



Dr. Ir. H. Sri Widodo Soedarso, B.M.Eng., M.M., DBA.

Marketing Manajemen

Rumah

Sakit





MARKETING MANAJEMEN RUMAH SAKIT



Dr. Ir. H. Sri Widodo Soedarso, B.M.Eng., M.M., DBA.

MARKETING MANAJEMEN RUMAH SAKIT

Dr. Ir. H. Sri Widodo Soedarso, B.M.Eng., M.M., DBA.

Penerbit Manggu Makmur Tanjung Lestari

Jl. Kopo, Komplek Cetarip Barat No. 5 Bandung 40233

Editor : Aep Syaiful Hamidin

Desain Cover : Rifqi Zulfiqor

Tata letak : Aep SH

Diterbitkan oleh:

Penerbit Manggu Makmur Tanjung Lestari

Bandung, 2015

www.manggumedia.wordpress.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

ISBN: 978-602-72521-3-4

Ekonomi

Dicetak oleh:

Percetakan **Manggu Offset**, Bandung

Isi di luar tanggung jawab percetakan



KATA PENGANTAR

Marketing Manajemen Rumah Sakit (MM-RS) merupakan salah satu bidang materi manajemen pemasaran yang wajib dikuasai para manajer marketing di rumah sakit. Materi ini juga merupakan salah satu materi wajib yang harus dikuasai oleh mahasiswa Program Pascasarjana Magister Manajemen (MM). Bertujuan untuk memberikan dasar pengetahuan (*science*), keterampilan (*art*), budaya (*culture*) dan aplikasi teknologi informasi manajemen yang dapat mendukung fungsi utama aktivitas Marketing Manajemen Rumah Sakit baik untuk Rumah Sakit sektor swasta atau lembaga sektor publik (pemerintah). Adapun implementasi proses pembelajaran dengan metode yang relevan dan bertujuan untuk mengarah pada pembentukan kompetensi sumber daya dengan efektif, efisien, handal dan professional, baik pada skala nasional maupun international, yang dilandasi dengan kemampuan akademis dan praktis, serta moral dan etika dengan menggabungkan isi intelektual mendasar dari Ilmu Marketing Manajemen Rumah Sakit berstandar Internasional dan Global.

Marketing Manajemen Rumah Sakit dapat memberikan keunggulan *kompetitiveness* di dunia manajemen marketing dan bisnis global Rumah Sakit. Oleh sebab itu, buku yang sedang Anda baca ini menyajikan informasi yang relevan, teratur, dan sistematis tentang konsep dasar pemahaman marketing manajemen khususnya untuk rumah sakit antara lain peran pentingnya manajemen pemasaran di bidang layanan medik dan non medik rumah sakit, persaingan, promosi, perilaku konsumen, strategi plan dan operasi, *grand design* pemasaran serta sistem informasi dan komunikasi serta organisasi pemasaran rumah sakit yang dapat dijadikan sebagai dasar tuntunan untuk menjadi manager rumah sakit yang handal dan profesional dikemudian hari.

Buku ini disusun sebagai panduan mahasiswa dalam mengikuti materi dan perkuliahan sebagai dasar pemahaman mahasiswa tentang peran dan pentingnya MM-RS untuk dikembangkan sejak awal memasuki jenjang perkuliahan. Metode penyampaian perkuliahan ini menggunakan pendekatan “student centered learning” dimana keterlibatan aktif mahasiswa menjadi fokus dalam memahami materi pengajaran yang diberikan setiap minggunya.

Akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu mulai dari persiapan, penyusunan hingga diterbitkannya buku ini, kami mengucapkan banyak teima kasih. Kami sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan dalam rangka perbaikan untuk penyempurnaan buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat. Amieen.

Bandung, 04 Mei 2015

Penyusun

DR. IR. H. SRI WIDODO SOEDARSO, DBA.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ~ iii

DAFTAR ISI ~ v

TUJUAN UMUM (OBJEKTIVITAS) MODULE MARKETING
MANAJEMEN RUMAH SAKIT ~ vii

BAB I PENDAHULUAN ~ 1

BAB II FUNGSI RUMAH SAKIT ~ 3

BAB IV KAREKTERISTIK RUMAH SAKIT ~

6 BAB V PERSAINGAN RUMAH SAKIT ~ 8

BAB VI PEMASARAN (MARKETING)? ~ 11

BAB VII MANAJEMEN MARKETING ~ 21

BAB VIII PEMASARAN RUMAH SAKIT ~

24 BAB IX MARKETING MIX ~ 34

BAB X KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH SAKIT ~

51 BAB XI TIPS LAYANAN RUMAH SAKIT (RS) ~ 55

BAB XII PROMOSI RUMAH SAKIT ~ 60

BAB XIII KEBERHASILAN PEMASARAN RS ~

67 BAB XIV STRATEGI PEMASARAN RS ~ 69

BAB XV PENENTUAN HARGA PELAYANAN RUMAH SAKIT ~ 77

BAB XVI PROMOSI DAN PROFIT MANAJEMEN PEMASARAN RUMAH SAKIT

~ 84 BAB XVII MODEL PERILAKU KONSUMEN ~ 87

BAB XVIII SISTEM INFORMASI PEMASARAN RUMAH SAKIT ~ 94

Bab XIX ORGANISASI DAN PENGORGANISASIAN PEMASARAN
RUMAH SAKIT ~ 116

BAB XX GRAND DESAIN MANAJEMEN PEMASARAN RUMAH SAKIT
CONTOH: *GRAND DESIGN STRATEGI* MANAJEMEN PEMASARAN RS “X” 2014
- 2020 ~ 120 REFERENCE

~ 129 Lampiran ~ 130

TENTANG PENULIS ~

134



TUJUAN UMUM (OBJEKTIVITAS) MODULE MARKETING MANAJEMEN RUMAH SAKIT

Diharapkan setelah mengikuti materi ini diharapkan agar mahasiswa Magister Manajemen Rumah Sakit (MM RS) mampu menerima dan memahami konsep dasar dan mengerti tentang pengertian manajemen pemasaran rumah sakit, yang meliputi: konsep perencanaan desain, proses, produk dan jasa pelayanan medik di dalam pelaksanaan, pengendalian, pengontrolan, metode, organisasi, kebijakan dan strategi operasi manajemen dan marketing manajemen rumah sakit, serta dapat mampu melakukan telaahan mendalam dan mampu menyusun program kerja (*grand design*) manajemen pemasaran dalam mempromosikan produk dan jasa pelayanan kesehatan di rumah sakit.

Objektivitas lain dalam mempelajari materi Manajemen Pemasaran Rumah Sakit ini adalah agar mahasiswa mampu menjelaskan dan membahas secara lebih mendalam mengenai konsep pemasaran jasa, strategi-strategi yang digunakan dalam pemasaran produk dan jasa rumah Sakit, berdasarkan konsep standard manajemen pemasaran internasional (global) Rumah Sakit dengan menggunakan strategi pembelajaran yang kompetitif dan bervariasi yaitu *Contextual Instruction, Small Group Discussion, Problem Based Learning*, yang didukung dengan pemberdayaan sumber daya manusia Rumah Sakit serta penerapan Sistem informasi manajemen rumah sakit berbasis kepada teknologi informasi komputer di dalam manajemen pemasaran rumah sakit yang handal dan profesional untuk masa sekarang dan yang akan datang.

TENTANG PENULIS



Penulis mempunyai latar belakang pendidikan Sarjana Muda, Sarjana Teknik Jurusan Mesin dan Master Manajemen Industri dari UMS, dan Doctor of Business Administration (DBA) dari UUM (University Utara Malaysia).

Penulis buku ini juga seorang praktisi dan telah berpengalaman bekerja dibidang Industri Pesawat Terbang selama 18 tahun lebih. Dan sejak tahun 2000 sampai dengan sekarang, penulis telah memulai mengabdikan dirinya di bidang edukatif di beberapa perguruan tinggi dalam dan luar negeri, seperti: Northrop Rice USA Global Aviation

Training and Technology Providers, Houston, Texas USA.; Malaysian Institute of Aviation and Technology (MIAT), Sepang, Malaysia; University Kuala Lumpur (UniKL) Malaysia; Universitas Sangga Buana (USB) YPKP Bandung; Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) Bandung; Universitas Bina Sarana Informatika (BSI) Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung, Universitas Islam Bandung, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas Bandung, dan Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung.

Mata kuliah yang dibinanya selain core-nya di bidang teknologi aerospace dan maintenance management aviation juga dalam bidang Ilmu Administrasi Bisnis, Marketing Global, SIM dan Manajemen Operasi. Sehingga buku ini disusun lebih banyak dihasilkan berdasarkan pengalaman di lapangan.

Selain aktif memberikan kuliah dan membuat buku ajar untuk mahasiswa, yang bersangkutan juga masih aktif sebagai konsultan edukasi dibidang Aerospace, Aviation Maintenance dan Total Quality Improvement (TQI) dalam dan luar negeri.

**MOHON MAAF ISI BUKU TIDAK DAPAT KAMI TAMPILKAN
DIKARENAKAN KESEPAKATAN DENGAN PENULIS.**

**UNTUK MENDAPATKAN BUKU INI DAPAT DIBELI DI TOKO BUKU,
MENGHUBUNGI PENERBIT/ PENULIS, ATAU DAPAT DIPINJAM/ BACA DI
| PERPUSTAKAAN STIE EKUITAS. TERIMA KASIH**

