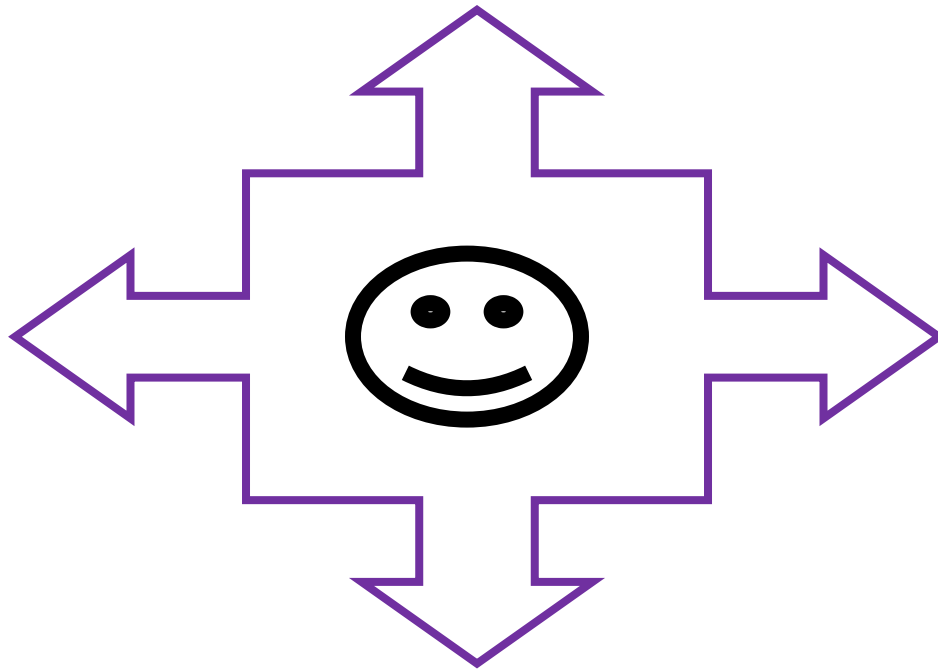


PENINGKATAN DAYA SAING RUMAH SAKIT



OLEH:

DR. Dr. H. BOY SUBIROSA SABARGUNA, MARS

TIRTA YENTI, SKM, MM

PEMINATAN INFORMATIKA MEDIS

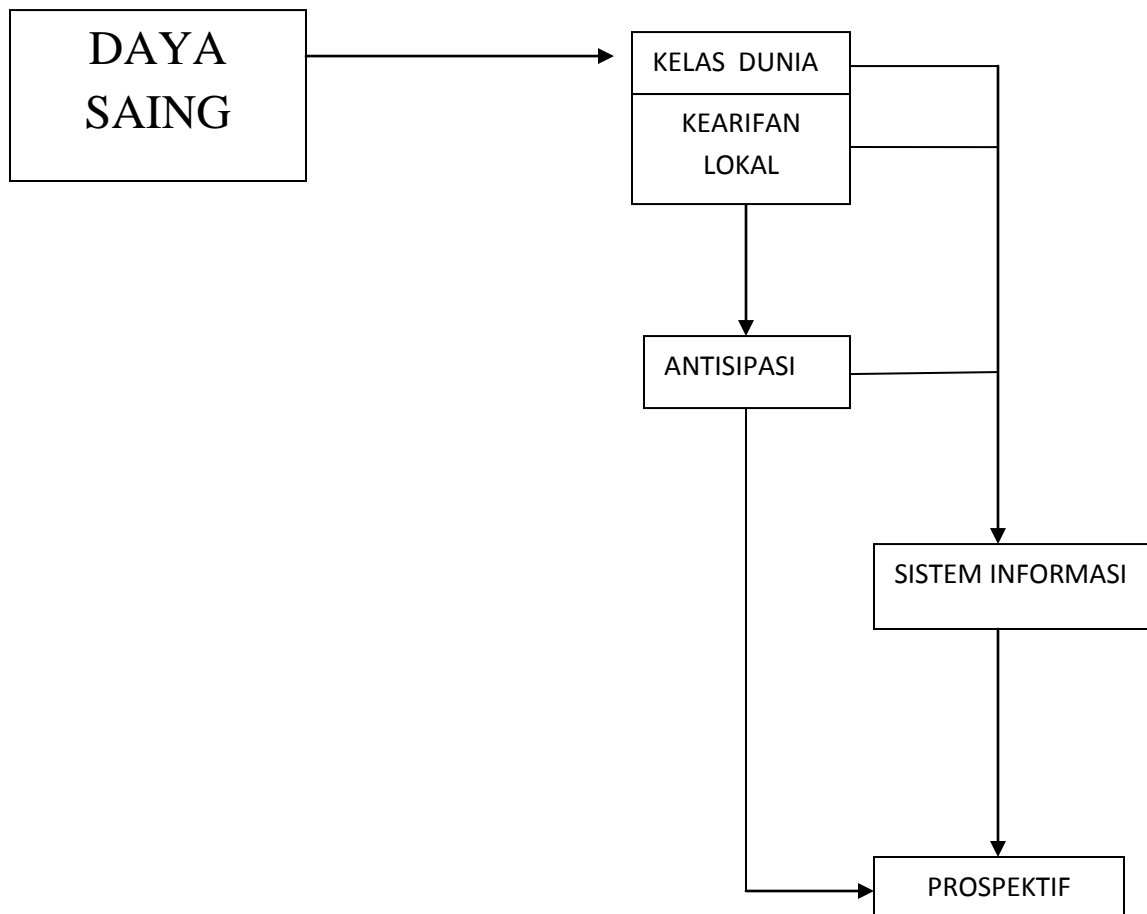
PROGRAM STUDI TEKNOLOGI BIOMEDIS

PROGRAM PASCASARJANA-UNIVERSITAS INDONESIA

ISBN:

