

# PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN RUMAH SAKIT AMAL SEHAT WONOGIRI

DEWI SARTIKA -- 25010110120127  
(2014 - Skripsi)

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Tujuan pemasaran adalah untuk mencapai tujuan RSAS dan menyusun strategi dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan strategi pemasaran RS. Amal Sehat Wonogiri. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *exploratory research* dengan pendekatan kualitatif. Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah proses pengembangan strategi pemasaran berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal rumah sakit. Sedangkan subyek penelitian ini disebut sebagai informan internal dan eksternal, informan internal berasal dari pegawai RSAS dan informan eksternal berasal dari pasien atau keluarga pasien dengan kriteria inklusi pendidikan minimal SMA dan kondisinya memungkinkan untuk wawancara mendalam. Cara menentukan subyek penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data melalui tahap reduksi data, *display data*, analisis data dan mengambil kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posisi RSAS berdasarkan analisis SWOT berada di kuadran 1, sehingga strategi yang digunakan adalah agresif (*growth strategy*). Pengembangan strategi menggunakan pendekatan STP (*segmenting, targeting, positioning*) dan bauran pemasaran 7 P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physic Evidence*). Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dapat dilakukan RSAS dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas pelayanan dan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci:** Analisis situasi, SWOT, strategi pemasaran