

ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN RUMAH SAKIT QADR BERBASIS WEB

Nani Yunani¹, Gusti Nyoman Budiadnyana², Aminul Fitri³

ABSTACK

The main gate of a success of a company depends on the marketing. One part of the marketing effort is the promotion on the general public. Application of marketing using the web expected to help the marketing department marketing service an hospital facilities to prospective patients. The method used to gather information and present the analysis of the results of research using the research approach. The strategy to observe, collect information for the study presents an analysis of the quality approach. The method to be used is designer object-oriented methods using UML (Unified modelling Language). Method development using SDLC. We make web based marketing system in expected to facilitate the public to get information quickly an accurately about service, facilities and promotions that there are hospital Qadr. In addition, people can also convey its aspirations to hospital Qadr quickly and easily.

Keywords : Marketing, Web Based, Services.

ABSTAK

Gerbang utama sebuah kesuksesan sebuah perusahaan tergantung pada bagian pemasaran. Salah satu usaha bagian pemasaran adalah melakukan promosi kepada masyarakat luas. Penerapan pemasaran menggunakan *web* diharapkan akan membantu bagian pemasaran memasarkan jasa pelayanan dan fasilitas rumah sakit kepada calon pasien. Metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan menyajikan analisa hasil penelitian menggunakan pendekatan penelitian. Adapun strategi untuk mengamati mengumpulkan informasi untuk menyajikan analisis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif. Metode perancangan yang akan digunakan adalah metode perancangan berorientasi objek dengan menggunakan UML (*Unified modelling Language*). Metode pengembangan menggunakan metode SDLC. Dengan dibuatnya sistem pemasaran berbasis *web* diharapkan akan mempermudah masyarakat mendapatkan informasi yang cepat, tepat dan akurat tentang jasa pelayanan, fasilitas serta promosi-promosi yang ada di rumah sakit Qadr. Selain itu masyarakat juga dapat menyalurkan aspirasinya kepada rumah sakit dengan cepat dan mudah.

Kata kunci: Pemasaran, Berbasis Web, Jasa pelayanan

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran pada sebuah perusahaan atau instansi merupakan gerbang utama untuk meraih kesuksesan. Dewasa ini telah banyak para pengguna teknologi menggunakan *web* untuk dijadikan sarana untuk promosi dan melakukan transaksi. Saat ini sistem pemasaran di rumah sakit

Qadr masih bersifat konvensional, pemasaran dilakukan hanya dengan menggunakan media spanduk, *lifeleat*, dan promosi lisan.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas maka penulis tertarik untuk menganalisa permasalahan yang ada dan mencari solusinya terutama pada bagian pemasaran rumah sakit Qadr, agar rumah

sakit Qadr lebih dikenal di segala lapisan masyarakat baik perusahaan/instansi atau asuransi. Bagi perusahaan/instansi atau asuransi akan lebih mudah bila ingin mencari informasi dan melakukan kerjasama dengan pihak rumah sakit Qadr. Bagi bagian pemasaran sendiripun akan lebih mudah dalam melakukan promosi-promosi kepada masyarakat, perusahaan/instansi atau asuransi. Bagian pemasaran lebih mudah melakukan kerjasama terhadap perusahaan/instansi atau asuransi yang ingin bekerjasama dengan rumah sakit Qadr. Bagian pemasaran tidak perlu lagi menyebarkan *lifeleat* kepada masyarakat dengan demikian biaya dan waktu yang diperlukan untuk melakukan promosi bisa lebih ditekan dengan menggunakan fasilitas promosi menggunakan *web*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Rumah Sakit Qadr Berbasis *Web*”.

1.2. Identifikasi Masalah.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas dapat diidentifikasi masalah sebagaiberikut :

1. Menurutny jumlah kunjungan pasien di rumah sakit Qadr.
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang rumah sakit Qadr.

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Sebelum membahas lebih lanjut tentang sistem informasi pemasaran rumah sakit Qadr berbasis *web*, penulis akan membatasi masalah tersebut meliputi:

1. Proses promosi.
2. Proses komunikasi dengan pengguna pelayanan.
3. Proses kerjasama dengan perusahaan/instansi atau asuransi.

