

## RINGKASAN

Munawir Noverdi, STRATEGI PEMASARA JASA KESEHATAN PADA RUMAH SAKIT ISLAM MALAHAYATI MEDAN ( dibawah bimbingan Drs. Jhon Hardy, Msi sebagai pembimbing I dan Dra. Isnaniah Laili KS sebagai pembimbing II )

Rumah Sakit Islam Malahayati Medan adalah rumah sakit umum swasta yang bergerak dalam bidang pelayanan medis atau kesehatan masyarakat, dengan maksud dan tujuan adalah untuk membantu pemerintah serta melayani masyarakat dalam bidang peningkatan derajat kesehatan baik kesehatan jasmani, rohani maupun sosial. Rumah sakit ini berkembang menjadi rumah sakit umum swasta dengan katagori kelas madya atau tipe B. yang berada dilingkungan Yayasan Rumah Sakit Islam Malahayati dan berada dibawah pengawasan Pimpinan Harian Yayasan Rumah Sakit Islam Malahayati yang dibemuk pada tanggal 10 Mei 1973, selanjutnya pada tanggal 04 April 1974 dilakukan peletakan batu pertama pembangunan kamar bedah yang dianggap sebagai awal berdirinya Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.

Masalah yang dihadapi perusahaan yaitu : "Persaingan usaha dalam pelayanan kesehatan yang dihadapi perusahaan semakin ketat juga pemasaran yang ditcrapkan oleh Rumah Sakit Islam Malahayati dalam bidang pelayanan yaitu fasilitas perawatan kesehatan dan pelayanan jasa kesehatan yang masih dirasa kurang memuaskan konsumen. dibanding dengan sebagian rumah sakit swasta lainnya dengan katagori kelas yang sama jauh lebih memuaskan. sehingga terjadi penurunan penjualan pada tahun 2002-2004."

Untuk mengetahui penyebab kesulitan perusahaan tersebut penulis membuat hipotesis : " Seandainya persaingan yang dihadapi oleh Rumah Sakit Islam Malayati Medan tidak semakin ketat dan fasilitas perawatan kesehatan serta pelayanan jasa kesehatannya lebih baik, maka rencana penjualan tidak akan mengalami penurunan di tahun 2002-2004

Untuk memperoleh data skunder dan data primer yang diperlukan dalam rangka pembuktian hipotesis penulis mengadakan penelitian kepustakaan dan lapangan.

Berdasarkan data yang diperoleh. penulis berusaha melakukan analisis dan evaluasi sejauh mana strategi pemasaran yang diterpkan oleh Rumah Sakit Islam-

Malahayati Medan, yaitu dengan membandingkan data skunder dan data primer dan berdasarkan itu, penulis dapat menarik kesimpulan antara lain :

1. Untuk memberi kepuasan bagi konsumen dan keuntungan bagi perusahaan Rumah Sakit Islam Malahayati Medan tentunya diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu Rumah Sakit Islam Malahayati Medan menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri atas beberapa indikator yaitu : produk, harga, saluran pemasaran, promosi, orang, bukti fisik dan proses yang harus mencerminkan kebijakan setiap perusahaan berdasarkan penelitian pasar yang telah dilakukan sebelumnya.
2. Faktor lain penyebab kurangnya minat masyarakat untuk membeli jasa pelayanan kesehatan karena terjadinya penurunan tingkat pendapatan riil masyarakat disamping keadaan sosial, ekonomi dan politik Indonesia serta minimnya pengetahuan masyarakat tentang kesehatan itu sendiri, membawa pengaruh yang signifikan terhadap pemasaran jasa kesehatan pada Rumah Sakit Islam Malahayati Medan