
ANALISIS SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PEMASARAN UNTUK MENDUKUNG STRATEGI PEMASARAN PADA RSIA HERMINA DAAN MOGOT

Authors

Hendra Putra, S.Kom, MMSi

Abstract

Problems Identified in this study are : (1) How does the internal environment RSIA Hermina Daan Mogot ? ; (2) How External environment RSIA Hermina Daan Mogot ? (3) How to formulate a marketing strategy on RSIA Hermina Daan Mogot ? ; (4) How does the syatem marketing information on RSIA Hermina Daan Mogot ?. Hermina Daan Mogot RSIA hospital that specialized in maternal and child health. In support of its activities, marketing strategy is needed which can be used as a guide for hospitals to implement marketing activities. Therefore, it is important for hospitals to find out how internal and external environment influences companies to produce the correct marketing strategy for the company.

Methodology in carrying out the author traveled through one step method. Method of descriptive method with a type study examples on RSIA Hermina Daan Mogot. The study was conducted on the basis of a survey by interviewing and questionnaires for staff and management at the secondary and higher. When analyzing data matrix Aids CRM/EFAS, SWOT diagrams, internal-external matrix and SWOT matrix.

On the basis of the analysis was done, the alternative strategies that should be run hospital consolidation strategy. This strategy can be realized by increasing advertising in the media more effectively. To support this strategy, the authors analyze the marketing executive information systems.

This system is expected to need Executive reporting in the form of charts and tables that have been completed at the site expand and drill through can be met, so that managers can get the data and information as possible in accordance with their needs.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis sekarang ini semakin ketat sehingga dalam perkembangannya suatu perusahaan dituntut untuk semakin peka terhadap berbagai kondisi yang ada. Setiap perusahaan harus tanggap pada berbagai perubahan karena hal tersebut dapat berpengaruh langsung terhadap kehidupan perusahaan dan sudah seharusnya perubahan tersebut dapat direspon perusahaan dengan cepat dan baik.

Dalam persaingan yang ketat di mana pembeli semakin kritis dan selektif dalam menentukan jasa yang akan dibeli, perusahaan harus berusaha dengan segala upaya untuk merebut pasar yang sangat kompetitif. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan meningkatkan daya saing perusahaan dibutuhkan berbagai strategi pemasaran untuk mencapainya. Disamping itu, perusahaan khususnya manajer pemasaran juga dituntut untuk selalu memantapkan strategi pemasarannya lebih lanjut dan siap untuk mengubahnya sesuai dengan perubahan jaman.

Setiap eksekutif pemasaran pasti memerlukan informasi yang aktual dan akurat disetiap pengambilan keputusan. Selain itu, informasi juga dapat digunakan untuk mengevaluasi strategi-strategi bisnis yang telah dijalankan. Data-data seperti hasil penjualan, rata-rata pendapatan dapat diolah menjadi suatu laporan yang berguna bagi para eksekutif untuk merencanakan strategi yang baru.

RSIA Hermina Daan Mogot merupakan sebuah rumah sakit yang bergerak di bidang kesehatan ibu dan anak. Salah satu divisi yang memegang peranan penting dalam meningkatkan perkembangan perusahaan ini adalah divisi pemasaran. Dalam operasionalnya, strategi yang diambil dan dijalankan oleh divisi ini turut serta mempengaruhi kelangsungan hidup rumah sakit. Hal ini dapat tercapai dengan merupakan sumber daya yang sangat

diperlukan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatannya.

Pada saat ini, informasi yang diterima eksekutif pemasaran terlalu rinci sehingga memerlukan waktu yang cukup lama untuk menganalisa dan mengambil keputusan. Oleh karena itu perlu disediakan suatu sistem informasi yang dapat membantu dan mendukung para eksekutif perusahaan agar dapat bekerja secara lebih efektif dan efisien untuk memenangkan persaingan yang terjadi.

