

## 1.LAMPIRAN

### 1.1 Interview Guide (Pihak Penanggungjawab Healthy Life Center)

**Nama** : Kidung Ageng, S.Kom, MSc., PMP

**Umur** : 31 tahun

**Jenis Kelamin** : Pria

**Jabatan** : Manager Marketing and Sales

#### 1. Mengidentifikasi target audiens

- a. Apakah sebelum kegiatan promosi Rumah Sakit “JIH” khususnya Departemen Marketing & Sales Rumah Sakit “JIH” melakukan identifikasi terhadap target audiens?

*Ya, kami melakukan identifikasi terlebih dahulu. Hal tersebut sudah menjadi SOP kami ketika hendak melaksanakan atau mengeluarkan sebuah promosi maupun meluncurkan sebuah produk. Apalagi hal ini berkaitan peluncuran dan pemasaran produk yang menjadi unggulan dari RS JIH.*

- b. Mengapa? Jika menggunakan identifikasi, metode seperti apa yang dilakukan sebelum melakukan identifikasi target audiens?

*Karena dengan adanya identifikasi tersebut, kegiatan pemasaran atau aktivitas selanjutnya dapat lebih terarah dan tepat sasaran.*

*Tentunya hal tersebut akan meningkatkan efektifitas kerja dan efisiensi biaya. Metode yang dipergunakan adalah melakukan klasifikasi segmentasi, positioning, dan targeting ini dengan menggunakan FGD/interview dengan dokter pelaksana yang sudah mempunyai pengalaman terhadap produk yang diluncurkan dalam hal ini HLC.*

- c. *Bagaimana cara Rumah Sakit “JIH” khususnya Departemen Marketing & Sales Rumah Sakit “JIH” melakukan identifikasi terhadap target audiens? Metode yang dilakukan adalah penyesuaian nilai dan jenis produk dengan kebutuhan dari calon pasien/pengguna. Hal yang pertama kami lakukan adalah berkoordinasi dengan medis baik dokter maupun manajemen terkait produk yang dimaksud, kemudian kami mencoba mencari dan menelusuri pasar / audiens yang memiliki perilaku serupa. Selain itu, kami juga mencoba melakukan pengenalan terhadap audiens yang menggunakan layanan tersebut (serupa HLC) yang ada di tempat lain. Adapun secara umum audiens yang disasar adalah usia diatas 30 tahun hingga 55 tahun, SES A dan B, berlokasi di Jogja dan sekitarnya atau yang bisa direct flight ke jogja, dan berlaku baik yang untuk pasien eksisting maupun pasien baru JIH.*

## 2. Perencanaan Promosi

- a. Bagaimana proses merencanakan strategi promosi dalam memperkenalkan Healthy Life Center?

*HLC kami bagi dalam beberapa tahap promosi yaitu, pengenalan awal produk, perbaikan di internal kami, pematangan, peluncuran secara besar, promosi besar – besaran kemudian berlanjut ke program loyalty. Promosinyapun dibagi menjadi beberapa tahap, pertama ke brand awareness, kemudian baru berlanjut ke sales dan retention. Tahapan ini kami diskusikan secara matang dengan pemilik produk yaitu medis, sehingga apa yang akan disampaikan kepada masyarakat / audiens dapat tepat sesuai dengan yang disediakan JIH dan yang menjadi kebutuhan audiens.*

- b. Bagaimana perencanaan dari promosi tersebut?

*Hasil diskusi yang disebut diatas dituangkan dalam dokumen yang berisikan program kerja dan promosi beserta unit yang terkait termasuk timeline yang diperlukan untuk mengerjakan promosi – promosi tersebut. Selain itu, media promosi yang digunakan, termasuk target – target yang ditetapkan juga masuk dalam proses perencanaan.*

- c. Apakah ada hambatan-hambatan yang ditemui dalam proses promosi?

*Biasanya yang terjadi adalah hambatan birokrasi dari departemen pendukung, misalnya dari keuangan terkait diskon, dari IT terkait system paket yang tersedia, dan lain lain.*

- d. Dalam merencanakan promosi, apakah sudah sesuai dengan target?

*Promosi sudah berjalan sesuai rencana baik dari segi waktu dan biaya. Akan tetapi hambatan kadang muncul pada unit HLC sebagai unit yang memberikan layanan kesehatan tersebut karena terkadang ada beberapa layanan yang masih bergantung kepada unit lain yaitu unit penunjang. Sehingga keekklusifitasan HLC belum terlalu terasa.*

- e. Apakah ada peran dari pihak lain selain Departemen Sales dan Marketing Rumah Sakit “JIH”?

*Tentu saja. Yang paling berperan adalah pemilik produk itu sendiri yaitu departemen medis. Selain itu ada departemen keuangan yang mengatur diskon dan harga barang promosi, IT yang menyiapkan system yang langsung mengatur paket yang diambil, dan beberapa departemen yang lain.*

### 3. Menentukan Tujuan Promosi

- a. Bagaimana menentukan tujuan promosi sebelum melakukan kegiatan promosi?

*Tujuan promosi ditentukan mengacu pada kebutuhan rencana kerja dari para pemilik produk, yang pasti, hasil akhirnya harus bermuara di peningkatan pengunjung HLC. Hasil dari perencanaan diawal tadi akan dimonitor progressnya menyesuaikan dengan tujuan yang ditetapkan.*

- b. Apakah ada metode yang digunakan dalam menentukan tujuan promosi?

*Metode promosi yang digunakan sesuai dengan tahapan produk yang dipromosikan. Apabila HLC ini dalam tahap (brand awareness) belum dikenal secara general, maka promosi secara luas/masal dibutuhkan untuk brand awareness. Sedangkan apabila sudah cukup dan sudah di brand recognition maka akan menuju ke detail paket yang disediakan, sehingga promosi penjualan juga akan disesuaikan dan targetnya akan lebih spesifik lagi.*

- c. Mengapa memilih metode tersebut?

*Karena metode tersebut dilayanan kesehatan dirasa cukup efektif. Hampir sama seperti pola pemasaran produk yang lain, akan tetapi di kesehatan kita tidak bisa dengan mudah untuk melakukan konversi ke penjualan.*

#### 4. Merancang Pesan Promosi

- a. Bagaimana Departemen Sales dan Marketing Rumah Sakit “JIH” dalam merancang pesan promosi?

*Pesan promosi disesuaikan dengan kebutuhan pasien dengan layanan apa yang disediakan oleh rumah sakit. Bentuk dan isinyapun menyesuaikan dengan metode yang dipergunakan. Akan tetapi memang semua pesan bersifat soft selling. Hard selling atau yang muncul harga detail hanya di website dan brosur yang tercetak.*

- b. Jika menggunakan metode pesan promosi, metode apa yang digunakan?

*Pesan promosi kami pergunakan hampir di semua media promosi yang tersedia. Untuk HLC, semua channel baik online maupun offline, baik ATL maupun BTL serempak untuk mendukung program HLC tersebut.*

- c. Apakah ditemukan kendala dalam merancang pesan promosi?

*Sebagian besar kendala muncul karena konsep yang diinginkan dan dirancang oleh pihak marketing dengan menyesuaikan audiens dan trend terbaru sulit untuk mendapatkan persetujuan dari pihak – pihak yang lebih senior dikarenakan masih agak berbedanya visi terkait HLC.*

- d. Apakah isi pesan promosi tersebut?

*Isi pesan promosi tersebut lebih diarahkan kepada pesan – pesan terkait gaya hidup sehat, memiliki kualitas hidup yang lebih baik, dan lebih kearah himbauan untuk mengenali kondisi tubuh secara dini supaya dapat menentukan gaya hidup yang pas dan lebih baik.*

## 5. Mengukur Hasil Promosi

- a. Bagaimana cara Departemen Sales dan Marketing Rumah Sakit “JIH” dalam mengukur hasil promosi?

*Untuk saat ini kami masih kesulitan mengukur promosi dikarenakan ketika melakukan promosi hamper beberapa hal dilakukan secara serempak, sehingga sulit untuk mengukur efektivitas dari masing – masing channel.*

- b. Metode apa yang digunakan Departemen Sales dan Marketing Rumah Sakit “JIH” mengukur hasil promosi?

*Selama ini yang kami lakukan adalah melakukan survey singkat kepada pelanggan HLC untuk mendapatkan feedback terkait promosi yang digunakan. Baik apa yang kami lakukan di internal maupun di eksternal. Selain itu penggunaan voucher – voucher juga menjadi parameter untuk menentukan mana yang lebih efektif.*

- c. Mengapa memilih menggunakan metode tersebut?

*Metode tersebut dirasa tepat sasaran dan dapat memberikan gambaran feedback langsung dari para audiens yang datang ke HLC yang sudah terpapar dari media promosi JIH.*

- d. Setelah melakukan promosi, apakah ada peningkatan dalam kunjungan ke Healthy Life Center?

*Untuk peningkatan sudah ada, akan tetapi masih belum cukup signifikan sesuai dengan yang diharapkan. Masih banyak audiens yang terhalang dari harga paket yang belum sesuai dengan kebutuhan dan daya beli mereka.*

6. Menentukan media promosi

- a. Media promosi apa yang digunakan Departemen Sales dan Marketing Rumah Sakit “JIH”?

*Mayoritas media promosi yang ada sudah dipergunakan. Baik online maupun offline, baik ATL – BTL – TTL, maupun internal dan eksternal.*

- b. Mengapa memilih menggunakan media tersebut? Alasan?

*Secara mayoritas untuk 1 produk tersebut media umum yang tersedia kami pergunakan. Akan tetapi memang menyesuaikan lokasi, waktu, dan bentuk promosi yang premium dan sesuai dengan pangsa pasar HLC.*

- c. Bagaimana pengaruh dari media tersebut?

*Media – media tersebut memang kami gunakan untuk memborbardir audiens di sekitar JIH mengenai HLC supaya tingkat brand awareness dapat meningkat dengan cepat.*

- d. Bentuk media periklanan apa saja yang digunakan dalam melakukan promosi?

*Hampir semua media periklanan umum yang tersedia kami gunakan dalam melakukan promosi HLC. Setelah hal tersebut dilakukan, baru kami evaluasi media mana yang lebih efektif dan yang akan kami lanjutkan kedepannya.*

## 7. Evaluasi Promosi

- a. Bagaimana cara mengevaluasi promosi yang telah dilaksanakan?

*Evaluasi dilakukan dengan cara melakukan penelitian baik kepada audiens maupun kepada pelaksana dan kepada internal RS JIH. Dari beberapa pihak tersebut, dapat disimpulkan dan dihitung apakah promosi yang dilakukan sudah tepat dan sesuai dengan tujuan – kebutuhan atau belum.*

## 1.2 Interview Guide (Dokter Healthy Life Center)

**Nama** : dr. Martian Filosofia

**Umur** : 28 Tahun

**Jenis Kelamin** : Perempuan

**Jabatan** : dr Penanggungjawab Healthy Life Center

1. Apa yang anda ketahui tentang Healthy Life Center?

*HLC merupakan konsep pelayanan kesehatan terpadu yang mengusung tema wellness center, dimana pelayanan kesehatannya dilayani dengan kompeherensif didukung dengan alat-alat yang lengkap dengan petugas medis yang berkompeten dibidangnya*

2. Sudah berapa lama anda menjadi dokter di Healthy Life Center?

*2 tahun sejak HLC akan dibentuk*

3. Apakah ada perbedaan pelayanan di Healthy Life Center dengan pelayanan rumah sakit “JIH” yang biasa?

*Ya jelas terdapat perbedaan dari segi pelayanan yang bersifat promotive dan preventif (pencegahan) deteksi sejak dini karena untuk screening awal untuk keluhan apa yang ada ditubuh, sedangkan yang di poli biasanya pasien sudah dengan keluhan namun jika di HLC biasanya pasien datang karena ingin mengetahui ada keluhan apa didalam tubuh.*

4. Bagaimana perbedaan menjadi dokter di Healthy Life Center dan dokter di pelayanan rumah sakit “JIH” yang biasa?

*Dokter di Healthy Life Center memiliki tantangan tersendiri karena harus memberi pengetahuan secara lebih mendalam sampai pasien tersebut paham dan puas dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan. Nah, kalau di pelayanan rumah sakit "JIH" yang biasa pasien tidak terlalu bertanya lebih dalam memang ada sebagian namun selama ini saya hanya menjumpai sedikit sekali.*

5. Menurut anda apakah pelayanan di Healthy Life Center sudah memenuhi kualifikasi dan target? Sebutkan alasan anda!

*Sudah memenuhi target karena pasien sudah mulai berdatangan setelah dilaksanakannya lauching untuk melaksanakan MCU.*

6. Apakah ada pasien yang memberikan kritik terhadap pelayanan yang ada di Healthy Life Center? Sebutkan!

*Pasti ada, karena pasien memiliki sifat dan karakter berbeda dengan studi kasus saat pasien ramai pasien merasa pelayanannya menjadi lama atau pasien perusahaan yang sudah memiliki item pemeriksaan namun merasa kurang dan tidak bisa dipenuhi maka pasien tsb kritik*

7. Apakah ada cara khusus untuk pelayanan pasien di Healthy Life Center? Sebutkan!

*Pelayanan ekstra karena banyak menjelaskan sesuai paket dan menjelaskan satu persatu dan pada saat pemeriksaan kita harus mengarange waktu agar waktu menjadi efisien*

8. Menurut anda apakah pelayanan Healthy Life Center sudah sesuai dengan Tagline nya yaitu *Premium wellness*?

*Sudah sesuai, karena hlc sudah menyajikan dari segi alat sudah mencukupi dan dokter sudah kompeten sesuai dengan bidangnya masing-masing dan Premium nya itu yaitu tempat yang nyaman untuk pasien dan memiliki ruang tunggu vip dan itu salah satu cara untuk menuju Premium wellness.*

9. Menurut anda apakah media promosi yang digunakan Departemen Marketing dan Sales Rumah Sakit “JIH” sudah efektif?

*Sudah efektif karena mereka sudah melaksanakan media promosi di media social dan pada saat grandlaunching merupakan salah satu cara dept marketing dalam melakukan promosi dan melakukan promo-promo berbentuk voucher. Namun dengan banyaknya populasi sehingga dibutuhkan ekstra untuk promosi*

10. Menurut anda apakah pasien Healthy Life Center puas dengan pelayanan yang ada di Healthy Life Center?

*Kriteria puas ketika pasien tidak banyak komplain serta perbandingan antara kritik dan tidak itu sedikit sekali. Rate 1-10 itu adalah 8 tingkat kepuasannya.*

### **1.3 Interview Guide (Pasien Healthy Life Center)**

**Nama** : H  
**Umur** : 35  
**Alamat** : Condong Catur  
**Pekerjaan** : Wiraswasta

1. Apa yang anda ketahui tentang Healthy Life Center?

*Suatu fasilitas kesehatan yang diberikan pada suatu tempat karena dalam satu tempat bisa secara lengkap untuk melakukan pemeriksaan.*

2. Darimana anda mengetahui tentang Healthy Life Center?

*Brosur, promosi*

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang pelayanan Healthy Life Center?

*Saya tahu sudah dari tahun 2018*

4. Seberapa sering anda menggunakan pelayanan Healthy Life Center?

*Sudah 5x menggunakan karena setiap tahun kembali*

5. Bagaimana pandangan anda tentang Healthy Life Center?

*Sangat bagus, karena pelayanan sudah premium pasien menjadi nyaman karena tidak perlu pergi dari poli satu ke poli berikutnya*

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Healthy Life Center?

*Pelayanan premium, alat yang digunakan lengkap serta memiliki Preferred Lounge (ruang tunggu khusus) jadi sangat merasa nyaman*

7. Pelayanan apakah yang menjadi bagian favorit anda di Healthy Life Center?

*Ruang tunggu (khusus), layanan lebih lengkap serta alat*

8. Apakah Pelayanan di Healthy Life Center memuaskan?

*Sangat memuaskan*

9. Apakah anda akan kembali lagi untuk mendapatkan pelayanan tersebut?

*Iya pasti, dalam waktu setahun*

10. Apakah ada pelayanan seperti Healthy Life Center yang anda ketahui?

*Tidak ada, namun yang saya ketahui hanya MCU biasa*

#### **1.4 Interview Guide (Pasien Healthy Life Center)**

**Nama** : C

**Umur** : -

**Alamat** : -

**Pekerjaan** : -

1. Apa yang anda ketahui tentang Healthy Life Center?

*Pemeriksaan kesehatan yang ada di Rumah Sakit "JIH" dengan tempat tersendiri dan memiliki private sendiri.*

2. Darimana anda mengetahui tentang Healthy Life Center?

*Media sosial Instagram dan Brosur dan Baliho.*

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang pelayanan Healthy Life Center?

*Awal tahun 2018.*

4. Seberapa sering anda menggunakan pelayanan Healthy Life Center?

*Baru pertama kali coba sekarang.*

5. Bagaimana pandangan anda tentang Healthy Life Center?

*Dari awal masuk pendaftaran saya sudah merasakan nyaman karena mas dan mbanya sangat ramah dan menjelaskan dengan baik jadi saya paham tetapi untuk pemeriksaan saya belum terlalu paham karena saya baru akan melaksanakan pemeriksaan tetapi yang saya ketahui itu sangat bagus.*

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Healthy Life Center?

*Isi dalam brosur yang menyebutkan adanya alat premium yang digunakan dan private lounge. Saya suka dengan hal-hal yang berbaur premium karena bagi saya ada harga ada hasil*

7. Pelayanan apakah yang menjadi bagian favorit anda di Healthy Life Center?

*Alat-alat premium dan modern, Private lounge*

8. Apakah Pelayanan di Healthy Life Center memuaskan?

*Ya pasti sangat memuaskan*

9. Apakah anda akan kembali lagi untuk mendapatkan pelayanan tersebut?

*Pasti, pasti saya akan kembali karena saya akan melakukan pengecekan kesehatan rutin disini*

10. Apakah ada pelayanan seperti Healthy Life Center yang anda ketahui?

*Setau saya tidak ada.*

### 1.5 Interview Guide (Pasien Healthy Life Center)

**Nama** : L

**Umur** : 55

**Alamat** : -

**Pekerjaan** : -

1. Apa yang anda ketahui tentang Healthy Life Center?

*Tempat pemeriksaan kesehatan dengan pelayanan premium*

2. Darimana anda mengetahui tentang Healthy Life Center?

*Sering ke JIH jadinya saya sering lihat Healthy Life Center terus penasaran jadinya saya cobain datang dan tanya-tanya.*

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang pelayanan Healthy Life Center?

*Awal dibukanya Healthy Life Center.*

4. Seberapa sering anda menggunakan pelayanan Healthy Life Center?

*Sudah 3x saya melakukan pemeriksaan disini*

5. Bagaimana pandangan anda tentang Healthy Life Center?

*Saya sangat senang berada di Healthy Life Center karena pelayanannya sangat-sangat membuat saya betah. Tapi, karena saya memang hobbi ke JIH jadinya saya percaya kalau pelayanan yang ada di JIH itu semuanya memuaskan.*

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Healthy Life Center?

*Iklan yang ada di brosur yang membuat saya tertarik, setelah saya datangin ternyata memang benar pelayanan disini sesuai.*

7. Pelayanan apakah yang menjadi bagian favorit anda di Healthy Life Center?

*Private Lounge*

8. Apakah Pelayanan di Healthy Life Center memuaskan?

*Sangat-sangat memuaskan.*

9. Apakah anda akan kembali lagi untuk mendapatkan pelayanan tersebut?

*Tentunya saya kembali inikan saya sudah 3x kesini, heheh.*

10. Apakah ada pelayanan seperti Healthy Life Center yang anda ketahui?

*Tidak, saya tidak tau.*

## **1.6 Interview Guide (Pasien Healthy Life Center)**

**Nama** : R

**Umur** : 35

**Alamat** : -

**Pekerjaan** : -

1. Apa yang anda ketahui tentang Healthy Life Center?

*Pelayanan kesehatan dengan alat yang premium di rumah sakit JIH.*

2. Darimana anda mengetahui tentang Healthy Life Center?

*Saya sebenarnya sudah sering ke rumah sakit "JIH" jadinya saya sering lihat tempat ini terus saya lihat brosur tentang Healthy Life Center ini jadi saya penasaran terus saya coba kesini.*

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang pelayanan Healthy Life Center?

*Sejak awal berdirinya Healthy Life Center.*

4. Seberapa sering anda menggunakan pelayanan Healthy Life Center?

*Sudah 5x saya melakukan pemeriksaan disini dan ini sudah ke 6x nya*

5. Bagaimana pandangan anda tentang Healthy Life Center?

*Healthy Life Center menurut saya merupakan tempat pelayanan kesehatan yang sangat nyaman di dukung oleh fasilitas-fasilitas kesehatan yang modern dan pelayan kesehatan kayak dokter, suster dan receptionist nya ramah-ramah.*

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Healthy Life Center?

*Alat-alat dan tempat Private makanya saya suka banget disini.*

7. Pelayanan apakah yang menjadi bagian favorit anda di Healthy Life Center?

*Private Lounge dan Alat-alat kesehatan.*

8. Apakah Pelayanan di Healthy Life Center memuaskan?

*Sangat memuaskan.*

9. Apakah anda akan kembali lagi untuk mendapatkan pelayanan tersebut?

*Iya jelas dong saya pasti akan kembali kesini mba saya senang disini.*

10. Apakah ada pelayanan seperti Healthy Life Center yang anda ketahui?

*Saya tidak tau.*

### 1.7 Interview Guide (Pasien Healthy Life Center)

**Nama** : S

**Umur** : -

**Alamat** : -

**Pekerjaan** : -

1. Apa yang anda ketahui tentang Healthy Life Center?

*Tempat pemeriksaan kesehatan yang berbeda dari rumah sakit lainnya karena setau saya tidak ada tempat layanan kesehatan seperti ini.*

2. Darimana anda mengetahui tentang Healthy Life Center?

*Saya lihat di instagram terus saya tertarik dengan Healthy Life Center ini.*

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang pelayanan Healthy Life Center?

*Bulan September 2018*

4. Seberapa sering anda menggunakan pelayanan Healthy Life Center?

*Sudah 3x saya meriksa kesehatan disini*

5. Bagaimana pandangan anda tentang Healthy Life Center?

*Tempat pelayanan kesehatan dengan fasilitas-fasilitas yang modern dan dokter, perawat nya juga mendukung. Top banget pokoknya mba.*

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Healthy Life Center?

*Alat-alat modern yang saya belum pernah dengar*

7. Pelayanan apakah yang menjadi bagian favorit anda di Healthy Life Center?

*Alat-alat kesehatan yang modern*

8. Apakah Pelayanan di Healthy Life Center memuaskan?

*Terlalu memuaskan mba saya suka*

9. Apakah anda akan kembali lagi untuk mendapatkan pelayanan tersebut?

*Pasti saya akan kembali lagi.*

10. Apakah ada pelayanan seperti Healthy Life Center yang anda ketahui?

*Engga tau mba, saya gapernah dengar.*