

**TINJAUAN ASPEK PEMASARAN
DAN PERUBAHAN ORGANISASI
BAGI PENGEMBANGAN
RUMAHSAKIT**

**dr. Sudiro, MPH, Dr.PH
Ketua Program MIKM PPS UNDIP**

BAGAIMANA STRATEGI PEMASARAN RUMAHSAKIT YANG TEPAT?

DIMANAKAH POSISI RUMAHSAKIT ANDA?

- **MARKET LEADER?**
- **MARKET CHALLENGER?**
- **MARKET FOLLOWER?**
- **MARKET NICHE?**

MARKET LEADER

- MEMILIKI PANGSA PASAR TERBESAR
- MENDOMINASI KOMPETITOR PADA MARKET TERTENTU

MARKET CHALLENGER

- RUMAHSAKIT YANG BERUSAHA MENGKONFRONTASI MARKET LEADER
- ORGANISASI LEBIH KECIL TETAPI AGRESIF DENGAN FORMULASI STRATEGINYA

MARKET FOLLOWER

- MENGIKUTI MARKET LEADER TIDAK MENYERANGNYA
- MEMPERTAHANKAN KONSUMEN YG ADA DAN MENCOBA MENARIK YG BARU

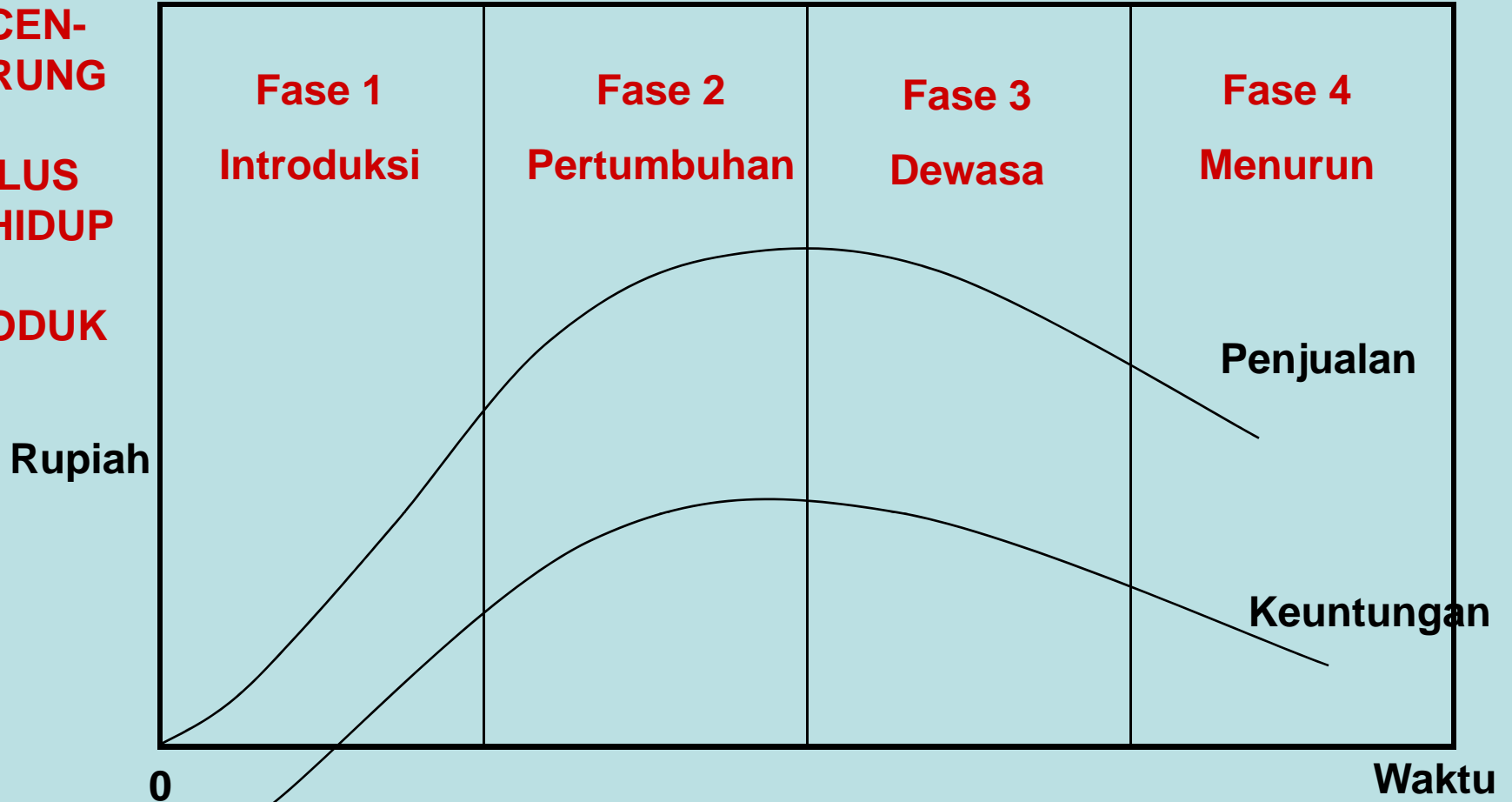
MARKET NICHE

- MENTARGET SEGMENT SEMPIT ATAU
- SEGMENT LEBAR TAPI DG PRODUK DAN JASA SPESIFIK

Strategic Planning Process



**KECEN-
DERUNG
AN
SIKLUS
KEHIDUP
AN
PRODUK**



Karakter Fase SKP

	Introduksi	Pertumbuhan	Dewasa	Menurun
Penjualan	Rendah	Tumbuh Cepat	Tumbuh Lambat	Menurun
Keuntungan	Negatif	Tgkt. Puncak	Tinggi	Rendah
Kompetitor	Sedikit	Tumbuh	Banyak	Menurun
Biaya/Konsum	Tinggi	Rata2	Rendah	Rendah

BCG Portfolio Analysis

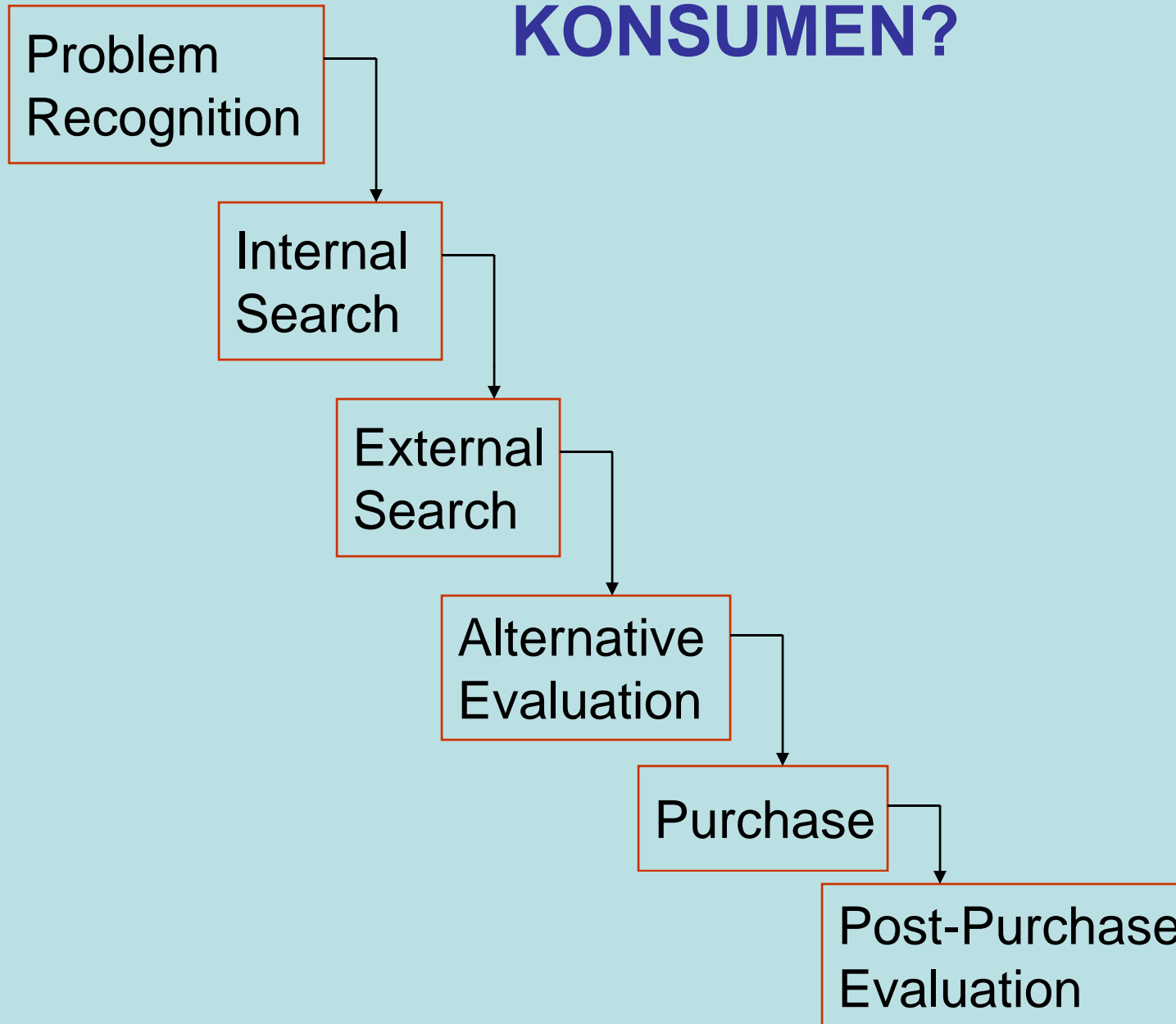
Posisi Relatif Pasar Bersama

Kecepatan Pertumbuh an Pasar

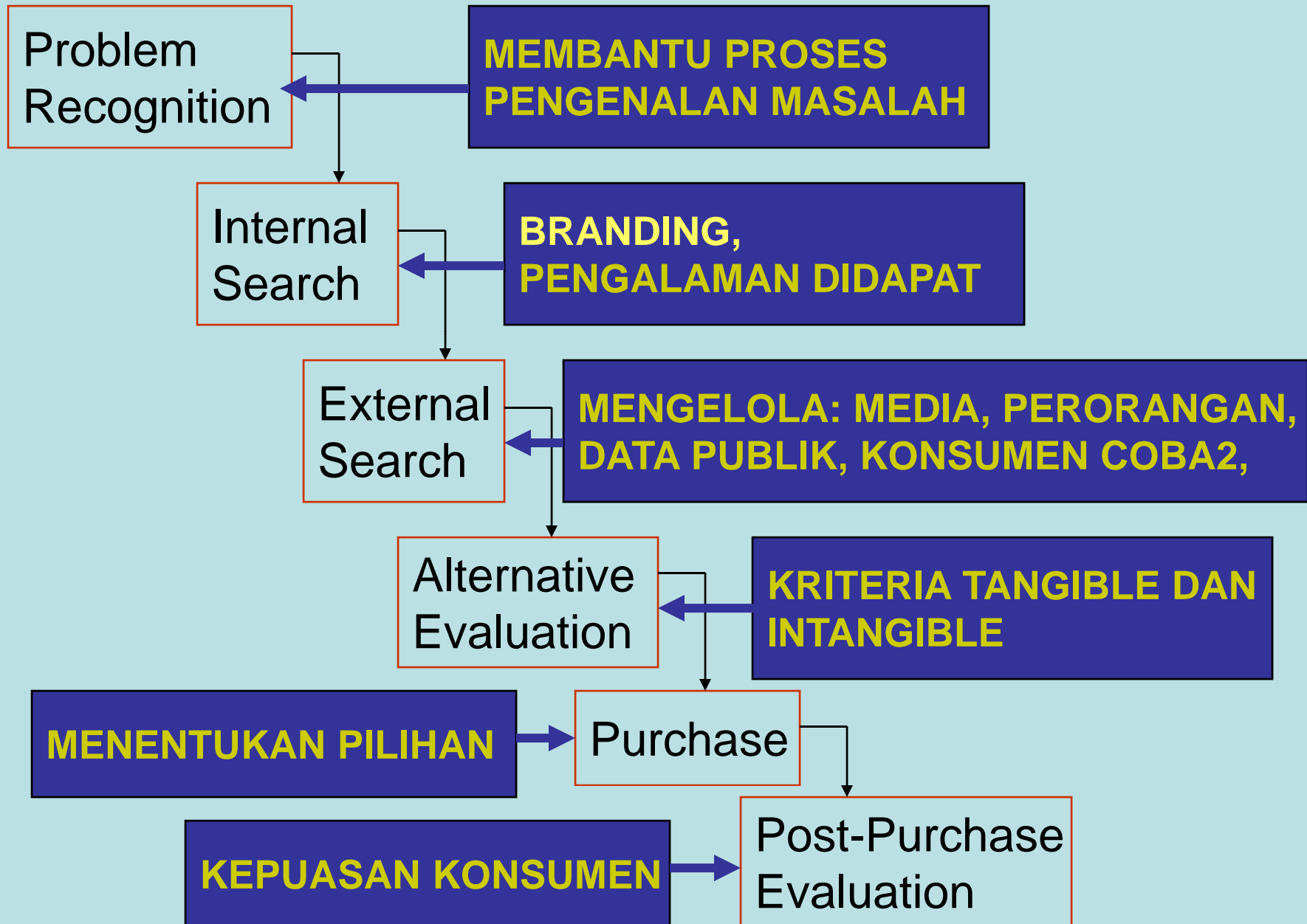
	Tinggi	Medium	Rendah
Tinggi	<p>Bintang</p> <p><i>Peluang Jangka Panjang Bagus dari Organisasi</i></p> <p><i>Produk hrs dilengkapi sumber daya.</i></p> <p><i>Strategi: Pengemb. Pasar, Produk, Penetrasi, Vertikal Integr, Diversifikasi terkait</i></p>		<p>Problem Anak2</p> <p><i>Apakah diperkuat?</i></p> <p><i>Ataukah keluar dari Area produksi/layanan melalui panen, melepas atau likuidasi.</i></p> <p><i>Atau dikurangi menjadi produk khusus</i></p>
Medium			
Rendah	<p>Sapi Perah</p> <p><i>Produk dan Layanan harus dipertahankan tetapi harus mengkonsumsi sedikit sumber daya</i></p> <p><i>Strategi: Status Quo, Memperbesar, Penetrasi, Diversifikasi Terkait</i></p>		<p>Anjing</p> <p><i>Produk dan Layanan harus mengkonsumsi sedikit sumber daya.</i></p> <p><i>Produk pada posisi ini sering dilikuidasi atau dilepas</i></p>