Sistem informasi eksekutif adalah sistem yang dirancang untuk membantu menyajikan informasi secara ringkas dan interaktif sehingga memudahkan eksekutif untuk menentukan langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Untuk membantu para eksekutif dalam menunjang kegiatan pemasarannya maka diperlukan suatu alternatif sistem informasi yang tertuang dalam tesis dengan judul **"ANALISIS SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PEMASARAN UNTUK Mendukung STRATEGI PEMASARAN PADA RSIA HERMINA DAAN MOGOT"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa hal yang menjadi permasalahan yang ada di lingkungan RSIA Hermina Daan Mogot ?

- Bagaimana lingkungan internal RSIA Hermina Daan Mogot ?
- Bagaimana lingkungan eksternal RSIA Hermina Daan Mogot ?
- Bagaimana merumuskan strategi pemasaran pada RSIA Hermina Daan Mogot ?
- Bagaimana sistem informasi pemasaran di RSIA Hermina Daan Mogot ?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat begitu luas dan banyaknya departemen yang terdapat dalam RSIA

Hermina Daan Mogot, maka dalam penelitian ini ruang lingkup manajemen dan sistem informasi yang akan dibahas dibatasi hanya pada bagian pemasaran yang meliputi 4P yaitu produk, harga, promosi dan tempat.

Sedangkan bagian pemasaran pada RSIA Hermina Daan Mogot yang dibahas hanya mencakup :

1. Rawat Jalan Obsgyn
2. Rawat Jalan Anak
3. Rawat Jalan Gigi
4. Rawat Inap Ibu
5. Rawat Inap Anak

1.4 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dalam persaingan yang ketat di mana pembeli semakin kritis dan selektif dalam menentukan jasa yang akan dibeli, perusahaan harus berusaha dengan segala upaya untuk merebut pasar yang sangat kompetitif.

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam tesis ini adalah Untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan meningkatkan daya saing perusahaan dibutuhkan berbagai strategi pemasaran untuk mencapainya. Disamping itu, perusahaan khususnya manajer pemasaran juga dituntut untuk selalu memantapkan strategi pemasarannya lebih lanjut dan siap untuk mengubahnya sesuai dengan perubahan yang aman.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Konsep Sistem Informasi Eksekutif

2.1.1 Definisi Sistem Informasi

Laudon (2002, p7) mendefinisikan sistem informasi sebagai berikut :

An information system can be defined technically as a set of interrelated components that collect (or retrieve) process, store and distribute information to support decision making, coordination, control analysis and visualization in an organization"

Menurut Laudon, secara teknis sistem informasi didefinisikan sebagai kumpulan komponen saling berhubungan yang mengumpulkan (atau mengambil), memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk membantu dalam pengambilan keputusan, pengkoordinasian, pengendalian analisis dan menampilkannya dalam suatu organisasi.

2.1.2 Definisi Eksekutif

Menurut McLeod (2001, p7) istilah eksekutif sering digunakan untuk menggambarkan seorang manajer pada tingkat perencanaan strategis. Pengaruh ini terjadi dengan melakukan perencanaan dan penentuan kebijakan organisasi. Sebutan `eksekutif biasa diberikan kepada mereka yang melaksanakan tugasnya dengan lebih banyak menggunakan pikiran dan pelaksanaannya dilakukan oleh sekelompok orang yang membantunya.

2.1.3 Definisi Sistem Informasi Eksekutif

Menurut Turban (2001, p306), sistem informasi eksekutif merupakan sistem yang menyediakan kebutuhan bagi eksekutif tingkat atas yang dirancang sebagai suatu sistem yang berdiri sendiri. Sedangkan menurut McLeod (2001, p432), sistem informasi eksekutif merupakan suatu sistem yang menyediakan informasi bagi eksekutif mengenai kinerja keseluruhan perusahaan.