978-602-7850-15-6

BISMILLAHIRROHMANIRROHIM



**YA, ALLAH,
JADIKAN BUKU DAN PERANGKAT LUNAK INI
BERMANFAAT,
BERILAH KAMI PAHALA YANG BESAR DAN TIADA
PUTUSNYA
AAMIIN,**

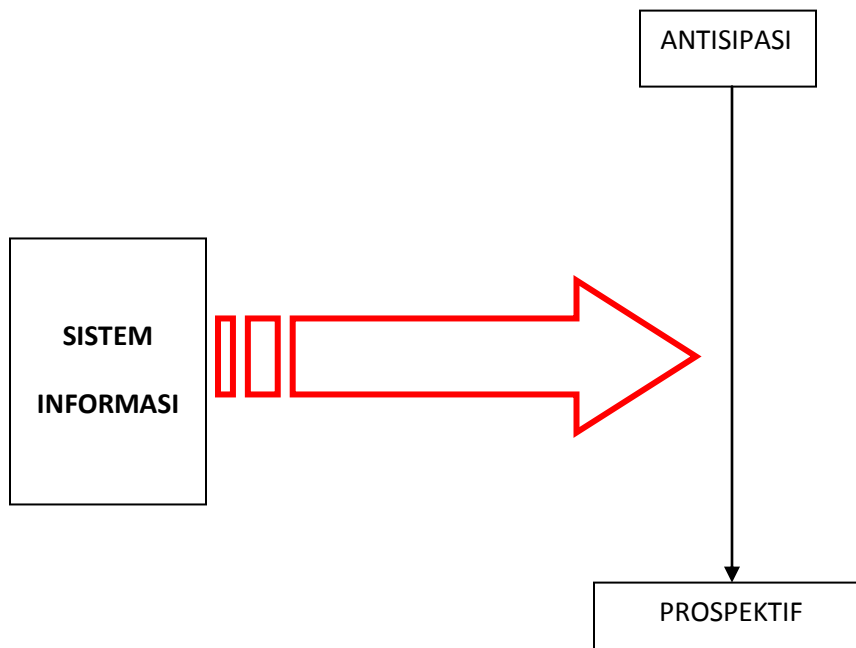
PENGANTAR

ASSALAMU'ALAIKUM WR. WB.

Kondisi pemasaran yang dinamis memerlukan:

- 1) Pemasaran yang mengacu kelas dunia;
- 2) kearifan lokal yang ada,

dengan melakukan:



SEMOGA akan membantu berbagai pihak yang berkepentingan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga akan memberikan manfaat dan dapat dilkebangkan lebih lanjut.

Jakarta, 10 November 2012

Penulis

DAFTAR ISI

1. Pemasaran Rumah Sakit Kelas Dunia	5
2. Prediksi Rumah Sakit sampai 2050	21
3. Kesehatan berbasis Pariwisata	26
4. Kesehatan para Manula	39
5. Mencegah Penyalahgunaan Asuransi Kesehatan	48
6. Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Rumah Sakit	57
7. Persaingan Rumah Sakit	69
8. Penelitian dan Pengembangan Berkelanjutan	81
9. Peningkatan Daya Saing	98

DAFTAR GAMBAR

NO	ISI	HALAMAN
1-1	Komponen Pemasaran	7
1-1a	Pemasaran Kelas Dunia	8
1-1b	Implementasi Program	9
1-2	Pengalaman Singapura	10
1-3	<i>CRM Evolution</i>	11
2-1	Katagori Perubahan	22
2-2	Variasi Layanan Kesehatan	23
2-3	<i>Trend Alat Kesehatan</i>	24
3-1	<i>Medical Service Provider</i>	30
3-2	Pedoman Pasien	31
3-3	Strategi Pemasaran	34
3-4	Pemasaran Spesifik	35
3-5	Perjalanan Pasien	37
3-6	Sumber Informasi	37
4-1	Umur dan Penyakit	40
5-1	Informasi Pemasaran	50
6-1	Reputasi dan Keberhasilan internasional	61
6-2	Hubungan Psien dengan Rumah Sakit	62
6-3	Contoh Isi Katalog	63
6-4	Organisasi Pemasaran-1	64
6-5	Organisasi Pemasaran-2	65
6-6	Pengembangan Sistem Informasi	66
7-1	Rincian Aspek Kompetisi	72
7-2	Komponen Kompetisi	76
8-1	Kerangka Konsep	85
8-2	Pengembangan Berkelanjutan	95
8-3	Pengembangan Berkesinambungan	96
9-1	Daya Saing	100
9-2	Proses Peningkatan Daya Saing	102

DAFTAR TABEL

NO	ISI	HALAMAN
5-1	Area Kemungkinan Penyalahgunaan	49
5-2	Area Karakteristik Pasien	51
5-3	Area Penghaematan Biaya	52
5-4	Area Perusahaan Asuransi	53
5-5	Area Paket Layanan	54
7-1	Aspek Kompetisi	71
7-2	Kelompok Komponen Kompetisi	74
7-3	Pola Kerangka Kerja	75
7-4	Kebijakan Investasi	77
7-5	Strategi Kualitas	79