**FOKUS PADA STRATEGI
CUSTOMER ORIENTED**

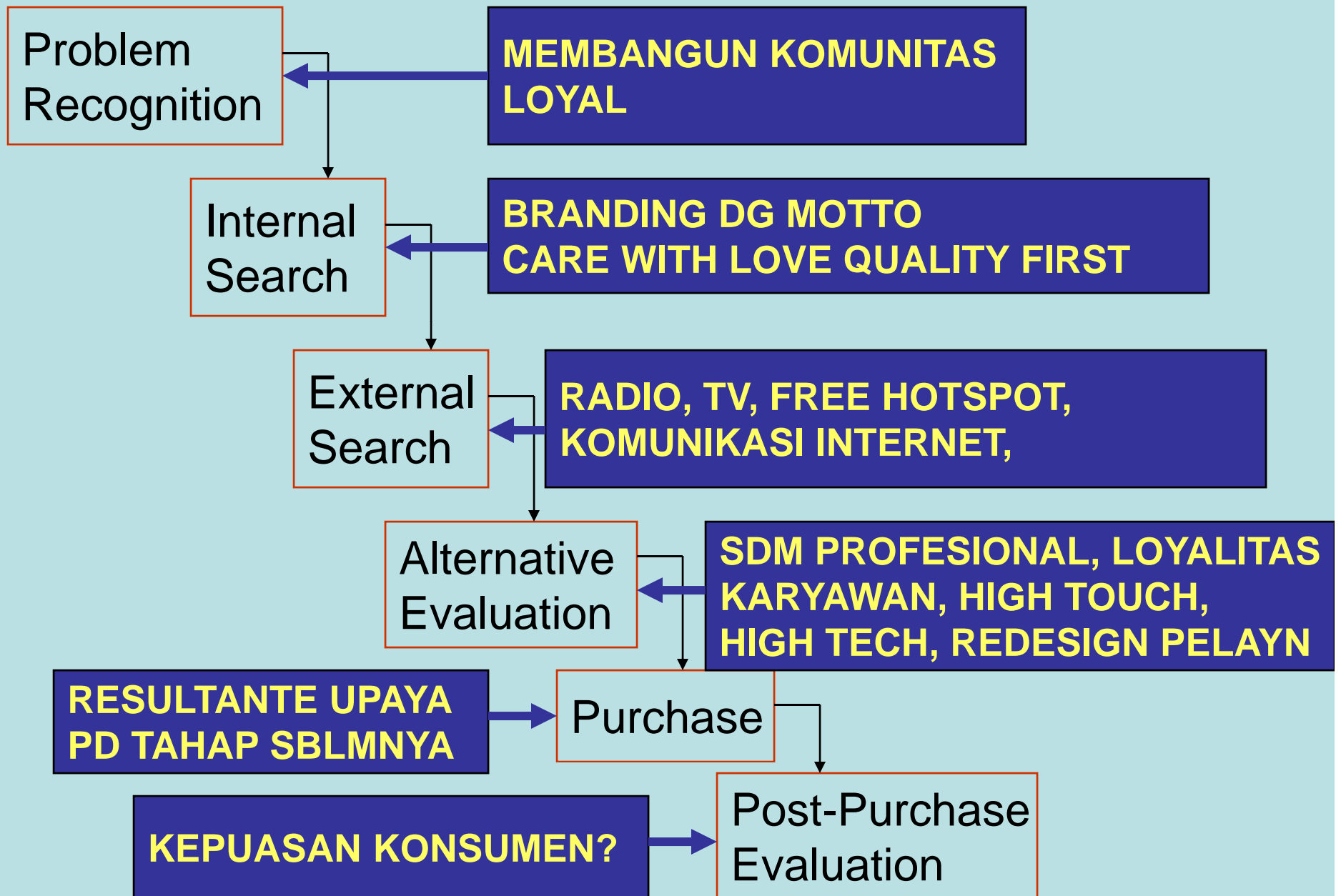
BAGAIMANAKAH MODEL KEPUTUSAN KONSUMEN?



APA STRATEGI MARKETINGNYA?



YG DILAKUKAN RS PANTI WILASA “Dr.CIPTO”



BAGAIMANA HAKEKAT PERUBAHAN ORGANISASI RUMAHSAKIT?

APAKAH PERUBAHAN DI ORGANISASI?

- MODIFIKASI TUGAS-TUGAS**
- MODIFIKASI TEKNOLOGI**
- MODIFIKASI STRUKTUR ORGANISASI**
- MODIFIKASI PERAN KARYAWAN**

SIAPA MELAWAN PERUBAHAN?

KARYAWAN SBG ANGGOTA ORGANISASI

**HAKEKAT PERLAWANAN PERUBAHAN
BUKAN MASALAH TEKNIS MELAINKAN**

1. MASALAH PSIKOLOGIS →

KESEIMBANGAN DIRINYA DG PEKERJAAN

- PEKERJAAN DIPERSEPSI TERLALU SULIT**
- PERMINTAAN LEBIH DIPERHATIKAN
(BAYARAN DAN ATAU BEBAN KERJA)**

**PERSEPSI TELAH TERJADI KESEIMBANGAN
ANTARA DIRINYA DAN PEKERJAANNYA
SESUAI PERSPEKTIF KARYAWAN MAKA AKAN
TERJADI PERASAAN NYAMAN →
BERHENTILAH PERLAWANAN TERHADAP
PERUBAHAN**

2. MASALAH SOSIAL

**UMUMNYA DALAM BEKERJA TERBANGUN
HUBUNGAN KERJA → PERUBAHAN DPT
MENGANGGU HUBUNGAN KERJA →
HUBUNGAN KERJA HARUS DIBANGUN
KEMBALI**

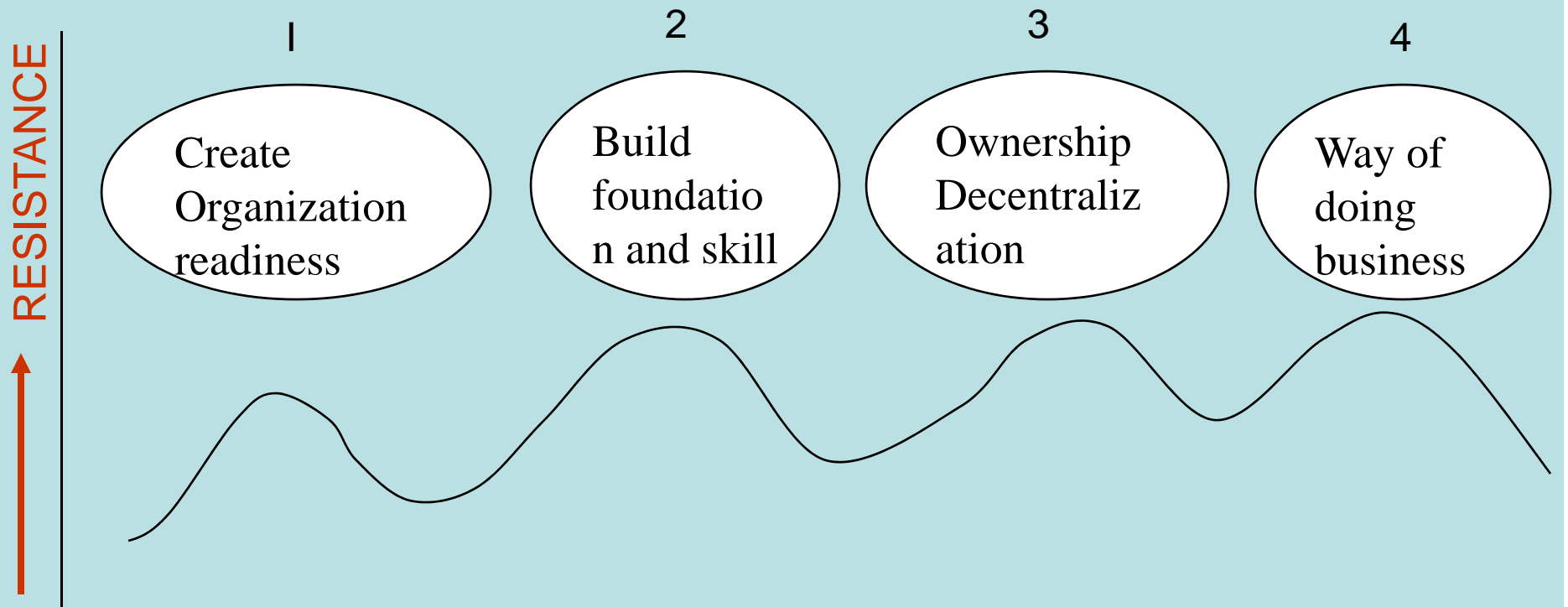
3. MASALAH EKONOMI

**HILANGNYA PENGHASILAN NYATA ATAU YG
DIHARAPKAN**

MENGGANGGU RENCANA KARIER

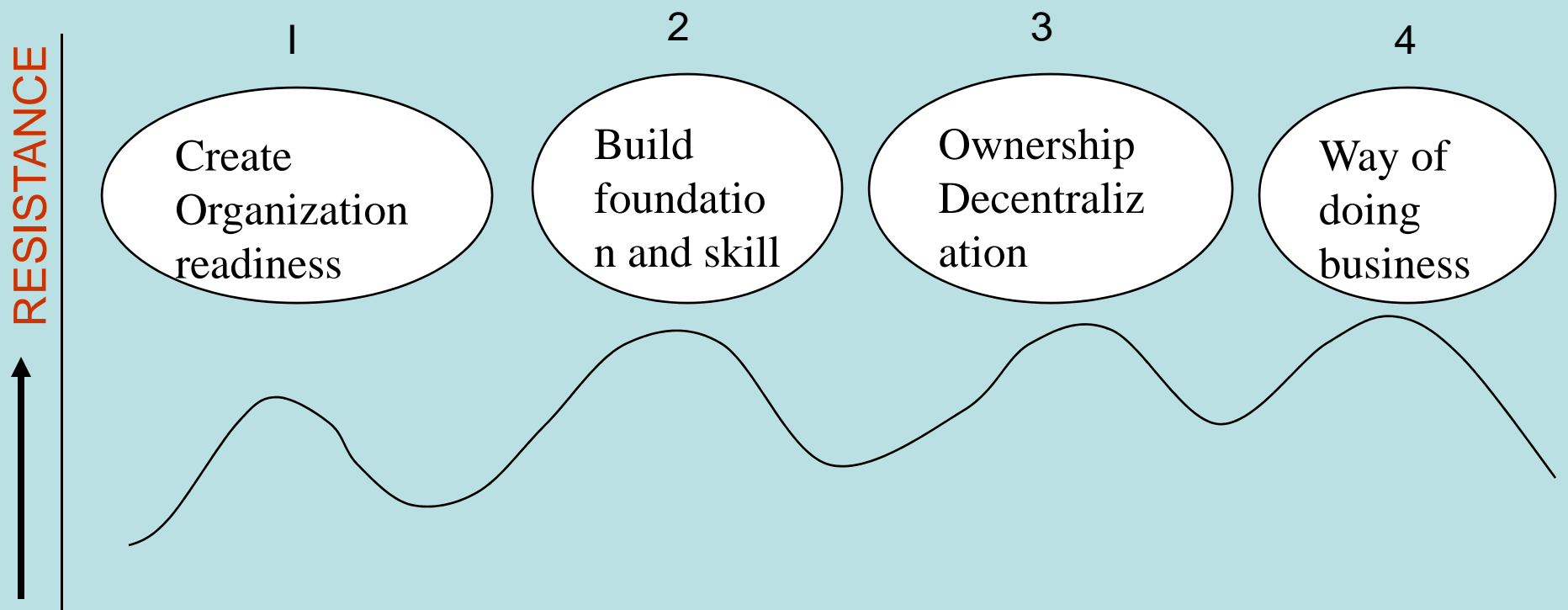
PROSES PERUBAHAN DI ORGANISASI

AWARENESS → KNOWLEDGE → IMPLEMENTATION → INTEGRATION



PROSES PERUBAHAN DI ORGANISASI RSUD KOTA SEMARANG?

AWARENESS → KNOWLEDGE → IMPLEMENTATION → INTEGRATION



VISI, MISI, NILAI
TATA KELOLA,
STANDAR MUTU,
ENTREPREUNERSHIP

KOMPETENSI SDM
HOSPITAL BY LAWS
PELAYANAN GAKIN

?

?

TERIMA KASIH