

STRATEGI PEMASARAN PELAYANAN ONKOLOGI RSUD TUGUREJO SEMARANG

ANNISA AYU QONITA – 25010111120042

(2015 - Skripsi)

Pelayanan Onkologi merupakan pelayanan baru yang didirikan RSUD Tugurejo, pembukaan pelayanan tersebut didasarkan pada peningkatan permintaan pelayanan kesehatan kanker dan fasilitas pelayanan Onkologi yang sudah ada di Jawa Tengah belum mencukupi. Oleh karenanya diperlukan strategi pemasaran untuk menjangkau konsumen, mempertahankan eksistensi kebutuhan pasien maupun menghadapi pesaing. Selain itu perlu adanya segmentasi, target dan positioning pelayanan Onkologi untuk pengembangan strategi pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis strategi pemasaran pelayanan onkologi RSUD Tugurejo Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari pegawai RSUD Tugurejo yang berhubungan dengan pelayanan Onkologi sebanyak 6 orang. Dari hasil penelitian diketahui posisi pelayanan Onkologi berada pada kuadran 1 yang bersifat agresif. Dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki antara lain mempunyai pelayanan kemoterapi, tarif yang terjangkau, tenaga kerja yang berkualitas, peralatan terbaru dan karyawan yang berdedikasi, serta pengoptimalan peluang antara lain belum ada mekanisme pemantauan dan pengukuran kepuasan pasien, kurangnya fasilitas ruang tunggu, jumlah tenaga kerja bagian kemoterapi masih kurang, belum lengkapnya produk pelayanan onkologi, belum optimalnya promosi pelayanan Onkologi dan kurang luasnya ruang kemoterapi. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa segmen pelayanan Onkologi RSUD Tugurejo adalah pasien perempuan pelayanan Onkologi yang berada di daerah Kota Semarang dan sekitarnya. Target utama adalah penduduk perempuan usia subur 20-45 tahun. Posisi pelayanan Onkologi RSUD Tugurejo masih belum lengkap dibandingkan rumah sakit lain merupakan pelayanan yang berada di rumah sakit rujukan bertipe B di atas rumah sakit kota dan rumah sakit rujukan regional barat Provinsi Jawa Tengah untuk BPJS.

Kata Kunci: . Kata Kunci : Pelayanan Onkologi, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, STP