



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**PROSES PEMASARAN OLEH
RUMAH SAKIT UNIVERSITAS INDONESIA
DALAM MENJALIN KERJA SAMA DENGAN
PUSKESMAS AREA DEPOK**



FIDO RYANTO

NIM: 2005311027

TUGAS AKHIR

HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Diajukan untuk memenuhi persyaratan Diploma III Politeknik

PROGRAM STUDI D III ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI 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 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 : Fido Ryanto
NIM : 2005311027
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Tugas Akhir : Proses Pemasaran Oleh Rumah Sakit Universitas
Indonesia Dalam Menjalin Kerja Sama Dengan
Puskesmas Area Depok

Depok, 24 Agustus 2023

Pembimbing I

Fachri Aditya.M.M
NIP. 199102062022031005

Pembimbing II

Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si
NIP. 198007112015041001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Gis 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 : Fido Ryanto
NIM : 2005311027
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Tugas Akhir : Proses Pemasaran Oleh Rumah Sakit Universitas Indonesia Dalam Menjalin Kerja Sama Dengan Puskesmas Area Depok.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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 : Kamis
Tanggal : 24 Agustus 2023
Waktu : 14.30 WIB

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : **Fachri Aditya, M.M**
NIP. 199102062022031005
Penguji I : **Taufik Akbar, S.E., M.S.M**
NIP. 198409132018031001
Penguji II : **Risya Zahrotul Firdaus, S.I.Kom., M.Si.**
NIP. 198609082020122006

- 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



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan keberkahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada Program Studi Administrasi Bisnis Diploma III Jurusan Administrasi Niaga di Politeknik Negeri Jakarta.

Proses penulisan tugas akhir ini merupakan perjalanan yang penuh dengan tantangan, usaha, dan dedikasi. Semua itu menjadi lebih berarti berkat dukungan dari berbagai pihak yang ikut serta berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir ini. Penulis dalam kesempatan ini ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. sc. H. 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.
3. Taufik Akbar, S.E., M.S.M. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, yang telah memberikan panduan dan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
4. Fachri Aditya, M.M. dan Wahyudi Utomo. S.Sos.,M.Si selaku dosen pembimbing materi yang telah membantu penulis dalam memberi pengarahan dan motivasi selama menyusun tugas akhir ini.
5. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing teknis penulisan laporan tugas akhir yang telah meluangkan waktu dengan tulus dan sabar mengoreksi penulisan laporan tugas akhir ini sehingga menjadi lebih baik lagi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga, yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat mengembangkan pemahaman dalam bidang studi ini.
7. Rumah Sakit Universitas Indonesia, khususnya dr. Astrid Saraswaty Dewi selaku manajer pengembangan bisnis, Bapak Eka Hardi Yudharsa selaku pembimbing penulis, dan seluruh karyawan Rumah Sakit Universitas Indonesia yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

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

8. Keluarga, teman-teman, dan sahabat penulis, yang tak henti memberikan semangat, dorongan, dan dukungan dalam menghadapi berbagai tantangan akademis dan pribadi selama masa perkuliahan hingga penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang mendukung agar laporan tugas akhir menjadi lebih baik lagi. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Depok, 21 Agustus 2023

Fido Ryanto



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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	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
2.2 Definisi Rumah Sakit.....	6
2.3 Konsep <i>Business-to-Business</i>	6
2.4 Strategi Pemasaran.....	7
2.4.1 Segmentasi Pasar, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	7
2.4.2 Bauran Pemasaran.....	8
BAB III GAMBARAN UMUM ORGANISASI	11
3.1 Profil Organisasi.....	11
3.2 Logo Organisasi.....	12
3.3 Visi, Misi dan Nilai Organisasi.....	12
3.4 Struktur Organisasi.....	14
BAB IV PEMBAHASAN	17
4.1. Proses Pemasaran Rumah Sakit Universitas Indonesia Untuk Menjalinkan Kerja Sama Kepada Puskesmas.....	17
4.2. Kendala Yang Dihadapi RSUI Dalam Melakukan Kerja Sama Terhadap Puskesmas.....	30
4.3. Inovasi RSUI dalam penerapan strategi pemasaran dalam berkerja sama terhadap puskesmas.....	31
BAB V PENUTUP	34



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5.1 Kesimpulan.....	34
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSAKA.....	36
LAMPIRAN.....	37



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



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Rumah Sakit Universitas Indonesia.....	12
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi RSUI.....	14
Gambar 4. 1 Kunjungan ke Kantor Asuransi Reliance Indonesia	24
Gambar 4. 2 <i>Flowchart</i> Proses Kerja Sama dengan Puskesmas.....	26
Gambar 4. 3 Dokumentasi Kunjungan Ke Puskesmas Kecamatan Jagakarsa.....	28
Gambar 4. 4 Proposal Kerja Sama RSUI dengan Puskesmas Cimanggis	29