Dan berdasarkan rumusan masalah di atas, maka disusunlah beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Informasi apa saja yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan ?
2. Data-data apa saja yang dibutuhkan dalam mengevaluasi strategi-strategi bisnis yang dijalankan ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk menganalisis sistem informasi eksekutif pemasaran pada RSIA Hermina Daan Mogot.

Manfaat yang akan didapat dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan pedoman bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif.
2. Memudahkan para eksekutif dalam membaca dan menganalisa data sehingga dapat mengambil keputusan dengan baik.
3. Meningkatkan efisiensi waktu dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan terutama di bidang pemasaran.

3. Metode Penelitian

3.1 Pengantar

Dalam Bab ini akan dipaparkan mengenai tahapan-tahapan penelitian, mulai dari pendeskripsian tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, metode penelitian apa yang digunakan, teknik pengambilan sampel seperti apa yang akan dilakukan, bagaimana teknik pengumpulan datanya dan variabel penelitian (baik itu variabel bebas maupun variabel terikat) apa saja yang dipergunakan. Selain itu juga akan dibahas mengenai alat ukur penelitian apa yang akan dipergunakan, bagaimana cara menganalisis data hasil penelitian.

3.2 Tujuan Penelitian

Setiap organisasi pasti mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Untuk itu diperlukan perencanaan yang matang, melalui strategi-strategi yang akan dilakukan organisasi. Strategi organisasi dilakukan melalui kebijakan/ keputusan yang diambil oleh pihak manajemen organisasi, termasuk salah satunya keputusan organisasi di bidang Informasi Teknologi. Salah satu tujuan dan penelitian ini adalah untuk menganalisis sistem informasi eksekutif pemasaran pada RSIA Hermina Daan Mogot.

Semua kebijakan yang diambil oleh manajemen organisasi tentunya diharapkan akan membawa perkembangan-perkembangan yang berguna bagi kemajuan organisasi itu sendiri. Kebijakan yang diambil harus mempertimbangkan sisi efektivitas dan efisiensi, sehingga kebijakan tersebut selain berdampak terhadap perkembangan dan kemajuan organisasi, diharapkan juga berdampak terhadap efektivitas dan efisiensi kerja organisasi, terutama efektivitas dan efisiensi dalam hal biaya dan waktu.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Hermina Daan Mogot. Penelitian ini dilakukan selama lebih kurang 3 (tiga) bulan, terhitung sejak bulan September 2010 hingga Desember 2010.

3.4 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Di katakan demikian karena digambarkan secara terinci dan mendalam tentang kondisi lingkungan perusahaan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal pada RSIA Hermina Daan Mogot. Metode deskriptif dapat liartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya. Pelaksanaan metode penelitian deskriptif tidak terbatas sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang data tersebut. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik responden menyangkut jenis perusahaan tempat responden bekerja, posisi/jabatan responden di organisasi pada saat ini dan spesifikasi bidang pekerjaan organisasi tersebut.

Sedangkan dari aspek data dan analisisnya, pada penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT. Metode analisis SWOT dalam penelitian ini menggunakan

diagram SWOT, matriks Internal-Eksternal dan matriks SWOT. Data kuantitatif adalah data berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (scoring). Kegiatan dalam pengumpulan data memungkinkan untuk diwakilkan. Analisa data dilakukan setelah semua data terkumpul.

3.5 Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data skunde Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian ini. Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan cara pengamatan dan pengukuran melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban.

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pengumpul data primer atau pihak lain. Jadi data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung berhubungan dengan responden yang diselidiki dan merupakan pendukung bagi penelitian yang dilakukan (Umar, 1999:43). Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi pustakaliteratur. Data sekunder ini ditujukan untuk mendukung landasan teori yang akan digunakan dalam melakukan interpretasi hasil penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan

Data Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua), yaitu:

1. Studi Pustaka/Literatur

Studi pustakaliteratur dilakukan dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber-sumber lain yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini, seperti dari contoh-contoh tesis, majalah, koran, buku-buku jurnal, diktat dan artikel-artikel di internet. Selain itu penelitian ini juga didasari oleh beberapa penelitian terdahulu yang sejenis. Studi pustaka/literatur ini

penulis gunakan untuk mendapatkan data sekunder.

2. Kuesioner

Teknik yang digunakan penulis untuk memperoleh data primer yang berupa informasi dari responden adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan dengan memberi tanda cross (X) (Arikunto, 1998:151). Urutan penilaian berdasarkan urutan/rangking dengan memberikan angka 1 dari yang paling penting hingga seterusnya secara berurutan dari seluruh variabel yang ada. Alasan penulis menggunakan kuesioner adalah: a. Memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban b. Praktis dan sistematis c. Keterbatasan biaya dan waktu penelitian. Penyebaran kuesioner dengan cara diberikan langsung kepada responden.

3.7 Instrumen Pengukuran

Dalam melakukan penelitian terdapat empat instrumen pengukuran yang digunakan, yaitu kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) yang merupakan faktor internal serta peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang merupakan faktor eksternal. Kekuatan (Strengths) adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.

Kelemahan (Weaknesses) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

Peluang (Opportunities) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

Sedangkan ancaman (Threats) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

3.8 Teknik Analisis

Data Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah diagram SWOT, matrik Inte Eksternal dan matriks SWOT.

1. Matriks Internal-Eksternal

Matriks Internal-Eksternal merupakan prose mengidentifikasi faktor-faktor strategi internal maupun eksternal yang mempengaruhi kegiatan pemasaran RSIA Hermina. Hasil yang didapat akan, dimasukkan kedalam matriks internal-eksternal untuk melihat strategi mana yang tepat untuk diterapkan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Sejarah Rumah Sakit

Rumah Sakit Ibu dan Anak HERMINA mulanya merupakan Rumah Bersalin dengan nama RB Djatinegara yang didirikan pada tahun 1967 dengan 7 tempat tidur, kemudian namanya diganti menjadi RB HERMINA pada tahun 1970. Rumah bersalin ini didirikan atas prakarsa Ibu Hermina bersama dengan Dokter Boediono Wibowo, seorang dokter ahli kandungan.

Atas dasar keinginan untuk mengembangkan Rumah Bersalin ini, maka pada tahun 1983 dibentuk Yayasan HERMINA sebagai pengelola rumah sakit. Pada tanggal 25 April 1985 diresmikan RSB HERMINA dengan 25 tempat tidur. Pada tahun 1990 pembangunan dilanjutkan dengan melakukan penambahan lahan dan bangunan sehingga rumah sakit dapat dikembangkan menjadi Rumah Sakit Ibu dan Anak Hermina Jatinegara dengan kapasitas 50 tempat tidur, pembangunan terus dilaksanakan dengan menambah lahan dan bangunan sehingga saat RSIA Hermina Jatinegara mempunyai kapasitas perawatan 87 tempat tidur. Dalam upaya untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada masyarakat luas, maka pada tahun 1996 telah dibuka RSB HERMINA Podomoro kemudian dikembangkan menjadi RSIA HERMINA Podomoro dengan 35

tempat tidur. Saat ini RSIA Hermina Podomoro sudah berkembang menjadi 53 tempat tidur. Pada tahun 1997, dibuka RSIA HERMINA Bekasi dengan kapasitas 50 tempat tidur dan saat ini sudah dikembangkan menjadi 138 tempat tidur. Pada tahun 2000 dibangun RSIA Depok dengan kapasitas 50 tempat tidur dan saat ini sudah dikembangkan menjadi 70 tempat tidur. Pada tahun 2002 dibangun RSIA HERMINA Daan Mogot dengan kapasitas 50 tempat tidur dan RSIA HERMINA Bogor dengan kapasitas 45 tempat tidur. Saat ini jumlah tempat tidur seluruh RSIA HERMINA Grup adalah 443.

RSIA Hermina Daan Mogot yang terletak di seberang Mal Matahari mempunyai tiga lantai dengan luas bangunan 4947 m² diatas lahan seluas 7165 m². Kapasitas rawat inap adalah 50 tempat tidur yang terdiri dari 25 tempat tidur ibu, 15 tempat tidur anak dan 10 perinatologi. Dokter spesialis yang praktek adalah dokter Spesialis Kebidanan — Kandungan, Spesialis Anak, Dokter Gigi dengan Subspesialistiknya, Spesialis Kulit Kelamin dengan Perawatan Wajah, Spesialis Bedah, Penyakit Dalam, Jantung, THT, Mata, Jiwa, Psikologi. Penunjang medis yang tersedia adalah Apotek dan Laboratorium klinik.

Visi RSIA HERMINA Grup adalah menjadikan RSIA HERMINA Grup sebagai Rumah Sakit Ibu and Anak yang terkemuka di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi serta mampu bersaing di dalam era globalisasi.

Dalam menjalankan visi tersebut maka RSIA Hermina memiliki beberapa misi, diantaranya adalah :

1. Melakukan upaya secara berla untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada pelanggan
2. Melakukan pelatihan dan pendidikan kepada karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang professional.
3. Melakukan pengelolaan Rumah Sakit secara profesional agar tercap efisiensi dan efektifitas.

Dalam penyelenggaraan dan pengelolaan rumah sakit RSIA HERMINA Grup secara konsisten selalu menekankan pada upaya memberikan pelayanan yang terbaik, bermutu, profesional kepada masyarakat. Walaupun sebagai organisasi yang independen, RSIA HERMINA Grup tetap menegakkan nilai-nilai profesi dan etika rumah sakit.

4.2 Kondisi Rumah Sakit

Saat ini RSIA Hermina Daan Mogot memfokuskan diri pada pelayanan kesehatan khusus ibu dan anak. Kamar rawat inap yang tersedia hanya digunakan oleh para ibu yang akan atau sudah melahirkan. Dengan demikian, para ibu atau calon ibu tidak perlu khawatir tertular penyakit yang diderita oleh pasien lain yang satu kamar.

Target pasar RSIA Hermina Daan Mogot adalah masyarakat kelas menengah dan menengah ke atas yang membutuhkan pelayanan kesehatan kebidanan, kandungan atau anak. Untuk itu RSIA Hermina Daan Mogot menyediakan jasa konsultasi rawat jalan obsgyn dan rawat jalan anak serta fasilitas yang lengkap seperti laboratorium dan apotek.

Dalam menjalankan kegiatan Pemasarannya, RSIA Hermina Daan Mogot melakukan beberapa kebijakan bauran pemasaran. Kebijakan ini merupakan program dari strategi yang saat ini sedang dijalankan, yaitu meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Berikut Pembahasan masing-masing kebijakannya :

- a. Produk
RSIA Hermina Daan Mogot memiliki jasa pelayanan rawat jalan dan rawat inap yang banyak dikunjungi oleh pasien. Pelayanan rawat jalan yang sering digunakan adalah rawat jalan obsgyn, sedangkan rawat inap yang sering digunakan adalah rawat inap ibu.
- b. Harga
- c. Harga yang ditetapkan oleh RSIA Hermina Daan Mogot sangat kompetitif dengan harga yang

ditetapkan di rumah sakit lain. Adapun RSIA Hermina Daan Mogot mengandalkan pelayanan yang lebih bagus dengan harga yang kompetitif.

- d. Tempat
Lokasi RSIA Hermina Daan Mogot sangat strategis, terletak di gerbang masuk Perumahan Daan Mogot Baru sekaligus jalan masuk ke perumahan lain seperti Perumahan Citra dan Taman Surya.
- e. Promosi
Dalam menjalankan kegiatan promosinya, RSIA Hermina Daan Mogot menggunakan strategi below the line dan above the line. Strategi below the line berupa seminar dan perlombaan sering diadakan oleh RSIA Hermina Daan Mogot bekerja sama dengan beberapa sponsor. Sedangkan strategi above the line yang digunakan adalah penyebaran brosur di tempat-tempat tertentu.

Dengan kebijakan pemasaran yang ada diharapkan RSIA Hermina Daan Mogot mampu bersaing dengan rumah sakit lain yang telah berdiri lebih dulu. Selain rumah sakit pesaing, RSIA Hermina Daan Mogot juga menghadapi tantangan dari lingkungan eksternal lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari analisis Porter berikut ini.

Analisis lima kekuatan kompetitif M.E. Porter di RSIA Hermina Daan Mogot:

1. Ancaman Pendetang Baru

Ancaman pendatang baru RSIA Hermina Daan Mogot saat ini bisa dikatakan belum ada, tetapi tetap ada kemungkinan datangnya pendatang baru di masa yang akan datang.

2. Ancaman Produk Pengganti

Mahalnya tarif pelayanan di RSIA Hermina membuat pasien memilih berobat di puskesmas daerah atau klinik praktek bidan. Salah satunya adalah bidan praktek Meni di Jalan Utan Jati dan Mantri Puskesmas Cengkareng.

3. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

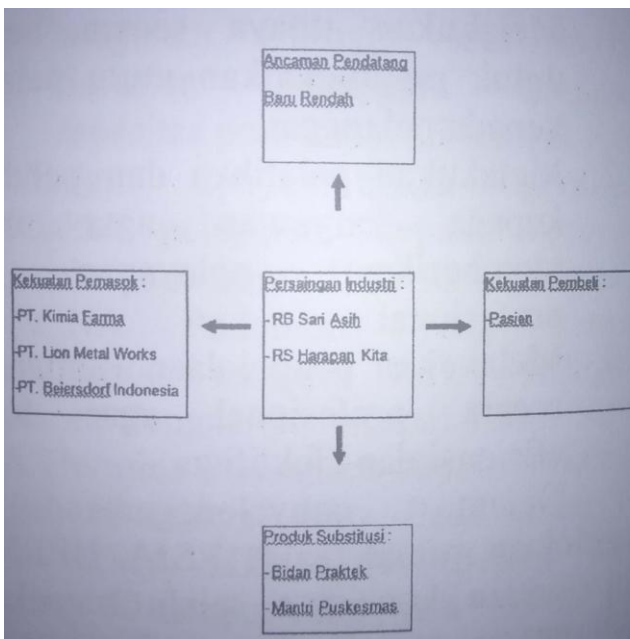
RSIA Hermina tidak menjalin hubungan kerjasama dengan satu pemasok saja dalam hal penyediaan obat-obatan dan peralatan medis. Tujuan RSIA Hermina bekerja sama dengan beberapa pemasok adalah untuk dapat memberikan harga yang wajar dengan kualitas yang baik. Beberapa diantara pemasok tersebut yaitu PT. Kimia Farma, PT. Lion Metal Works dan PT. Beiersdorf Indonesia.

4. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

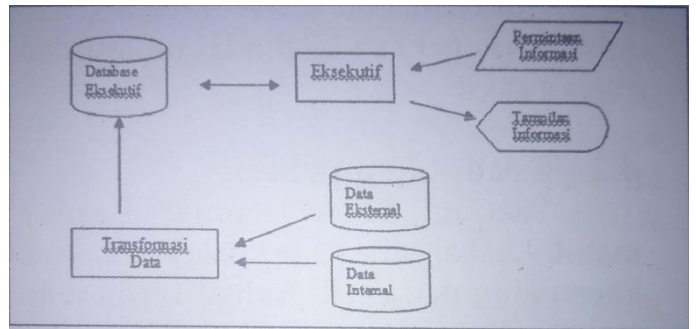
Banyaknya rumah sakit swasta yang telah lebih dulu berdiri di kawasan Jakarta Barat membuat RSIA Hermina belum bisa mengendalikan sepenuhnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli. Pembeli disini adalah para pasien yang ingin mendapatkan pelayanan terbaik.

