**STRATEGI MODEL KERJASAMA LAYANAN PEMBIAYAAN KESEHATAN ANTARA PASIEN DENGAN RUMAH SAKIT DALAM UPAYA MEMBERIKAN KEPUASAN KEPADA PASIEN**

**ARTIKEL**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Sidang untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis Pemasaran**

**OLEH :**

**I MADE GUGUS ARSANA WIRAWAN**

**168 020 009**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCA SARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2017**

**STRATEGI MODEL KERJASAMA LAYANAN PEMBIAYAAN KESEHATAN ANTARA PASIEN DENGAN RUMAH SAKIT DALAM UPAYA MEMBERIKAN KEPUASAN KEPADA PASIEN**

**I Made Gugus Arsana Wirawan**

Program Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis Pemasaran

([imgawirawan@gmail.com](mailto:imgawirawan@gmail.com))

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untukmencari dan membuat mekanisme model kerjasama layanan pembiayaan kesehatan yang tepat antara pasien dengan rumah sakit dalam upaya memberikan kepuasan kepada pasien.

Model kerjasama inimerupakan suatu strategi pemasaran rumah sakit untuk memenangkan persaingan dan meraih pangsa pasar. Kepuasan pasienyang merupakan tujuan dari penelitian ini, akan timbul bila kenikmatan yang diperolehnya melebihi harapannya.

Masihbanyakpasien yangtidak mampu membiayai biaya layanan kesehatan diterimanya.Karena hal tersebut di atas, maka Rumah Sakit Cibitung Medika mencoba mencari formulasi yang tepat untuk mengatasi kekurangmampuan pasiendalam membiayai layanan kesehatannya. Formulasi tersebut berupa mekanisme model kerjasama layanan pembiayaan kesehatan yang dibuat dengan cara memadukan hasil analisafaktor internal dan faktor eksternal rumah sakitdengan hasil analisa perilaku pasien. Perpaduan ke tiga unsur-unsur ini diharapkan dapat melahirkan suatu mekanisme model kerja sama layanan pembiayaan kesehatan yang tepat sehingga memberikan kepuasan pasien dan rumah sakit.

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to create a mechanism for the collaboration model of appropriate health financing services between patients and hospitals in an effort to provide satisfaction to patients.

This collaboration model is a marketing strategy for to win the competition and gain a large market share. Patient satisfaction will arise if the enjoyment gained exceeds expectations.

There are still many patients inability to finance health services that must be undertaken. Indeed, Cibitung Medika Hospital is looking for solutions to overcome the inability of patients to pay for their health services. The formulation is in the form of an appropriate health financing collaboration model mechanism created by combining internal and external factor Cibitung Medika hospital and with patient behavior analysis. The combination of these three elements is expected to give birth to a mechanism of cooperation model of health financing services that is right so as to provide patient and hospital satisfaction.

**DAFTAR PUSTAKA**

Flint, D. J, Woodruff, R,B, dan Gardial, S. F, 1997. Costumer Value Change in Industrial Marketing Relationship: A Call for New Strategies Research. Journal of Business Research, 26(2), 163-176

George B Terry, 1968, Principles of Management

Gronroos, C. 1995, Relationship Marketing: Strategy Continuum. Journal of the Academy of Marketing Science, 23, 252-254

Jonathan Sarwono dan Tutty Martadireja, 2008, Riset Bisnis : Untuk Pengambilan Keputusan. Bandung

Kotler, P dan Keller, K. L 2011, Marketing Management 13th Edition Pearson-Prentice Hall, New Jersey

Konovsky , M.A., & Pugh, S. D. 1994 Citizenship Behavior and Social Exchange. Academy Management Journal, 37 (3) 656-669

Lofland dan Moleong, 2000. Metode Penelitian Kualitatif

Michael Porter, 1980, Compettitive Strategy : Techniques for Analizes Industries and Competitors

Moh Nazir, 2011. Metode Penelitian

Nur Rianto, M., 2015, Pengantar Ekonomi Syariah., Bandung, Hal 391-409

Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, 2014, Metodologi Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran, edisi revisi, Bandung

Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatifdan R&D

Thomas,L. Wheelen and J. David Hunger, 2000, Strategic Management, 16th edition, Florida