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 mengumunkan 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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	37
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	38
Lampiran 3 Banner promosi layanan kerja sama dengan BPJS Ketenagakerjaan	39
Lampiran 4 Brosur Layanan Kardiovaskular Paripurna	40
Lampiran 5 Brousur Paket Layanan Keteterisasi Jantung & Pemasangan Stent/Ring Jantung	41





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran di rumah sakit menjadi penting dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan bisnis dalam industri layanan kesehatan semakin meningkat karena semakin banyaknya rumah sakit yang bermunculan dan semakin banyaknya alternatif layanan kesehatan yang tersedia. Pemasaran yang efektif dapat membantu rumah sakit untuk menarik perhatian calon pasien dan meningkatkan kepercayaan dan reputasi rumah sakit di masyarakat. Memperluas jaringan kerja sama dalam bisnis layanan kesehatan, merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dan memperluas akses ke pasien yang membutuhkan. Salah satu bidang yang dapat membantu dalam memperluas jaringan kerja sama di rumah sakit adalah pemasaran.

Pemasaran dapat membantu rumah sakit dalam memperkenalkan layanan kesehatan yang dimiliki dan menarik perhatian para calon mitra kerja, seperti dokter spesialis, klinik atau perusahaan asuransi kesehatan. Pemasaran yang diterapkan secara efektif, dapat membantu rumah sakit dalam membangun citra positif dan reputasi yang baik di masyarakat, yang kemudian dapat membantu meningkatkan minat para mitra kerja untuk bekerja sama. Pemasaran juga dapat membantu dalam memperkuat hubungan dengan mitra kerja yang sudah ada. Penggunaan pemasaran yang tepat, rumah sakit dapat menunjukkan komitmen dan kepercayaan pada mitra kerja, sehingga dapat memperkuat kerja sama yang sudah ada dan meningkatkan loyalitas para mitra kerja. Strategi pemasaran yang baik dapat membantu rumah sakit dalam meningkatkan pendapatan rumah sakit.

Pemasaran di rumah sakit juga memiliki tantangan tersendiri. Pasien yang mencari layanan kesehatan sering kali menghadapi situasi darurat atau keadaan yang menyulitkan, sehingga mereka tidak memiliki banyak waktu untuk mempertimbangkan pilihan rumah sakit. Memperluas jaringan kerja sama juga dapat membantu rumah sakit dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin

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

ketat. Rumah sakit perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas jaringan kerja sama dan memperkuat posisinya di pasar layanan kesehatan.

Memperluas jaringan kerja sama di rumah sakit juga penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan yang diberikan. Memperluas jaringan kerja sama, rumah sakit dapat meningkatkan akses pasien ke layanan kesehatan yang lebih lengkap dan berkualitas. Hal ini dapat membantu rumah sakit dalam meningkatkan kepuasan pasien dan memperkuat posisinya di pasar layanan kesehatan. Pemasaran di rumah sakit juga harus memperhatikan aspek etika dan legalitas dalam promosi layanan kesehatan. Ada beberapa aturan dan regulasi yang harus dipatuhi dalam pemasaran layanan kesehatan, seperti privasi pasien dan keabsahan klaim pemasaran.

Penelitian tentang pemasaran di rumah sakit memiliki beberapa topik yang dapat dijelajahi, meliputi strategi pemasaran yang efektif, manajemen merek dan citra, serta pengaruh regulasi dan aturan dalam pemasaran layanan kesehatan. Penelitian tentang pemasaran dalam memperluas jaringan kerja sama di rumah sakit menjadi penting untuk membantu rumah sakit dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan para mitra kerja. Penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan para mitra kerja dalam memilih kerja sama dengan rumah sakit, serta strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas para mitra kerja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pemasaran dapat membantu rumah sakit dalam memperluas jaringan kerja sama dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien. Penelitian ini dapat membantu rumah sakit dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di pasar layanan kesehatan.

Penulis melakukan praktik magang di Rumah Sakit Universitas Indonesia selama 3 bulan. Tujuan dalam melakukan magang ini adalah untuk mendalami bidang pemasaran di Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam memenuhi pencapaian target. Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, Penulis berkeinginan

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

untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul “Proses Pemasaran di Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam Menjalinkan Kerja Sama Puskesmas Area Depok”.

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Proses pemasaran Rumah Sakit Universitas Indonesia untuk menjalin kerja sama kepada puskesmas.
- b. Kendala yang dihadapi ketika melakukan kerja sama terhadap puskesmas.
- c. Inovasi yang diterapkan Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan kerja sama kepada puskesmas.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dan penulisan tugas akhir ini adalah:

- a. Menjelaskan Proses strategi pemasaran Rumah Sakit Universitas Indonesia untuk menjalin kerja sama kepada puskesmas.
- b. Menjelaskan kendala apa yang di hadapi ketika melakukan kerja sama terhadap puskesmas.
- c. Mengetahui inovasi Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan kerja sama kepada puskesmas.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan tugas akhir ini diharapkan mendapat manfaat yang dapat diambil antara lain:

- a. Penulis dapat mendalami penerapan dari mata kuliah dasar pemasaran, karena penulis melakukan penerapan strategi pemasaran layanan secara langsung dilakukan di Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam memenuhi pencapaian target.



- b. Untuk Rumah Sakit Universitas Indonesia penulis dapat membantu dalam mengevaluasi penerapan strategi pemasaran layanan. Setelah dievaluasi penulis menyampaikan saran dalam bentuk ide yang inovatif.
- c. Memperluas ilmu pengetahuan dan informasi mengenai penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kerja sama dengan puskesmas di Rumah Sakit Universitas Indonesia.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui tanya jawab dengan beberapa narasumber yang sesuai dengan objek penelitian yang memiliki keterkaitan dan sehubungan dengan data yang diperlukan. Penulis melakukan wawancara dengan narasumber yaitu Bapak Eka Hardi selaku Kepala Seksi Pengembangan Bisnis dan dr. Astrid Saraswaty Dewi selaku Manager Pengembangan Bisnis.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mengabadikan suatu objek yang memiliki kaitan dengan penelitian. Penelitian ini penulis mengambil dokumentasi terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pemasaran.

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penulisan dan pembahasan tugas akhir yang telah dilakukan oleh penulis dengan berdasarkan dari beberapa teori dan konsep yang sudah dijabarkan dalam landasan teori, maka dengan hal tersebut penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil pembahasan sebelumnya yaitu sebagai berikut:

- a. Perencanaan strategi pemasaran pada Rumah Sakit Universitas Indonesia menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan tujuh elemen (7P) yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik). Dari ketujuh elemen tersebut sebelumnya harus didahului oleh penerapan STP yakni *Segmentation* (segmentasi pasar), *Targeting* (target pasar), *Positioning* (posisi pasar). Dari strategi-strategi tersebut diterapkan dengan benar dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh agar tercapainya tujuan dan target perusahaan.
- b. Beberapa kendala yang dihadapi oleh Rumah Sakit Universitas Indonesia dalam penerapan strategi pemasaran di antaranya adalah lambatnya tanggapan dari puskesmas dalam merespons surat perihal audiensi & kerja sama yang telah dikirim pihak RSUI sebelumnya, sehingga menghambat RSUI dalam memperluas jaringan kerja sama terhadap puskesmas. Kendala lainnya yakni adalah kurangnya moda transportasi mobil yang tersedia oleh RSUI yang baru hanya memiliki 2 mobil operasional, hal ini dapat mengganggu tim pemasaran dalam melakukan perjalanan ke perusahaan yang dituju. Karyawan yang bekerja di bagian administrasi masih kurang kompeten dalam melayani pelanggan. Banyak komplain negatif dari beberapa pelanggan yang ada di *platform* Google, sehingga hal ini dapat membuat citra yang negatif dari pelayanan RSUI.

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





- c. Rumah Sakit Universitas Indonesia menerapkan inovasi-inovasi dalam strategi pemasaran di antaranya yaitu melakukan kerja sama oleh Google Indonesia dalam membuat konten-konten kesehatan yang terverifikasi di *Youtube* dan menjadikannya RSUI dipilih sebagai “Youtube Health Partner” oleh Google Indonesia. Inovasi lainnya yaitu RSUI baru saja meresmikan sebuah aplikasi canggih bernama “RSUI TELMON AI” aplikasi merupakan layanan *home care* yang dapat membantu pelanggan dalam melakukan konsultasi dengan dokter di mana pun pelanggan itu berada dan aplikasi tersebut telah terintegrasi dengan *Artificial Intelligence (AI)* sehingga hasil layanan monitoring dengan akurat.

5.2 Saran

Kesimpulan yang telah dijabarkan oleh penulis, maka terdapat saran untuk rumah sakit yaitu:

- a. Pihak RSUI perlu melakukan penambahan moda transportasi mobil untuk kemudahan dan kelancaran aktivitas operasional pemasaran dalam melakukan kunjungan ke perusahaan.
- b. Perlu adanya evaluasi kembali terkait masalah yang terdapat di bidang administrasi, seperti melakukan pelatihan terhadap karyawan atau melakukan perekrutan sumber daya manusia kembali untuk bagian administrasi. Untuk peningkatan kualitas pelayanan RSUI.
- c. Tim pemasaran RSUI harus lebih gencar lagi dalam melakukan pemasaran baik digital maupun konvensional. Segala peluang yang dimiliki RSUI harus dimanfaatkan dengan baik, agar RSUI dapat mencapai target yang dituju.

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



DAFTAR PUSAKA

- Ariyanto, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=MEnGDwAAQBAJ>
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=73hjEAAAQBAJ>
- Panjaitan, SE, Ak, M. R. (2019). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yoesoep, Sudiarti Sri, Turi Ode La, Fajariana Endah Dewi, Kisworo Yudo, Suryawan Firdiansyah Ryan, Tanadi Hendy, Kusnadi, Susilawati Eka, Yusran Rahmat Rio, Juminawati Sri, Sukrisni Andy, K. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. In *Eureka Media Aksara*.
- Sefudin, A. (2022). Konsep Business to Business (B2B) dan Business to Consumers (B2C)., *September*, 159–168. https://www.researchgate.net/publication/363882170_KONSEP_BUSINESS_TO_BUSINESS_B2B_DAN_BUSINESS_TO_CONSUMERS_B2C
- Zebua, M. (2018). *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=-dyCDwAAQBAJ>
- Indrianty, S., & Musa, Muhammad Ichwan (2023). *Strategi Pemasaran*. Intelektual Karya Nusantara.
- Akbar, T. (2020). *Mudahnya Belajar Pemasaran*. PNJ Press.

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



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Strategi pemasaran apa saja yang digunakan dalam menarik perusahaan lain?
2. Bagaimana prosedur perjanjian kerja sama di RSUI?
3. Apakah setiap audiensi ke perusahaan harus mengadakan pertemuan secara *offline*?
4. Berapa banyak jumlah perusahaan yang sudah melakukan perjanjian dalam 1 periode?
5. Apa saja layanan unggulan rsui yang sekiranya banyak di minati perusahaan lain?
6. Atas dasar apa saja perusahaan mau melakukan perjanjian kerja sama ?
7. Atas dasar apa rsui melakukan audiensi?



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara

Nama Narasumber I : dr. Astrid Saraswaty Dewi
Divisi/Jabatan : Manajer Pengembang Bisnis

Nama Narasumber II : Eka Hardi Yudharsa
Divisi/Jabatan : Kepala Seksi Humas & Marketing



Sumber: Dokumentasi Penulis, 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 mengumunkan 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

Lampiran 3 Banner promosi layanan kerja sama dengan BPJS Ketenagakerjaan



Sumber: RSUI, 2023

Lampiran 4 Brosur Layanan Kardiovaskular Paripurna

"Layanan Kardiovaskular Paripurna"

Your One Stop Cardiovascular Services

DIAGNOSTIK NON INVASIF

- Transthoracic Echocardiography (TTE)
- Transesophageal Echocardiography (TEE)
- Treadmill
- Holter Monitoring
- Stress Test
- MSCT Jantung
- MRI Jantung
- Pacemaker Reprogramming

PEMBEDAHAN JANTUNG

- CABG
- Katup Jantung
- Pediatrik dan Kongenital
- Aorta

INTERVENSI KARDIOVASKULAR

- Kateterisasi Jantung
- PCI / Stent Koroner
- Elektrofisiologi dan Aritmia

REHABILITASI JANTUNG

Informasi selengkapnya: www.rs.ui.ac.id

Sumber: RSUI, 2023

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, penerbitan karya ilmiah, penerbitan 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

Lampiran 5 Brosur Paket Layanan Keteterisasi Jantung & Pemasangan Stent/Ring Jantung

PAKET LAYANAN
Kateterisasi Jantung & Pemasangan Stent/Ring Jantung
Kami Ada untuk Jantung Sehat Anda

Harga mulai dari:

Coronary Angiography (CAG)	Rp 13.850.000*
Percutaneous Coronary Intervention (PCI)	Rp 42.500.000*

*Syarat & Ketentuan:
 1. Berlaku untuk penjaminan umum & asuransi
 2. Tindakan elektif dengan perjanjian (bukan Cito)
 3. Harga paket termasuk biaya tindakan, alat, dokter, kamar rawat, pemeriksaan penunjang, obat dan bahan medis habis pakai sesuai paket
 4. Lama rawat CAG 2 hari, PCI 3 hari.
 5. Harga paket tidak termasuk biaya penanganan komplikasi dan kondisi penyakit lainnya di luar paket

Informasi dan Penjadwalan:
Layanan Pelanggan RSUI
0811 9113 913

Informasi selengkapnya:
www.rs.ui.ac.id

Sumber: RSUI, 2023

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta