

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN 7P PADA
TES MMPI DI UNIT HUMAS DAN *MARKETING*
RUMAH SAKIT UNIVERSITAS INDONESIA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



SARAH LIZIARAH

NIM: 2005311007

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

TUGAS AKHIR

HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Diajukan untuk memenuhi persyaratan D-III Politeknik

**PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2023



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Sarah Liziarah
NIM : 2005311007
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Penerapan Bauran Pemasaran 7P pada Tes MMPI di Unit Humas dan Marketing Rumah Sakit Universitas Indonesia

Depok, 30 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Akbar, S.E., M.S.M.
NIP. 198409132010031001

Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc.
NIP. 198801142019031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP. 196501311989032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Sarah Liziarah
NIM : 2005311007
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Penerapan Bauran Pemasaran 7P pada Tes MMPI di Unit Humas dan *Marketing* Rumah Sakit Universitas Indonesia

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 18 Agustus 2023
Waktu : 10.30 – 11.30 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : **Taufik Akbar S.E., M.S.M**
NIP. 198409132010031001

(.....
Taufik Akbar)

Penguji I : **Fachri Aditya, M.M.**
NIP. 199102062022031005

(.....
Fachri Aditya)

Penguji II : **Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd.**
NIP. 198711122019032011

(.....
Erlyn Rosalina)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Penerapan Bauran Pemasaran 7P Pada Tes MMPI Di Unit Humas dan Marketing Rumah Sakit Universitas Indonesia**”. Penulisan Tugas akhir ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada Program Studi Administrasi Bisnis Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari dalam upaya penulisan tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan moril maupun materil keada:

1. Dr.sc., Zainal Nur Arifin, Dipl. Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta
3. Taufik Akbar, SE., M.S.M selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta dan dosen pembimbing materi yang dengan sabar dan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini dengan baik.
4. Restu Jati Saputro, S.Si., M. Sc. sebagai dosen pembimbing teknis penulisan tugas akhir yang telah membantu dalam kaidah penulisan tugas akhir berdasarkan pedoman.
5. Ibu dr. Astrid Saraswaty, MARS selaku Manajer Pengembangan Bisnis RSUI yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan dalam proses penyusunan tugas akhir.
6. Eka Hadi Yudharsa selaku Kepala Seksi Humas dan Marketing RSUI yang telah memberikan pengarahan, ilmu, serta kesabaran dalam memberikan kebutuhan informasi guna menyusun tugas akhir

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Bapak, Ibu Dosen dan Staf Administrasi Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta
8. Seluruh karyawan Rumah Sakit Universitas Indonesia.
9. Teristimewa kepada orang tua serta keluarga besar yang selalu turut serta mendoakan, memberikan kasih sayang, memenuhi kebutuhan, motivasi dan semangat kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan D-III Administrasi Bisnis 2020 dan seluruh rekan AB-6B.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama menyusun laporan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas dengan rahmat-Nya yang lebih besar dari bantuan yang mereka berikan selama ini kepada penulis. Penulis menyadari banyak keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Sekian, semoga Tugas Akhir ini dengan segala kekurangannya dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin Yaa Rabbalalamin.

Depok, 7 Agustus 2023


Sarah Liziarah
NIM. 2005311007



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa.....	5
2.1.2 Karakteristik Pemasaran Jasa.....	6
2.1.3 Tujuan Pemasaran pada Jasa.....	7
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.2.1 Produk (<i>Product</i>).....	9
2.2.2 Harga (<i>Price</i>).....	10
2.2.3 Promosi (<i>Promotion</i>)	13
2.2.4 Tempat (<i>Place</i>).....	14
2.2.5 Mekanisme (<i>Process</i>)	16
2.2.6 Sumber Daya Manusia (<i>People</i>).....	17
2.2.7 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	17
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	18
3.1 Sejarah Rumah Sakit Universitas Indonesia	18
3.2 Logo	19
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	19

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.4	Visi dan Misi Rumah Sakit Universitas Indonesia	20
3.5	Nilai-Nilai Rumah Sakit Universitas Indonesia	20
3.6	Tanggung Jawab dan Tugas Pemasaran.....	21
BAB IV	PEMBAHASAN	23
4.1	Tes MMPI (<i>Minnesota Multiphasic Personality Inventory</i>) di RSUI ..	23
4.2	Penerapan Bauran Pemasaran pada Tes MMPI.....	23
4.3	Produk (<i>Product</i>) Tes MMPI di RSUI.....	24
4.4	Harga (<i>Price</i>) Tes MMPI di RSUI.....	26
4.5	Promosi (<i>Promotion</i>) Tes MMPI di RSUI	28
4.6	Tempat (<i>Place</i>) Tes MMPI di RSUI.....	30
4.7	Mekanisme (<i>Process</i>) Tes MMPI di RSUI	32
4.8	Sumber Daya Manusia (<i>People</i>) Tes MMPI	33
4.9	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>) Tes MMPI.....	34
4.10	Kendala Dalam Penerapan Bauran Pemasaran pada Tes MMPI di Unit Humas dan <i>Marketing</i> RSUI	36
4.11	Cara Mengatasi Kendala Bauran Pemasaran 7P pada Tes MMPI.....	37
BAB V	PENUTUP	39
5.1	Kesimpulan.....	39
5.2	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Rumah Sakit Universitas Indonesia	19
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Rumah Sakit Universitas Indonesia	19
Gambar 4.1	Produk Tes MMPI.....	25
Gambar 4.2	Harga Tes MMPI yang Ditawarkan	27
Gambar 4.3	Brosur Paket MCU Tes MMPI dengan Harga Normal	28
Gambar 4.4	Unggahan Instagram Promosi Tes MMPI.....	30
Gambar 4.5	Komputer Tes MMPI	31
Gambar 4.6	Pelaksanaan Tes MMPI.....	31
Gambar 4.7	Tes MMPI Manual dengan Kertas	33
Gambar 4.8	Hasil Tes MMPI berupa Garafik.....	35
Gambar 4.9	Laman Pengisian Identitas Peserta.....	35



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar pertanyaan Tes MMPI dalam bentuk kertas	43
Lampiran 2 Surat Penawaran Tes MMPI.....	44
Lampiran 3 Surat Permohonan Audiensi	45
Lampiran 4 PKS (Perjanjian Kerjasama) Tes MMPI antara RSUI dengan Kementrian Keuangan.....	46
Lampiran 5 Dokumentasi dan Pertanyaan wawancara	47





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran memiliki peran penting tidak hanya bagi para pelaku bisnis, akan tetapi pemasaran juga dilaksanakan untuk menarik perhatian, dan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyediakan produk atau layanan yang tepat pada waktu, tempat, dan harga yang tepat. Kegiatan ini melibatkan semua aktivitas terkait dengan mengembangkan dan menjual produk atau layanan, pemasaran yang sukses membutuhkan pemahaman yang baik mengenai kebutuhan masyarakat, persaingan pasar, serta alat pemasaran yang efektif. Tujuan utama kegiatan pemasaran dilaksanakan bukan hanya semata untuk meraih laba, namun membuat calon konsumen *aware* terhadap produk atau layanan yang akan ditawarkan.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran dibutuhkan perencanaan pemasaran yang matang, adanya rencana pemasaran yang terstruktur maka upaya, biaya, serta tenaga yang dikeluarkan lebih efisien untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Strategi pemasaran yang baik dapat dilaksanakan dengan menganalisis target pasar dari produk atau layanan yang ditawarkan. Bauran pemasaran merupakan bentuk strategi dalam memasarkan suatu produk atau jasa, bauran pemasaran terdiri dari beberapa unsur yang akan terus mengalami pembaruan, jika dilihat saat ini terdapat 7 unsur dari bauran pemasaran pada produk jasa yang terdiri dari hal pokok pemasaran seperti produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), bukti fisik (*Physical Evidence*), SDM (*People*), dan mekanisme (*Process*). Pelaku bisnis sering kali menggunakan teknik bauran pemasaran untuk mendapatkan target yang ditentukan dengan jangkauan yang lebih luas menggunakan cara yang efektif dan efisien.

Strategi bauran pemasaran tentunya berlaku bagi penyedia layanan untuk dapat melaksanakan kegiatan produksinya, termasuk fasilitas kesehatan. Penyedia layanan kesehatan membutuhkan bauran pemasaran untuk dapat melakukan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penjualan layanan kesehatannya, bisa dibayangkan bagaimana jika sebuah fasilitas kesehatan tidak dapat melakukan pemasaran dalam operasionalnya maka yang akan terjadi adalah kerugian, kerugian yang dimaksud biasanya kekurangan biaya untuk tetap beroperasi, kurangnya informasi bagi calon konsumen terkait fasilitas dan layanan kesehatan tersebut, dan biaya untuk perawatan serta pemeliharaan alat kesehatan.

Rumah Sakit Universitas Indonesia (RSUI) yang diketahui sebagai Rumah Sakit Perguruan Tinggi Negeri (RS-PTN) pertama di Indonesia, meskipun terkenal sebagai Rumah Sakit PTN akan tetapi RSUI juga melakukan kegiatan pemasaran untuk mendapatkan biaya dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Semakin berkembangnya pelayanan yang tersedia, hal tersebut membuat RSUI membutuhkan biaya yang cukup banyak agar tiap-tiap layanan dapat beroperasi, kegiatan ini harus dilakukan dengan menggunakan strategi pemasaran untuk meminimalisir biaya pada kegiatan pemasaran. Dahulunya masyarakat umum mengenal RSUI hanya sebagai fasilitas kesehatan yang melayani warga dan sivitas Perguruan Tinggi Universitas Indonesia saja. Peristiwa itu membuat RSUI melakukan kegiatan pemasaran dengan gencar agar terjadi peningkatan pasien yang menggunakan layanan RSUI, serta memberikan informasi kepada masyarakat umum bahwa RSUI adalah fasilitas kesehatan yang terbuka untuk umum.

RSUI harus menghadapi persaingan dengan fasilitas kesehatan lainnya yang secara umur sudah jauh lebih dulu beroperasi dibandingkan RSUI. Layanan kesehatan RSUI yang sangat gencar ditawarkan kepada sivitas Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia (FKUI), perusahaan, dan instansi pemerintah adalah Tes MMPI (*Minnesota Multiphasic Personality Inventory*) adalah tes psikologi yang dilakukan untuk menilai kepribadian dan psikopatologi seseorang, tes ini memudahkan ahli bidang kesehatan mental untuk melakukan diagnosis berbagai gangguan mental. Layanan kesehatan ini ditujukan sebagai salah satu instrumen penting dalam kasus hukum, maupun perekrutan pegawai perusahaan untuk profesi tertentu khususnya yang memiliki resiko tinggi, serta petugas medis.

Tes MMPI menjadi layanan yang saat ini dipasarkan agar menjadi layanan yang terus beroperasi dan dikenal oleh masyarakat awam. Mengingat adanya kegiatan promosi Tes MMPI yang dilakukan oleh RSUI karena itu penulis mengambil



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

judul “Penerapan Bauran Pemasaran 7P Pada Tes MMPI Di Unit Humas dan Marketing Rumah Sakit Universitas Indonesia”.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

- a. Penerapan bauran pemasaran 7P pada tes MMPI yang dilakukan oleh RSUI;
- b. Kendala yang dialami RSUI saat melakukan penerapan bauran pemasaran 7P pada Tes MMPI;
- c. Cara mengatasi kendala saat melakukan bauran pemasaran 7P Tes MMPI oleh RSUI.

1.3 Tujuan Penulisan

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk:

- a. Untuk menjelaskan penerapan bauran pemasaran 7P yang dilakukan RSUI pada Tes MMPI
- b. Menjelaskan kendala yang dialami saat penerapan bauran pemasaran 7P pada Tes MMPI
- c. Untuk mengetahui cara mengatasi kendala saat penerapan bauran pemasaran 7P pada Tes MMPI

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan tugas akhir ini diharapkan terdapat manfaat yang dapat diambil, dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di Rumah Sakit Universitas Indonesia pada Unit Humas dan Marketing penulis melihat aplikasi dari mata kuliah dasar pemasaran, karena penulis terlibat dalam kegiatan pemasaran Tes MMPI yang dilakukan oleh RSUI dalam meningkatkan *revenue* Untuk RSUI penulis dapat mengevaluasi penerapan bauran pemasaran Tes MMPI, sesudah dievaluasi penulis berharap penulisan tugas akhir ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan perbaikan bagi pemasaran RSUI dimasa yang akan datang dengan harapan bahwa RSUI dapat meningkatkan upaya pemasaran yang dilakukan. Penulisan tugas akhir



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ini juga diharapkan bermanfaat dalam menambah Ilmu pengetahuan dapat memperluas wawasan dan informasi terkait penerapan bauran pemasaran 7P Tes MMPI di RSUI, serta menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa lain khususnya D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis akan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab dengan narasumber yang sesuai dengan objek penulisan, pokok-pokok yang dianggap penting berhubungan dengan data yang diperlukan. Dalam penulisan ini, penulis melakukan wawancara dengan Ibu dr. Astrid Saraswaty Dewi, MARS yang menjabat sebagai Manajer Pengembangan Bisnis RSUI dan Bapak Eka Hadi Yudharsa yang menjabat sebagai Kepala Seksi Humas dan *Marketing* RSUI, untuk melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan dengan bidang pemasaran RSUI.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengabadikan sebuah objek yang berkaitan dengan penulisan. Dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan mengambil dokumentasi terhadap hal-hal yang berhubungan dengan pemasaran. Dokumentasi yang dilampirkan terkait brosur/katalog produk, dan dokumen surat penawaran Tes MMPI.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman kegiatan praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan oleh penulis di Unit Humas dan *Marketing* Rumah Sakit Universitas Indonesia serta pembahasan pada bab sebelumnya terkait penerapan bauran pemasaran 7P pada Tes MMPI, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

- a. Bauran Pemasaran 7P telah dilaksanakan pada produk jasa kesehatan Tes MMPI. unsur yang dapat dikatakan Produk (*product*) adalah Tes MMPI dengan Harga (*price*) yang sudah ditetapkan melalui proses perhitungan sehingga dapat memberikan pendapatan bagi RSUI namun dalam unsur harga Tes MMPI saat ini masih dapat dinegosiasi. Tempat (*place*) pelaksanaan Tes MMPI bisa dilaksanakan secara *on site* maupun *online* guna mempermudah pelanggan dalam melaksanakan tes. Bentuk Promosi (*promotion*) Tes MMPI yang sudah dilakukan oleh unit Humas dan *Marketing* yaitu secara konvensional dengan membuat surat penawaran langsung, surat audiensi, dan secara digital dengan membuat brosur yang diunggah melalui Instagram, *website* RSUI, dan Facebook.
- b. Tiga unsur terpenting dari bauran pemasaran pada jasa yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen yakni Mekanisme (*process*) dimana sebuah kualitas pelayanan atau penyampaian Tes MMPI sudah memberikan fungsi dari layanan secara efektif serta memberikan waktu pengerjaan tes yang efisien tanpa harus datang langsung ke RSUI. RSUI sudah mengoptimalkan penggunaan Sumber Daya Manusia (*people*) yang bersangkutan dengan Tes MMPI, saat ini dokter spesialis yang bertugas terdapat lima orang. Dan yang terakhir adalah bukti fisik (*physical evidence*) dimana sarana dan prasarana Tes MMPI yang disediakan RSUI sudah sangat memadai bagi konsumen yang akan mengerjakan tes, dan *output* yang diberikan yaitu berupa surat keterangan sehat

rohani juga dipastikan memiliki hasil yang berkualitas karena ditangani oleh spesialisnya.

- c. Kendala yang terjadi pada bauran pemasaran 7P di Tes MMPI terdapat pada unsur promosi karena melakukan pengiriman surat penawaran langsung kepada perusahaan yang belum menjalin kerjasama dengan RSUI sehingga surat dapat terkirim kembali ke RSUI apabila alamat Perusahaan tidak valid atau perusahaan telat tutup permanen.
- d. Kendala pada Mekanisme (*process*) dapat terjadi *bug* pada *software* tes karena banyaknya peserta yang mengakses disaat yang bersamaan, maka RSUI menerapkan beberapa sesi dalam pengerjaan tes untuk meminimalisir terjadinya *bug*.

5.2 Saran

Setelah penjabaran kendala yang terjadi pada bauran pemasaran 7P pada Tes MMPI di Unit Humas dan *Marketing* RSUI, oleh karena itu penulis dapat memberikan saran yang nantinya akan menjadi bahan pertimbangan bagi Unit Humas dan *Marketing* dalam penerapannya:

- a. Unit Humas dan *Marketing* RSUI bisa menerapkan penawaran Tes MMPI melalui surat penawaran elektronik yang dapat dikirim melalui *E-mail* atau *faksimile* kepada instansi atau perusahaan dimana Tim *Marketing* RSUI sudah memiliki *PIC* atau kontak yang dapat dihubungi, atau kepada perusahaan/instansi yang sebelumnya sudah pernah melakukan tes, sehingga meminimalisir penggunaan kertas, efisiensi waktu, dan biaya untuk jasa pengiriman kurir.
- b. Tim Humas dan *Marketing* RSUI diharapkan dapat lebih aktif pada promosi di sosial media, dengan memasang brosur produk Tes MMPI secara berkala dan membuat promo berupa potongan harga atau diskon dengan syarat atau ketentuan minimal jumlah peserta yang mengikuti tes, sehingga calon konsumen akan merasa tertarik dan mengirimkan banyak peserta tes untuk mendapatkan potongan harga. Hal lain yang bisa dilakukan dengan menerapkan paket *bundling* pelayanan kesehatan contoh: paket *bundling* Rp.1.000.000 sudah mendapatkan Tes MMPI dan *Body Analysis Competition*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Akbar, Taufik. (2018). *Mudahnya Belajar Pemasaran*. Depok: PNJ Press
- Fatihudin, Didin, & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Pranedamedia Group.
- Julius, Y & Lima, K. (2016). *Manajemen Pemasaran "Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan"*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Mardo, S. A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa: Dilengkapi dengan Hasil Penelitian Empiris pada Institusi NSW di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiadi. N.J. (2019). *Perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F., & Chandra. G. (2020). *Pemasaran Strategik "Domain, Determinan, Dinamika"*. Yogyakarta: ANDI.
- Wardhana, Aditya. (2021). *Manajemen Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Zebua, M. (2018). *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: CV Budi Utama

Jurnal

- Dewi., dkk. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo. *JIP, Vol 17(2)*, Diakses pada 12 Juni 2023 dari: <https://jip.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIP/article/view/5830/pdf>
- Ledy., dkk.(2019). Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan di

Kota Bandar Lampung. *JIA*, Vol 7(1), Diakses pada 12 Juni 2023 dari: <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3331/2552>

Sjawal., dkk. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado). *Jurnal EMBA*, Vol 8(3), Diakses pada 15 Juni 2023 dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30209>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

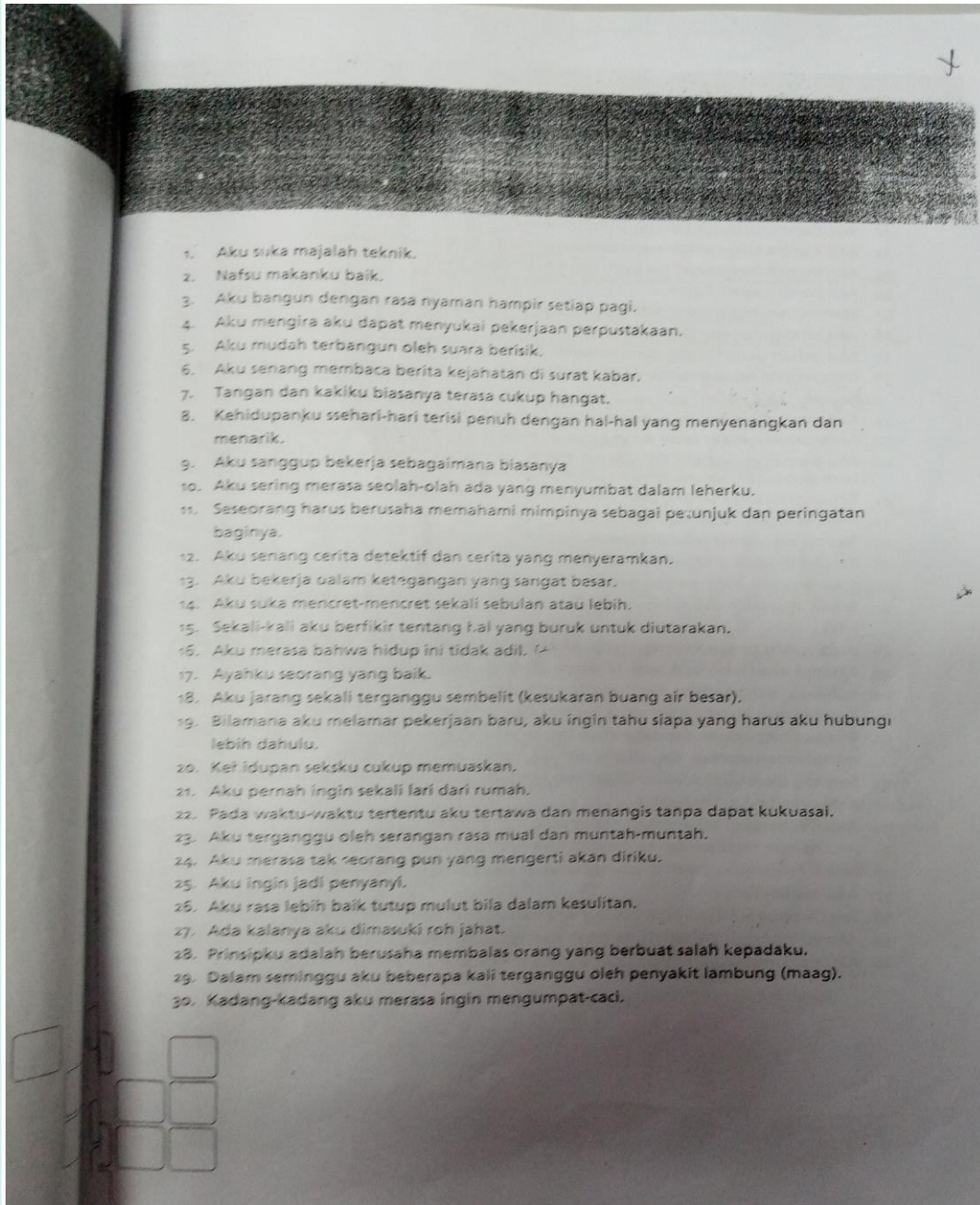


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar pertanyaan Tes MMPI dalam bentuk kertas





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Surat Penawaran Tes MMPI



**RUMAH SAKIT
UNIVERSITAS
INDONESIA**



Nomor : ND-2559/PDP.02.02.00/RSUI/XII/2022
 Sifat : Penting
 Lampiran : 1 (satu) berkas
 Perihal : Layanan Tes MMPI RSUI

Yth.
 Prof. Dr. dr. Ari Fahrial Syam, Sp.PD-KGEH, MMB
 Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia
 Di Jakarta

Menjawab kebutuhan Fakultas Kedokteran dalam melakukan tes Minnesota Multiphasic Personality Inventory (MMPI) sebagai persyaratan calon mahasiswa Dokter Spesialis, dengan ini kami menawarkan layanan tes MMPI yang RSUI miliki. Tes MMPI yang kami selenggarakan dapat dilaksanakan secara *online* sehingga dapat diikuti oleh peserta secara jarak jauh. Hasil tes akan dikaji oleh Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa RSUI kemudian disampaikan keluarannya berupa hasil MMPI dan narasi profil kepribadian peserta.

Adapun kebutuhan untuk menunjang kegiatan tersebut kami sampaikan pada bagian lampiran. Bila ada yang perlu dikonfirmasi terkait pemeriksaan dan harga penawaran dapat menghubungi **Rizky Dwi Yulianto** di nomor telepon **0813 1794 0380**.

Demikian surat penawaran ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami mengucapkan terima kasih.

21 Desember 2022
 Direktur Utama
 Rumah Sakit Universitas Indonesia,



 Dr. dr. Astuti, Sp.PK (K), MPH
 NIP. 196209031998072002

RSUI | Jl. Prof. Dr. Bahder Djohan Kampus UI Depok | Telephone: 021 - 508 29 292 | www.rs.ui.ac.id




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Surat Permohonan Audiensi



**RUMAH SAKIT
UNIVERSITAS
INDONESIA**



6 Februari 2023

Nomor : S-370/UN2.RSP/PDP.02.02.01/II/2023
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Audiensi & Kerjasama Pelayanan Kesehatan RSUI

Yth.
 Pimpinan PT Abbott Indonesia
 di Tempat

Salam sejahtera kami sampaikan, semoga kesuksesan dan kesehatan senantiasa menyertai segala aktivitas kita.

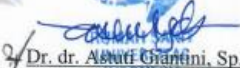
Rumah Sakit Universitas Indonesia (RSUI) merupakan unit kerja khusus di bawah naungan Universitas Indonesia yang berupa lembaga rumah sakit umum tipe B yang dikelola dengan prinsip kemandirian dan tata kelola yang baik.

Dalam upaya pengembangan dan peningkatan kerja sama pelayanan kesehatan, kami bermaksud untuk melakukan audiensi dengan PT Abbott Indonesia. Kunjungan ini diharapkan dapat meningkatkan sinergi yang lebih baik antara PT Abbott Indonesia dan RSUI serta mempererat silaturahmi, koordinasi dan kolaborasi.

Jadwal audiensi kami mengikuti waktu kesediaan Bapak/Ibu atau kiranya dapat dikoordinasikan terlebih dahulu melalui narahubung kami yaitu **Sdr. Eka Hardi (0815-8607-0910)**. Kiranya pada audiensi nanti juga dapat mengikutsertakan Unit Kerja SDM dan Keuangan

Demikian permohonan audiensi ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Direktur Utama
 Rumah Sakit Universitas Indonesia


Dr. dr. Anuti Ghantini, Sp.PK(K), MPH
 NIP. 196209031998072002

RSUI | Jl. Prof. DR. Bahder Djohan Kampus UI - Depok | Telephone : 021 - 508 29 292 | www.rs.ui.ac.id





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 PKS (Perjanjian Kerjasama) Tes MMPI antara RSUI dengan Kementerian Keuangan







**PERJANJIAN KERJASAMA
ANTARA
RUMAH SAKIT UNIVERSITAS INDONESIA
DENGAN
KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
TENTANG
PELAYANAN PEMERIKSAAN *MINNESOTA MULTIPHASIC PERSONALITY
INVENTORY* BAGI CALON PEGAWAI DI LINGKUNGAN
KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : PRJ- 178/26-RSUI/2022/PKS
Nomor : 52/SJ.53/2022

Pada hari Selasa tanggal tiga belas bulan desember tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua (13-12-2022), bertempat di Depok, dibuat dan ditandatangani Perjanjian Kerjasama Pelayanan Pemeriksaan *Minnesota Multiphasic Personality Inventory* (MMPI) (selanjutnya disebut "Perjanjian") ini oleh dan antara :

1. **RUMAH SAKIT UNIVERSITAS INDONESIA** Instansi pelayanan kesehatan yang bergerak di bidang kesehatan, berkedudukan di Depok dan beralamat di Jl. Prof Bahder Djohan, Kampus UI, Depok, yang dalam hal ini diwakili secara sah oleh **Dr. dr. Astuti Giantini, Sp. PK (K), MPH** selaku **Direktur Utama**, berwenang bertindak mewakili Direksi berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Indonesia Nomor 648/SK/R/UI/2020 tentang Pengangkatan Direktur Utama Rumah Sakit Universitas Indonesia, selanjutnya disebut "**PIHAK PERTAMA**".
2. **KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA** Perangkat pemerintah yang menyelenggarakan urusan keuangan negara dan kekayaan negara untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara dalam hal ini diwakilkan oleh Arno Febrianto, S.T.,M.M.S.I bertindak dalam jabatannya tersebut selaku Kepala Subbagian Penempatan Sumber Daya Manusia, Bagian Perencanaan dan Pengadaan Sumber Daya Manusia,

Perjanjian Kerjasama RSUI dengan Kemenkeu Hal. 1 of 8

PIHAK PERTAMA	PIHAK KEDUA
	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Dokumentasi dan Pertanyaan wawancara



Pertanyaan Wawancara

1. Apakah Unit Humas dan *Marketing* di Rumah Sakit Universitas Indonesia menerapkan bauran Pemasaran 7P pada tes MMPI?
2. Apakah Tes MMPI dapat dikatakan termasuk dalam unsur 7P yaitu Produk pada jasa Kesehatan? Dan apa itu Tes MMPI?
3. Dikarenakan Tes MMPI adalah produk jasa kesehatan apakah ada metode lain yang digunakan sebagai media untuk memberikan informasi terkait tes MMPI kepada calon konsumen?
4. Selain melakukan promosi melalui surat penawaran dan brosur, apakah ada kegiatan promosi lain pada Tes MMPI?
5. Siapakah target dari promosi Tes MMPI?
6. Dimanakah peserta dapat melakukan pengerjaan Tes MMPI?
7. Apakah ada kualitas atau jaminan yang dapat menjadi keunggulan Tes MMPI di Rumah Sakit Universitas Indonesia?
8. Hasil apakah yang diperoleh dari adanya Tes MMPI? Dan kepada siapa hasil tersebut diberikan?
9. Apakah surat keterangan sehat Rohani memiliki masa berlaku?
10. Apakah peserta dapat melakukan Tes MMPI ulang?
11. Apakah peserta harus mendaftarkan diri sendiri ke RSUI atau peserta sudah didaftarkan oleh RSUI sebagai peserta Tes?
12. Kendala apa yang dialami Unit Humas dan *Marketing* di Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam penerapan 7P pada Tes MMPI?
13. Bagaimana unit Humas dan *Marketing* mengatasi kendala tersebut?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta