

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
JASA PELAYANAN KESEHATAN PADA
PT. (PERSERO) ASURANSI KESEHATAN INDONESIA
KANTOR CABANG SUMATERA UTARA,
INDONESIA**

Oleh :

S A L O M O

No. Stb : 97 830 0405



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 1**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
JASA PELAYANAN KESEHATAN PADA
PT. (PERSERO) ASURANSI KESEHATAN INDONESIA
KANTOR CABANG SUMATERA UTARA,
INDONESIA**

Oleh :

S A L O M O

No. Stb : 97 830 0405

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Studi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Medan Area

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 1**

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
JASA PELAYANAN KESEHATAN PADA PT.(PERSERO)
ASURANSI KESEHATAN INDONESIA KANTOR
CABANG SUMATERA UTARA M E D A N**

NAMA : S A L O M O

NO.STAMBUK : 97.830.0405

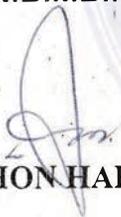
JURUSAN : MANAJEMEN



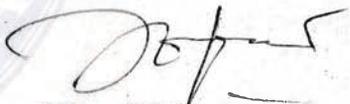
MENYETUJUI :

KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I

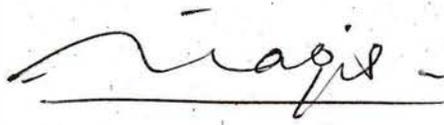

(Drs. JHON HARDI, Msi.)

PEMBIMBING II


(Dra. WINARNI.SP.)

MENGETAHUI :

KETUA JURUSAN


(Hj. RATNA BALQIS NST, SE., MBA.)

DEKAN


(Drs.RASDIANTO. MS. Ak)



RINGKASAN

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JASA PELAYANAN KESEHATAN PADA PT.(PERSERO) ASURANSI KESEHATAN INDONESIA KANTOR CABANG SUMATERA UTARA, MEDAN

Oleh : S a l o m o

Setiap perusahaan harus mampu mengidentifikasi peluang-peluang baru di pasar. Tidak ada perusahaan yang dapat mengandalkan produk dan pasarnya yang sekarang untuk selama-lamanya. Lingkungan yang kompleks dan terus berubah menawarkan peluang dan ancaman. Perusahaan harus secara cermat menganalisis konsumen dan lingkungannya supaya dapat menghindari ancaman dan memanfaatkan peluang. Agar dapat hidup terus perusahaan harus secara terus-menerus mencari cara-cara baru untuk menawarkan nilai kepada konsumen.

PT. Askes adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan program jaminan pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun, Veteran dan Perintis Kemerdekaan beserta anggota keluarganya, disamping bagi pegawai Badan Usaha dan Badan lainnya. Penyelenggaraan ini memberikan manfaat positif bagi masyarakat, oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan dan pemasarannya secara terus-menerus perlu dikembangkan.

Hipotesis penulis yaitu untuk dapat meningkatkan penjualan jasa asuransi kesehatan, maka sistem pengembangan produk dan jasa pelayanan kesehatan perlu dikembangkan dengan strategi pemasaran dan jenis-jenis pangsa pasar yang dapat menciptakan kerja sama dengan rumah sakit pemerintah maupun rumah sakit swasta dalam menghadapi delemata kesesehatan di masyakat. luas penelitian dibatasi hanya menguraikan dan membahas mengenai jaringan pelayanan kesehatan dan penjualan produk kesehatan dalam meningkatkan jasa asuransi kesehatan saja tanpa membahas seluruh aspek ilmu manajemen pemasaran didalam asuransi kesehatan.

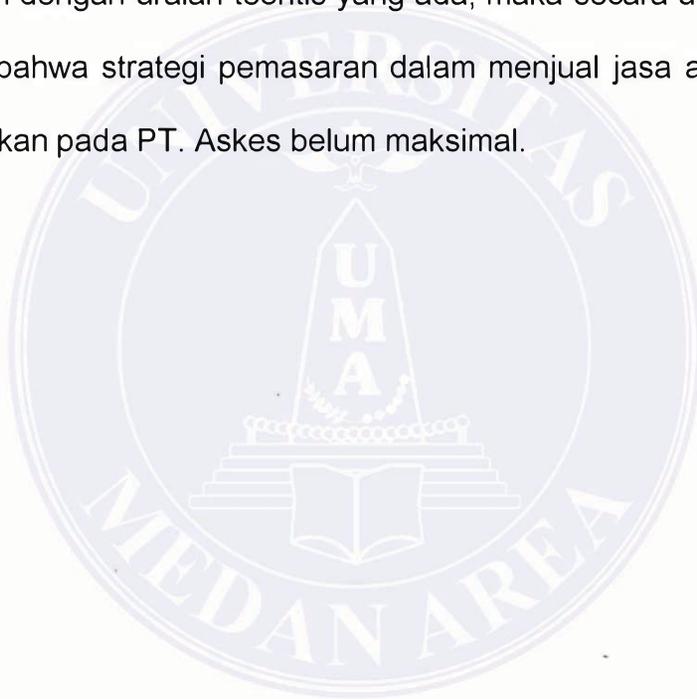
Masalah yang dihadapi perusahaan yaitu ; Strategi pangsa pasar dalam penjualan jasa asuransi kesehatan ke dalam masyarakat yang memerlukannya serta manajemen pemasaran pada PT. Askes belum terlaksana dengan baik sebagaimana yang diharapkan, dimana jaringan pelayanan kesehatan yang diberikan fihak ketiga belum memadai apa yang diharapkan oleh PT.Askes Kantor Cabang Sumatera utara ini dalam medapatkan pangsa pasar didalam persaingan Asuransi pada saat ini..

Strategi pemasaran mempunyai fungsi untuk menyajikan informasi guna mendukung tujuan perusahaan dalam bidang perencanaan, peningkatan mutu pelayanan, dan meningkatkan produktivitas kerja serta pangsa pasar juga pengawasan dalam langkah-langkah pengoperasian perusahaan.

Apabila Strategi pemasaran dirancang dan dilaksanakan dengan baik, maka manfaat yang diperoleh sangat besar di dalam menunjang kinerja perusahaan.

Mengingat pentingnya sistem manajemen pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan, maka penulis tertarik untuk memilih judul : “Strategi Pemasaran untuk meningkatkan jasa pelayanan kesehatan pada Kantor Cabang Sumatera Utara Medan dan Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada PT. (Persero) Asuransi Kesehatan Indonesia Kantor Cabang Sumatera Utara Medan”.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dalam perusahaan, jika dibandingkan dengan uraian teoritis yang ada, maka secara umum dapat diambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran dalam menjual jasa asuransi kesehatan yang diterapkan pada PT. Askes belum maksimal.



KATA PENGANTAR

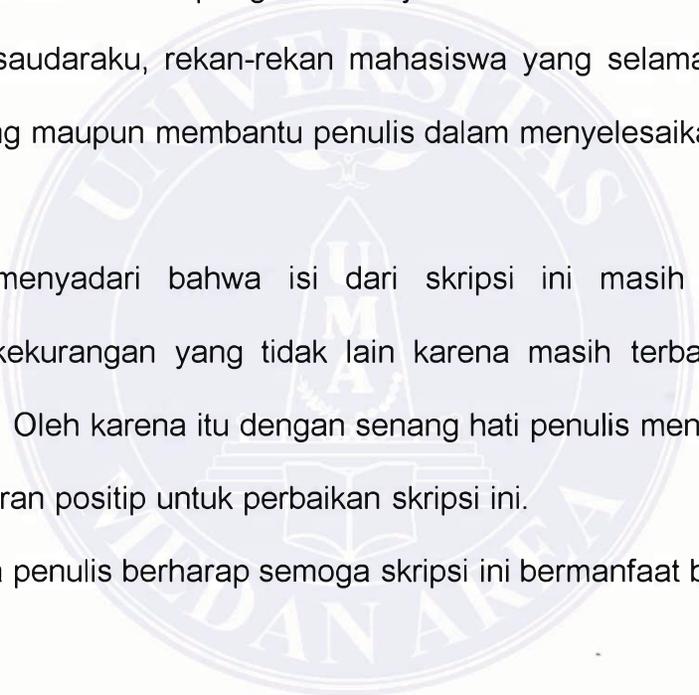
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan kharuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata-1 (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Dalam penulisan skripsi ini banyak bimbingan maupun petunjuk yang penulis terima dari berbagai pihak, serta bantuan moril dari teman-teman yang telah mendorong penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimah kasih kepada :

1. Bapak Drs. Rasdianto. MS. Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hj. Ratna Balqis Nasution, SE, MBA, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. H. Jhon Hardi, Msi, selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan demi selesainya skripsi ini.
4. Ibu Dra. Winarni, SP selaku pembimbing II yang telah membantu penulis dalam menyempurnakan dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

6. Bapak Kepala Cabang PT. (Persero) Asuransi Kesehatan Indonesia Kantor Cabang Sumatera Utara beserta seluruh Kepala Bidang dan Karyawan yang telah banyak membantu penulis, dan memberikan data serta keterangan yang diperlukan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Tak lupa penulis haturkan sembah sujud keharibaan Ayahanda (Alm) dan Ibunda, juga Istri yang saya kasihi beserta anakku yang kusanyangi Chris, Oan, Dicto dan Kakak serta Adik-adik tersayang, terima kasih yang tiada terhingga atas doa dan pengorbanannya.
8. Saudara-saudaraku, rekan-rekan mahasiswa yang selama ini telah banyak mendorong maupun membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi dari skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang tidak lain karena masih terbatasnya ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu dengan senang hati penulis menerima segala kritik dan saran-saran positif untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, ...
Amin.!.


Penulis,

(S a l o m o .)

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesis	2
D. Luas dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	4
F. Metode Analisis	6
BAB II: LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian Dan Arti Penting Strategi Pemasaran	7
B. Strategi Pemasaran dalam mengimplementasikan Sistim Informasi Manajemen	15
C. Pengertian dan Peranan Strategi Pemasaran	21
D. Hubungan Strategi Pemasaran dengan Penjualan Produk	27

BAB III : PT.(Persero) ASURANSI KESEHATAN INDONESIA

KANTOR CABANG SUMATERA UTARA.

A.	Gambaran Umum Perusahaan	31
B.	Manfaat Strategi Pemasaran Pada Jaringan Pelayanan Kesehatan	50
C.	Hubungan Strategi Pemasaran Pada Jaringan Pelayanan Kesehatan.	54
D.	Jenis Penjualan Paket Produk Jasa Pelayanan Kesehatan Dalam Meningkatkan Produktivitas Laba Perusahaan.....	58
E.	Hambatan – hambatan Yang dihadapi.....	65
BAB IV :	ANALISIS DAN EVALUASI.....	67
BAB V :	KESIMPULAN DAN SARAN.....	
A.	Kesimpulan	74
B.	S a r a n	75

DAFTAR PUSTAKA.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul.

Perkembangan yang terjadi dalam dunia pemasaran saat ini sangatlah cepat dan sulit untuk diprediksikan, sejalan semakin lajunya ilmu pengetahuan. Mengingat pentingnya strategi pemasaran bagi suatu perusahaan terutama untuk menjamin terselenggaranya aktivitas yang efisien dan berdaya guna, maka diperlukan suatu strategi yang dapat mengantisipasi jenis pemasaran yang dibutuhkan. Sehingga dalam Perkembangan penerapan strategi pemasaran jasa pelayanan kesehatan tidak mengalami kerancuan yang dapat menyebabkan jalannya perusahaan menjadi terhambat.

Dewasa ini pemasaran merupakan sebagai salah satu faktor produksi bagi perusahaan, karena merupakan strategi penting yang dapat memecahkan berbagai bentuk ketidakpastian dalam persaingan produk yang ditawarkan perusahaan kedalam pasar yang potensial. Oleh sebab itu dibutuhkan suatu strategi yang dapat melakukan atau memantau semua tehnik – tehnik penjualan yang didistribusikan pabrikan kepasar potensial. Gagasan strategi penjualan inilah yang dikenal dengan konsep strategi pemasaran.

Suatu sistim strategi pemasaran tidak hanya untuk meningkatkan jasa pelayanan kesehatan tetapi merupakan sistim operasional yang melaksanakan bermacam fungsi untuk mendapatkan hasil yang bermanfaat bagi para manager dalam menjalankan menejemen pemasaran perusahaan, sehingga nantinya dapat memberi manfaat sesuai dengan yang diharapkan.

Sebagai penerapan teknologi didalam pengolahan strategi pemasaran dalam meningkatkan jasa pelayanan di dalam kesehatan, diperlukan kesiapan perusahaan dengan segala fungsi–fungsi yang terlibat didalamnya serta perilaku para pengguna jasa asuransi, sehingga kelak penerapan strategi pemasaran dapat menjamin tercapainya omzet penjualan dan laba tinggi serta pangsa pasar optimal yang diinginkan perusahaan. Peningkatan mutu strategi pemasaran pada sektor produksi jasa pelayanan kesehatan maupun barang, sejak masih tahap pemasaran dan pengendalian mutu (quality control) atau penjamin mutu (quality assurance) sampai kepada pemakai jasa dengan dilandasi manajemen satu terpadu (total quality management), sangat bergantung pada strategi pemasaran yang tepat waktu, akurat dan relevan dengan kebutuhan pelanggan.

B. Perumusan masalah.

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan maka ditemukan adanya masalah yang dihadapi oleh PT.(Persero) Asuransi Kesehatan Indonesia Kantor Cabang Sumatera Utara Medan yang dapat dirumuskan sebagai berikut : Strategi Jaringan Pelayanan Kesehatan yang diterapkan belum terpadu dilaksanakan perusahaan secara efektif dan efisien sehingga PPK (pemberi pelayanan kesehatan) belum terlaksana dengan baik, sebagaimana yang diharapkan.

C. Hipotesis

“Hipotesis adalah jawaban sementara yang masih perlu diuji kebenarannya, dengan demikian suatu hipotesis dapat diterima hasilnya dan bisa dipertanggung jawabkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Hiam, *The Vest - Pocket Marketer (Tools For Executives Pemasar)*,
Terjemahan Sofyan Cikmat, Penerbit PT. Elex Media Komputindo,
Kelompok Gramedia – Jakarta, Anggota Ikapi, Jakarta 1994.
- Alexander Hiam, *The Vest - Pocket C.E.O. (Tools For Executives Chief Executive Officer (Ceo)*,
Terjemahan Drs.Moh.Kurdi Penerbit PT. Elex Media Komputindo,
Kelompok Gramedia – Jakarta, Anggota Ikapi, Jakarta 1994.
- A.Abas Salim, *Dasar-dasar Asuransi*, Penerbit Radar Jaya of set, Cetakan,IV,
Jakarta 1995.
- Emmy Pangaribuan Simanjuntak, *Pertanggung Jawaban Sosial*, Penerbit
Universitas Gajah Madah, Cetakan Ke V ,Yogyakarta 1982.
- Gulardi H. Wiknjosastro, *Politik Ekonomi Kesehatan Indonesia*, Yayasan
Padi dan Kapas dengan PT.(Persero) Asuransi Kesehatan Indonesia
Jakarta,Cetakan Pertama, November,1993.
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, PT.Gramedia Pustaka
Utama, Edisi Ketiga, Jakarta 1993.
- Sofjan Assauri, *Teknik & Metoda Peramalan Penerapannya dalam Ekonomi dan Dunia Usaha*, Penerbit Lembaga.FE.U.I, Edisi I, Jakarta 1984.
- Onong Uchjana. Effendy. *Sistim Informasi Manajemen*, Penerbit CV.
Mandar Maju Cetakan Ke Tiga Bandung, 1989.

Wirjono Prodjodikoro. S, **Hukum Asuransi di Indonesia**, Penerbit Lembaga FH.U.I Cetakan ke IV, Jakarta 1972.

Philip Kotler. **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, & Pengendalian**, Terjemahan, Adi Zakaria Afiff, Edisi Ke VII, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. U.I. Jakarta, 1993.

Panglaykim dan Hazil, **Manajemen suatu Penghantar**, Cetakan Ke Sembilan, Edisi di Perbaharui, PT. Pembangunan, Jakarta, 1992

PT. Askes Kantor Cabang Sumatera Utara, **Laporan Manajemen Tahun 1999**, PT. (Persero) Askes, Medan, 1999.

S. Nasution dan M. Thomas, **Buku Penuntun Membuat Skripsi, Thesis, Disertasi, dan Makalah**, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 1995.

Tatang M. Amirin (ED), **Pokok-Pokok Teori Sistem**, Penerbit CV. Rajawali, Jakarta 1991.

T. Hani Handoko, **Manajemen**, BPFE, Edisi Kelima, Yogyakarta, 1999

Winarno Surakhmad, **Pengantar Penelitian Ilmiah**, Penerbit Tarsito, Edisi Kesepuluh, Bandung 1991.