1.4 Perumusan Masalah

Saat ini bagian pemasaran rumah sakit Qadr masih mengandalkan sistem konvensional. Sehubungan dengan itu maka penulis merumuskan beberapa masalah diantaranya:

1. Bagaimana memperkenalkan rumah sakit Qadr pada semua lapisan masyarakat ?
2. Bagaimana menjalin kerjasama antara rumah sakit Qadr dengan perusahaan/instansi atau asuransi ?
3. Bagaimana pasien/calon pasien menuangkan kritik/sarannya sebagai acuan rumah sakit untuk memperbaiki pelayan dan menciptakan promosi produk jasa pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan calon pasien dan fasilitas yang dimiliki rumah sakit untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien di rumah sakit Qadr ?

2. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan menyajikan analisa hasil penelitian menggunakan pendekatan penelitian. Adapun strategi untuk mengamati mengumpulkan informasi untuk menyajikan analisis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu strategi penelitian yang lebih banyak memanfaatkan dan mengumpulkan informasi dengan cara memahami fenomena (kejadian) yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1. Teknik wawancara. Yaitu melakukan wawancara langsung dengan bagian pemasaran dan bagian lain yang terkait untuk memperoleh informasi tentang sistem yang berjalan pada rumah sakit Qadr sesuai dengan tujuan penelitian dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan

yang berhubungan dengan penyusunan skripsi. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan sistem yang akan dibuat agar dapat menghasilkan sistem yang lebih baik dari sistem sebelumnya.

2. Teknik observasi yaitu suatu bentuk metode riset yang menggunakan proses pengamatan objek atau suatu permasalahan penelitian secara langsung di dunia nyata yang berhubungan dengan topik pembahasan, penulis dapat mengadakan peninjauan langsung dan mengamati proses kerja sehingga mendapatkan informasi yang jelas mengenai permasalahan atau penggunaan sistem yang sedang berjalan.
3. Study pustaka yaitu suatu bentuk riset yang menggunakan proses pencarian data dengan cara mencari, membaca buku dan mengolah isi dari beberapa referensi buku yang dapat dijadikan tujuan dalam pencarian data. Data yang diperoleh dari studi pustaka inilah yang disebut dengan data sekunder, tujuan dari data sekunder ini adalah sebagai landasan teori untuk menganalisa pemecahan masalah di dalam skripsi ini.

3. Pembahasan

3.1 Skenario Sistem Yang Berjalan

Adapun tahapan-tahapan sistem berjalan saat ini yang dilakukan oleh pemasaran rumah sakit Qadr adalah sebagai berikut :

- a) Membuat produk unggulan.
Pada tahapan ini bagian pemasaran menentukan beberapa produk yang dapat diunggulkan dan dapat dijadikan andalan bagi rumah sakit Qadr untuk dapat meningkatkan kunjungan pasien.
- b) Menentukan sasaran produk.

Pada tahapan ini bagian pemasaran menentukan sasaran yang tepat untuk melakukan pemasaran apakah untuk kalangan masyarakat, perusahaan atau untuk kegiatan sosial..

- c) Menentukan tempat penyelenggaraan / promosi.
Setelah sasaran ditentukan bagian pemasaran menentukan tempat yang tepat untuk melakukan promosi produk tersebut.
- d) Menentukan promosi yang tepat.
Setelah produk, sasaran dan tempat ditentukan kemudian bagian pemasaran menentukan bentuk promosi yang tepat apakah dengan mengunjungi langsung atau hanya dengan menyebarkan *lifeleat* atau brosur saja.
- e) Pertimbangan harga / tarif.
Setelah semua ditentukan kemudian bagian pemasaran menentukan harga atau tarif dari produk tersebut.

Sedangkan proses pemasaran yang dilakukan saat ini adalah sebagai berikut:

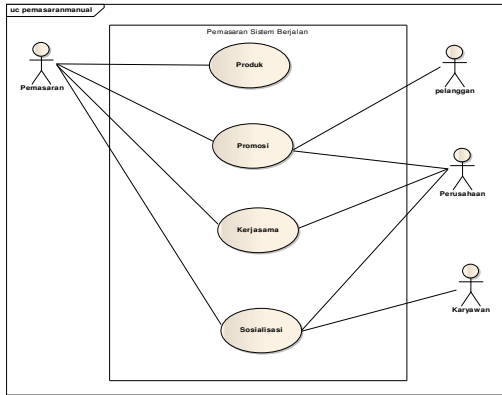
a. *Internal*

- Sosialisasi perusahaan-perusahaan dan suransi yang baru bergabung.
- Sosialisasi aturan-aturan baru dari perusahaan dan asuransi.
- Sosialisasi tarif baru
- Sosialisasi kepuasan pasien

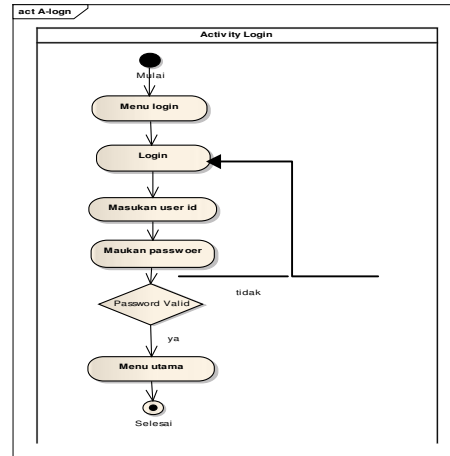
b. *External*

- Kunjungan ke perusahaan dan asuransi
- Kunjungan ke klinik-klinik
- Kunjungan ke puskesmas-puskesmas
- MCU perusahaan
- Pelatihan ketrampilan BHD dan P3K
- Kegiatan sosial kesehatan

3.2. *Use Case Diagram* Sistem Yang Berjalan

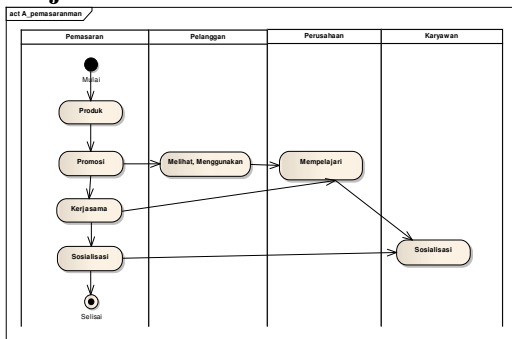


GAMBAR 3.1 Use case diagram sistem berjalan



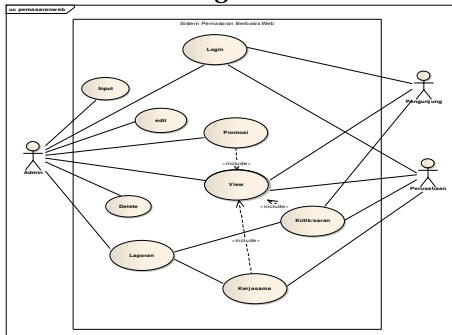
GAMBAR 4.5 Activity Diagram Login Sistem Usulan

3.3. Activity Diagram Sistem Yang Berjalan

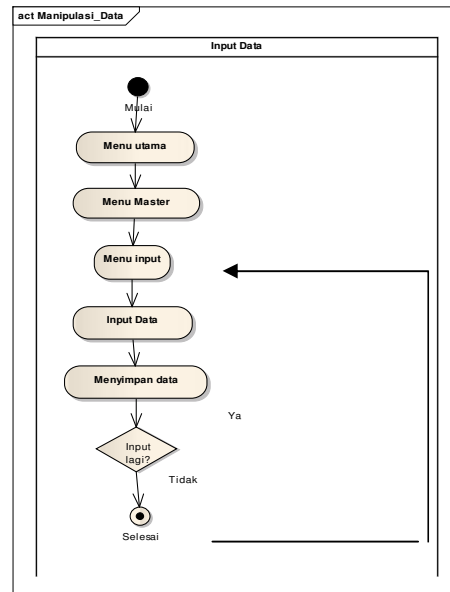


GAMBAR 4.2 Activity diagram sistem berjalan

3.4 Use Case Diagram Sistem Usulan

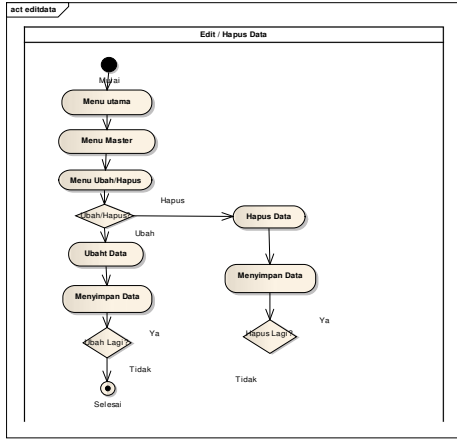


GAMBAR 4.4 Use case sistem usulan

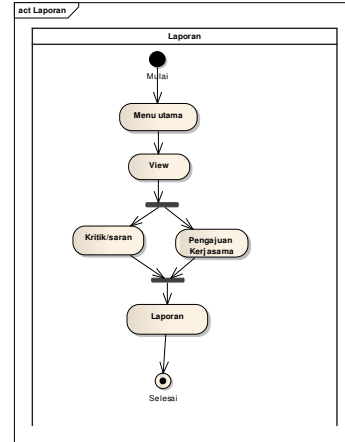


GAMBAR 4.6 Activity Diagram Input Data

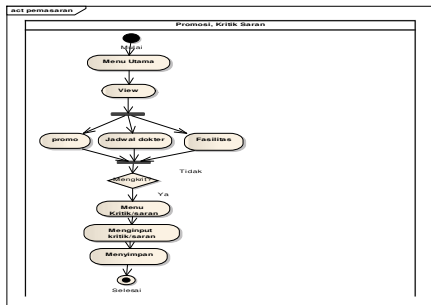
Diagram Activity Sistem Usulan



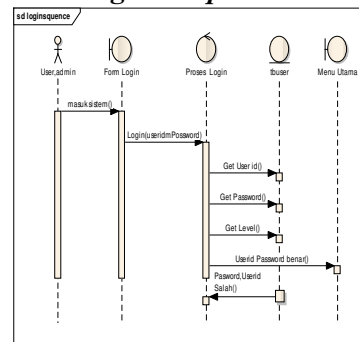
GAMBAR 4.7 Activity Diagram Ubah / Hapus Data



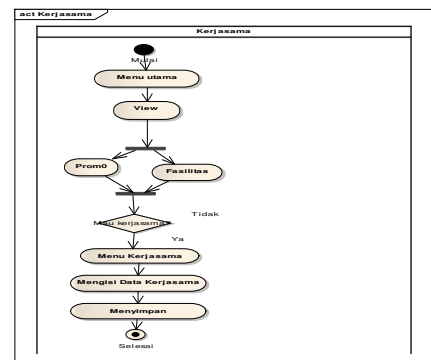
GAMBAR 4.10 Activity Diagram Laporan



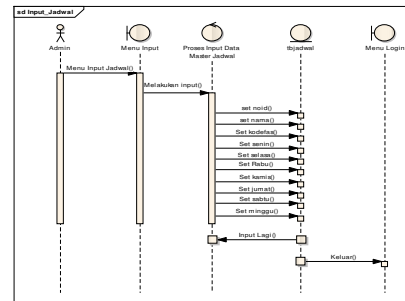
GAMBAR 4.8 Activity Diagram Promosi & Kritik/saran



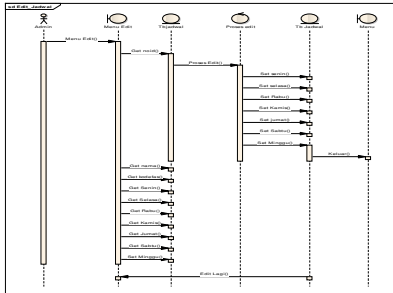
GAMBAR 4.11 Sequence Diagram Login



GAMBAR 4.9 Activity Diagram Kerjasama

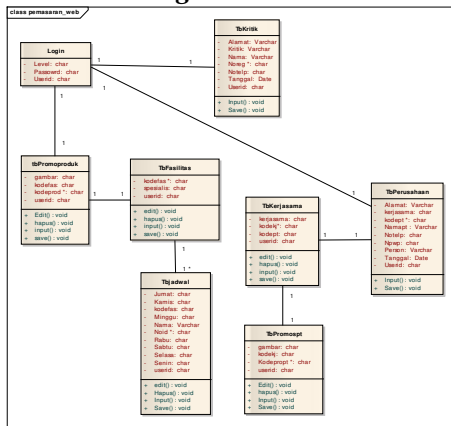


GAMBAR 4.12 Sequence Diagram Input Jadwal Dokter



GAMBAR 4.13 *Sequence Diagram* Ubah Jadwal Dokter

3.6. Class Diagram Sistem Usulan



GAMBAR 4.33 *Class Diagram* Pemasaran Berbasis Web

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

- a. Sistem informasi pemasaran berbasis *web* merupakan pengganti sistem pemasaran yang digunakan saat ini akan lebih efisiensi waktu dan biaya yang digunakan oleh bagian pemasaran, mempermudah masyarakat mengetahui informasi yang akurat dan terkini, dan dapat membuat rumah sakit qadr lebih dikenal masyarakat.
- b. Sistem informasi pemasaran berbasis *web* akan mempermudah bagian pemasaran mengetahui perusahaan mana yang ingin melakukan kerjasama dengan rumah sakit qadr.

- c. Sistem informasi pemasaran berbasis *web* dapat lebih mudah mengetahui keluhan dan saran dari pengunjung/pasien sebagai acuan rumah sakit qadr untuk memperbaiki pelayanan dan menciptakan promosi produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan calon pasien dan fasilitas yang dimiliki rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Kadir (2010), Mudah Mempelajari Database MySQL, Andi Offset, Yogyakarta

Agus Mulyanto, (2009), Sistem Informasi Konsep & Aplikasi, Pustaka Pelajar, Cetakan pertama Desember 2009, Yogyakarta

Ais Zakiyudin (2012), Sistem Informasi Manajemen Edisi Ke 2, Mitra Wacana Media 2012, Jakarta.

Alan Dennis (2009), Systems Analysis and Design with UML Version 2.0 An Object-Oriented Approach *Second Edition*, Phoenix Color Corp. *United States of America*.

Budi Raharjo (2014), Pemograman *Web* (HTML, PHP & MySQL), Modula, Yogyakarta

Bunafit Nugroho (2013), Dasar Pemograman Web PHP-MySQL Dengan DreamWeaver, Gava Media, Yogyakarta

Imelda Sitorus (2007), Analisa Startegi Pemasaran Pada Rumah Sakit Yadika, Pondok Bambu, 26 Oktober 2014, <http://Library.binus.ac.id>.

Jogiyanto HM, (2010), Analisa & Desain Sistem Informasi Pendekatan

terstruktur Teori Dan Aplikasi Bisnis,
Andi Offset, Yogyakarta.

Lexy J. Moleong M.A Prof Dr(2013)
Metodologi Penelitian Kualitatif edisi
revisi cetakan ketigapuluh satu,
Remaja Rosda Karya, Bandung.

Prabowo Pudjo Widodo (2011),
Menggunakan UML, Informatika,
Bandung

Raymond McLeod, Jr dan Goerge P
Schell,(2012) Management
Information Systems, Salemba
Empat, Jakarta.

Tata Sutabri, S.Kom.MM (2012), Sistem
Informasi Manajemen, Andi Offset,
Yogyakarta

Untoro (2011), Pengembangan Strategi
Pemasaran Rumah Sakit
Ketergantungan Obat Jakarta, 26
Oktober 2014, <http://lib.ui.ac.id>.

Virtadebie Noekent (2009), Analisis Stategi
Pemasaran Pelayanan Jasa Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Rumah
Sakit Umum Daerah Unggaran
Kabupaten Semarang, 26 Oktober
2014,
[http://.bimbelskripsi.files.wordpress.c
om](http://.bimbelskripsi.files.wordpress.com)