

## DAFTAR ISI

I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
II KAJIAN TEORI	5
2.1 Strategi Pemasaran	5
2.2 Pemasaran Rumah Sakit	6
2.3 Analisis Eksternal	6
2.3.1 Analisis PEST	6
2.3.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	7
2.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	8
2.4 <i>Critical Success Factors</i> (CSF)	12
2.5 Analisis Internal	12
2.6 Analisis SWOT	13
2.7 <i>Market-attractiveness/Competitive position Matrix</i>	13
2.8 <i>Objectives</i>	15
2.9 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	16
2.10 Manajemen Pemasaran dan <i>Marketing Mix</i>	18
2.11 Implementasi Strategi	20
2.12 Kerangka Analisis	20
III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Jenis, Sumber, Cara Memperoleh dan Mengolah Data	23
3.3 Tabel Kebutuhan Data	24
3.4 Jadwal Penyelesaian Tesis	25

IV PROFIL PERUSAHAAN	26
4.1 Visi dan Misi	27
4.2 Keunggulan RS YARSI	28
4.3 Pelayanan Medik Spesialis	28
4.4 Layanan Poliklinik	29
V ANALISIS EKSTERNAL DAN INTERNAL	32
5.1 Analisis Eksternal	32
5.1.1 Analisis PEST	32
5.1.1.1 Politik	32
5.1.1.2. Ekonomi	34
5.1.1.3. Sosial	36
5.1.1.4. Teknologi	36
5.1.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	37
5.1.2.1 <i>Rivalry among present competition</i>	37
5.1.2.2 <i>Threat of substitutes</i>	39
5.1.2.3 <i>Threat of new entrants</i>	40
5.1.2.4 <i>Buyer Power</i>	41
5.1.2.5 <i>Supplier Power</i>	41
5.1.3 Analisis Pasar	43
5.1.4 <i>Critical Success Factors (CSF)</i>	56
5.1.5 <i>Opportunity dan Threat</i>	58
5.2 Analisis Internal	60
5.2.1 Strategi Pemasaran RS YARSI	60
5.2.2 Visi dan Kinerja Pemasaran Unit Rawat Jalan RS YARSI	62
5.2.3 <i>Benchmarking CSF dengan Kompetitor</i>	66
5.2.4 Permasalahan yang Dihadapi	70
5.2.5 <i>Strengths dan Weaknesses</i>	71
VI FORMULASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI	74
6.1 <i>Market Attractiveness/Competitive-Position Matrix</i>	76
6.2 <i>Objectives</i>	78
6.3 <i>Segmentation-Targeting-Positioning (S-T-P)</i>	79

6.3.1 <i>Segmentation</i>	79
6.3.2 <i>Targeting</i>	80
6.3.3 <i>Positioning</i>	81
6.4 <i>Marketing Mix</i>	82
6.4.1. <i>Product/Service</i>	82
6.4.2 <i>People</i>	88
6.4.3 <i>Process</i>	91
6.4.4 <i>Price</i>	94
6.4.5 <i>Promotion</i>	95
6.4.6 <i>Place</i>	103
6.4.7 <i>Physical Evidence</i>	103
6.5 Rencana Program	105
VII KESIMPULAN DAN SARAN	110
7.1 Kesimpulan	110
7.2 Saran	111

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pasien rawat jalan di RS YARSI periode Agustus – Desember 2018	2
Tabel 2.1 Kriteria SMART	15
Tabel 3.1 Kategori hasil olah data rata-rata nilai skala Likert	24
Tabel 3.2 Kebutuhan data penelitian	24
Tabel 3.3 Jadwal penyelesaian Tesis	25
Tabel 5.1 Jumlah rumah sakit pada region 1	38
Tabel 5.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	42
Tabel 5.3 Proses Pengambilan Keputusan – <i>Problem Recognition</i>	52
Tabel 5.4 Proses Pengambilan Keputusan – <i>Information Search</i>	52
Tabel 5.5 Proses Pengambilan Keputusan – <i>Evaluation of Alternatives</i>	53
Tabel 5.6 Proses Pengambilan Keputusan – <i>Outlet Selection and Purchase</i>	54
Tabel 5.7 Proses Pengambilan Keputusan – <i>Post Purchase Action</i>	55
Tabel 5.8 CSF dan referensinya	57
Tabel 5.9 Data jumlah pasien pada unit rawat jalan	64
Tabel 5.10 Perbandingan performa terhadap CSF pada RSIJCP dan RS YARSI	69
Tabel 5.11 Pemetaan Visi, CSF, dan program yang direncanakan RS YARSI	71
Tabel 6.1 Penilaian <i>market attractiveness/competitive-position</i> RS YARSI	76
Tabel 6.2 Objectives yang ditetapkan dan kaidah SMART	78
Tabel 6.3 Target market RS YARSI	81
Tabel 6.4 Rangkuman strategi implementasi	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Porter's five competitive forces</i>	7
Gambar 2.2 Model perilaku konsumen	11
Gambar 2.3. <i>Market-attractiveness/Competitive-position matrix</i>	15
Gambar 2.4 Strategi untuk <i>targeting</i> dalam pemasaran	17
Gambar 2.5 Kerangka analisis penelitian	21
Gambar 4.1 Gedung RS YARSI	26
Gambar 4.2 Lokasi RS YARSI	26
Gambar 4.3 Fasilitas pelayanan medik spesialis di RS YARSI	29
Gambar 4.4 Fasilitas pelayanan penunjang medis di RS YARSI	29
Gambar 5.1 Jenis kelamin responden	43
Gambar 5.2 Usia responden	44
Gambar 5.3 Pendidikan responden	44
Gambar 5.4 Pekerjaan rutin responden	45
Gambar 5.5 Penghasilan per bulan responden	45
Gambar 5.6 Pengeluaran per bulan responden	46
Gambar 5.7 Area tempat tinggal responden	47
Gambar 5.8 Frekuensi penggunaan layanan RS responden	48
Gambar 5.9 Unit layanan RS yang paling sering digunakan responden	48
Gambar 5.10 Sumber untuk mengetahui informasi RS	49
Gambar 5.11 Waktu yang dibutuhkan untuk memutuskan RS	49
Gambar 5.12 Apakah responden memiliki RS langganan	50
Gambar 5.13 Rumah sakit langganan responden	51
Gambar 6.1 <i>Market attractiveness/Competitive-position matrix</i> untuk RS YARSI	77
Gambar 6.2 <i>Ambulance</i> RS YARSI	84
Gambar 6.3 Helipad RS YARSI	84
Gambar 6.4 IGD RS YARSI	84
Gambar 6.5 <i>Minimal invasive surgery</i>	84
Gambar 6.6 <i>One day care procedure</i>	85
Gambar 6.7 Farmasi RS YARSI	85

Gambar 6.8 Laboratorium RS YARSI	85
Gambar 6.9 Radiologi RS YARSI	85
Gambar 6.10 Paket <i>Medical Check up</i> dewasa RS YARSI	86
Gambar 6.11 Paket <i>Medical Check up</i> anak RS YARSI	86
Gambar 6.12 Fasilitas laboratorium RS YARSI	87
Gambar 6.13 Fasilitas di laboratorium RS YARSI	87
Gambar 6.14 Profil dokter umum di RS YARSI	90
Gambar 6.15 Profil dokter gigi umum di RS YARSI	90
Gambar 6.16 Profil dokter spesialis paru di RS YARSI	90
Gambar 6.17 Tim dokter umum di RS YARSI	90
Gambar 6.18 Staf laboratorium di RS YARSI	90
Gambar 6.19 Tim <i>customer care</i> di RS YARSI	90
Gambar 6.20 Proses layanan di RS YARSI	91
Gambar 6.21 Informasi di depan pintu masuk lantai 2 RS YARSI	92
Gambar 6.22 Mesin antrian pasien di RS YARSI	92
Gambar 6.23 Pintu masuk lantai 2 (rawat jalan) RS YARSI	92
Gambar 6.24 Pintu masuk lantai 1 (IGD) RS YARSI	92
Gambar 6.25 Registrasi <i>online</i> dengan <i>Whatsapp</i>	93
Gambar 6.26 Registrasi online dengan web RS YARSI	93
Gambar 6.27 Counter pembayaran dan Bank Mandiri Syariah	93
Gambar 6.28 Ruang tunggu di RS YARSI	93
Gambar 6.29 Tampilan web RS YARSI ( <a href="http://www.rsyarsi.co.id">www.rsyarsi.co.id</a> )	96
Gambar 6.30 Tampilan RS YARSI di aplikasi Alodokter ( <a href="http://www.alodokter.com">www.alodokter.com</a> )	96
Gambar 6.31 Tampilan RS YARSI di Instagram	97
Gambar 6.32 Tampilan RS YARSI di Facebook	97
Gambar 6.33 Tampilan RS YARSI di Youtube	98
Gambar 6.34 Poster lomba mewarnai untuk anak TK	98
Gambar 6.35 Poster seminar untuk masyarakat	98
Gambar 6.36 Pendidikan kesehatan untuk anak TK	99
Gambar 6.37 Seminar untuk masyarakat	99
Gambar 6.38 Pemeriksaan kesehatan gigi dan gratis untuk anak-anak	99
Gambar 6.39 Pemeriksaan kesehatan mata gratis untuk anak-anak	99
Gambar 6.40 Poster senam sehat dan bazaar untuk lansia	100

Gambar 6.41 Mengikuti pameran yang diadakan oleh Al Azhar	100
Gambar 6.42 Poster pelatihan BTCLS	101
Gambar 6.43 Poster pelatihan Resusitasi Neonatus	101
Gambar 6.44 Poster edukasi pencegahan penyakit Demam Berdarah	101
Gambar 6.45 Poster edukasi tips atasi nyeri	101
Gambar 6.46 Promosi paket pemeriksaan penyakit Diabetes	102
Gambar 6.47 Promosi paket melahirkan	102
Gambar 6.48 <i>Cafeteria</i> RS YARSI	104
Gambar 6.49 <i>Executive Lounge</i> RS YARSI	104

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar pertanyaan wawancara kepada pihak manajemen RS YARSI
- Lampiran 2. Kuesioner Proses Pengambilan Keputusan Layanan Rumah Sakit
- Lampiran 3. Hasil wawancara dengan reponden
- Lampiran 4. Hasil wawancara dengan pihak manajemen RS YARSI
- Lampiran 5. Hasil jawaban responden kuesioner
- Lampiran 6. Struktur organisasi RS YARSI
- Lampiran 7 Rencana program pemasaran tahun 2019
- Lampiran 8 Rencana program pemasaran tahun 2020
- Lampiran 9 Rencana program pemasaran tahun 2021