

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alam, Lahawlawalaquwwataillabillah dengan qudrah dan iradahnya sampai detik ini Allah masih menitipkan ruh serta kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Allahummashalli'ala sayyidina Muhammad, suri tauladanku, tokoh revolusi serta pembawa cahaya dikala kegelapan IMTAQ dan IPTEK.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sehubungan dengan kemampuan dan pengetahuan penulis yang terbatas, untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritikan maupun saran yang membangun dari pembaca maupun rekan-rekan mahasiswa.

Adapun judul dalam penulisan skripsi ini adalah : "Strategi Pemasaran Jasa Kesehatan Pada Rumah Sakit Islam Malahayati Medan." Yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Uniuersitas Medan Area.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan tulus hati ingin menghaturkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, Msi selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan pengarahan serta bimbingannya kepada penulis sehingga dapat terselesainya skripsi ini.
2. Ibu Dra. Isnaniah Laili KS sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan pengarahan, masukan dan saran kepada penulis.
3. Bapak H. Syahriandi, SE, Msi selaku dekan fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Para dosen yang telah mendidik penulis selama perkuliahan, serta staf dan pegawai dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak pimpinan dan staf serta karyawan/i pada Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.

6. Kepada Ayahanda dan Alm.Ibunda semoga Allah melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada beliau serta dijadikan Qabrah Raudhatul Jannah. terima kasih kepada keluargaku atas doa maupun support morilnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh best friend Thanks to support.

Penulis mengharapkan karya tulis ini bermanfaat terutama bagi penulis sendiri serta bagi para pembaca tercinta. Akhirnya penulis mohon ampun kepada Allah, semua yang baik datangnya dari Allah dan segala kekurangan hanya karena kesalahan dan ketidakhilafan penulis semata.



Medan, 14 Mei 2007

Penulis

Munawir Noverdi

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1: Struktur Organisasi Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	21
---	----



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	4
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
F. Metode Analisis.....	5
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	7
B. Pengertian Segmentasi Pasar dan Pasar Sasaran.....	9
C. Pengertian dan Tujuan Strategi Pemasaran	12
D. Strategi Bauran Pemasaran.....	13



BAB III	RUMAH SAKIT ISLAM MALIHAYATI MEDAN	17
	A. Gambaran Umum Perusahaan	17
	B. Segmentasi Pasar dan Pasar Sasaran.....	26
	C. Strategi Pemasaran Yang diterapkan	28
	D. Perkembangan Jumlah Pasien dan Penjualan Jasa.....	41
	E. Hambatan – Hambatan yang Dihadapi	43
BAB IV	ANALISIS DAN EVALUASI	45
BAB V	KESIMPULAN DAN SASARAN	59
	A. Kesimpulan	59
	B. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I : Tarif Kamar dan Penggunaan Fasilitas Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	31
Tabel II : Honor Dokter dan Biaya Administrasi Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	33
Tabel III : Fasilitas Medis dan Penunjang Medis Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	39
Tabel IV : Perkembangan Jumlah Pasien dan Lama Perawatan Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	41
Tabel V : Perkembangan Volume Penjualan Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	42
Tabel VI : Indikator Penilaian Efisien Perawatan Rumah Sakit Islam Malahayati Medan.....	54