5. Persaingan Sesama Industri

Dalam industri rumah sakit, ada beberapa rumah sakit ibu dan anak yang sejenis dengan RSIA Hermina. Rumah sakit tersebut umumnya masih belum mempunyai cabang sebanyak RS Hermina. Akan tetapi keberadaan pesaing-pesaing tersebut harus diperhatikan secara seksama oleh RSIA Hermina mengingat persaingan akan semakin ketat di masa yang akan datang. Pesaing tersebut antara lain RB. Sari Asih dan RS Harapan Kita.



Gambar 4.1 Lima Kekuatan berdasarkan M. E. Porter



Gambar 4.2 Model Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran RSIA Hermina Daan Mogot

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil yang diperoleh di tabel matrik IFAS dan tabel matrik EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,33 dan nilai EFASnya adalah 2,68. Dengan demikian;
 - Pada diagram SWOT, RSTA Hermina Daan Mogot berada pada kuadran ke-3, yaitu suatu keadaan dimana rumah sakit menghadapi kelemahan internal tapi memiliki banyak peluang.
 - Pada matrik internal-eksternal, RSIA berada pada sel nomor 5, yaitu suatu keadaan dimana rumah sakit menghadapi posisi kompetitif yang tidak begitu kuat dan nilai daya tarik industrinya sedang.
2. Dengan adanya sistem informasi eksekutif ini, eksekutif dapat mengetahui informasi mengenai demografi pasien sehingga promo dapat dilakukan lebih fokus.
3. Melalui sistem informasi eksekutif dapat diketahui media promosi mana yang lebih efektif sehingga promosi dapat dilakukan lebih optimal.
4. Melalui sistem informasi eksekutif ini maka eksekutif dapat memperoleh laporan-laporan yang bersifat summary

dalam bentuk tabel dan grafik, fasilitas drill down dan drill across serta informasi yang sifatnya mendukung perencanaan dan penentuan strategi pemasaran.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan kepada RSIA dalam kegiatan pemasarannya adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan sales promo untuk meningkatkan jumlah pasien rawat jalan dan rawat inap di RSIA Hermina Daan Mogot.
2. Strategi yang tepat untuk menghadapi kondisi tersebut adalah strategi turnaround, yaitu mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi yang tepat untuk menghadapi kondisi tersebut adalah strategi konsolidasi, yaitu dengan berusaha untuk mengatasi kelemahan internal perusahaan yang ada.
4. Membuat sistem keamanan data agar kerahasiaan data perusahaan terjamin dari orang-orang yang tidak berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- BoYd, Walker, Larreche (2000). *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Edisi ke-2. Jilid-1. Erlangga, Jakarta.
- Dajan, A (1993). *Pengantar Metode Statistilc Jilid-1*. LP3ES, Jakarta.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary (2001). *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid-1. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- audon, Kenneth C. dan Jane P. (2002). *Management Infonation System. Managing The Digital Firm*. Edisi ke-7. Prentice-Hall, New Jersey.
- Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis*. Buku ke-2. Empat Salemba, Jakarta.
- Mc Leod, Raymond. (2001). *SiStem Informasi Manajemen*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid-1. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- McLeod, Raymond. (2001). *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid-2. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- O'Brien, James. (2002). *Management 11 Information System*. Fifth edition, , International Edition. Prentice Hall, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Analisis SW07, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. 110, Cetakan kesepuluh. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan kelima. ANDI, Yogyakarta.
- Turban, Efraim. (2001). *Deeision Suppoii and Intelligent System*. Prentice Hall, Jakarta.