4. Layanan PT ABC <i>business</i>	65
Gambar 5.1. Proyeksi ekonomi Indonesia jangka menengah (%)	71
Gambar 5.2. Anggaran kesehatan RI tahun 2022	72
Gambar 5.3. <i>Smart Hospital</i> Mandaya Royal Puri	99
Gambar 5.4. Infrastruktur dan <i>backbone</i> untuk jasa <i>smart hospital</i>	102
Gambar 5.5. <i>Matrix Ansoff</i>	110

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Transkrip wawancara narasumber 1	128
Lampiran 2. Transkrip wawancara narasumber 2	135