



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan Rumah Sakit di Indonesia semakin pesat, didukung oleh perkembangan populasi masyarakat Indonesia yaitu yang telah mencapai 237.641.326 jiwa (BPS, 2010). Sehingga perkembangan Rumah Sakit di Indonesia harus dapat mencukupi kebutuhan sarana kesehatan masyarakat Indonesia. Pada saat ini jumlah Rumah Sakit di Indonesia dari tahun ke tahun selalu meningkat dan sekarang telah mencapai 2050 Rumah Sakit pada tahun 2014.

**Rumah Sakit Berdasarkan Kepemilikan**

KATEGORI	KEPEMILIKAN	RS UMUM	RS KHUSUS	TOTAL
RS PUBLIK	<b>Pemerintah</b>	<b>810</b>	<b>84</b>	<b>894</b>
	- Kemkes	14	19	33
	- Pemda Propinsi	72	45	117
	- Pemda Kabupaten	469	3	472
	- Pemda Kota	87	10	97
	- Kementerian Lain	6	2	8
	- TNI	120	5	125
	- POLRI	42	0	42
	<b>Swasta Non Profit</b>	<b>539</b>	<b>164</b>	<b>703</b>
RS PRIVAT	<b>SWASTA</b>	<b>242</b>	<b>148</b>	<b>390</b>
	<b>BUMN</b>	<b>56</b>	<b>7</b>	<b>63</b>
<b>TOTAL :</b>		<b>1,647</b>	<b>403</b>	<b>2,050</b>

\*Keterangan :

RS Swasta Terdiri Dari: Perusahaan, Perorangan dan Swasta/ Lainnya

Sumber: Depkes.go.id, 2014

**Gambar 1.1 Jumlah rumah sakit di Indonesia**

Dengan terus meningkatnya jumlah Rumah Sakit di Indonesia juga membuat kebutuhan alat-alat kesehatan yang dibutuhkan sebagai fasilitas pelayanan kesehatan yang di gunakan di Rumah Sakit semakin meningkat contohnya seperti ECG, Tensimeter, USG dan sebagainya. Alat-alat tersebut sebelum digunakan oleh Rumah Sakit haruslah dilakukan kalibrasi sesuai perundang undangan yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu Undang Undang No 44 Tahun 2009 tentang kewajiban melakukan kalibrasi peralatan kesehatan. Kalibrasi alat-alat kesehatan harus dilakukan oleh perusahaan jasa kalibrasi yang telah memenuhi *standard* Nasional. Hal ini membuat perusahaan jasa kalibrasi alat kesehatan sangatlah berperan penting dalam mendukung pelayanan kesehatan di Rumah Sakit serta untuk memberikan sertifikasi kelaikan penggunaan alat kesehatan seperti yang diwajibkan dalam Undang Undang no 44 tahun 2009 dan Pasal 4, Peraturan Menteri kesehatan RI, No. 363 tahun 1998 yang mewajibkan setiap Rumah Sakit harus melakukan kalibrasi / sertifikasi kelaikan alat minimal 1 kali dalam setahun.

Kalibrasi adalah kegiatan mengukur kinerja alat kesehatan, membandingkan dengan standar yang digunakan yaitu standar ECRI (*Electromedic Comission for Research International*), dan melakukan upaya mengembalikan penyimpangan kinerja alat kepada *standar* yang dijadikan rujukan. Dengan adanya Undang Undang yang mengharuskan alat Rumah Sakit di kalibrasi menyebabkan banyaknya permintaan kalibrasi yang dibutuhkan oleh Rumah Sakit dan penyedia alat kesehatan yang membuat berkembang bisnis kalibrasi alat kesehatan di Indonesia semakin meningkat karena kebutuhan pangsa pasar yang semakin meningkat.

Sedangkan penyedia jasa kalibrasi alat kesehatan masih sangat sedikit dan bisa dikatakan masih dalam kategori *blue ocean*, seperti yang dikatakan oleh Supardjo selaku ketua umum Ikatan Ahli Teknik Electromedik Indonesia (IKATEMI) keberadaan Laboratorium Uji Kalibrasi alat kesehatan milik swasta masih terbatas. Jumlahnya tidak mencapai 10 unit (Simanjuntak, 2007).

Salah satu perusahaan swasta yang diakui oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia adalah PT Antera Kalibrasi. Perusahaan yang dibangun pada tahun 2004 ini telah memiliki pelanggan Rumah Sakit di seluruh Indonesia seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, Lombok, NTT dan lainnya. Perusahaan ini juga sudah memiliki Standar Nasional Indonesia (SNI) dan juga *international standard organization* atau biasa disebut (ISO) yaitu ISO 17025 mengenai sertifikasi mutu laboratorium kalibrasi.

Untuk mendapatkan cakupan market kalibrasi dalam upaya mengembangkan bisnis serta meningkatkan pendapatan atau profit perusahaan maka PT Antera Kalibrasi memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan perebutan pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan pelayanan jasa kalibrasi yang belum terpenuhi. Menurut Kotler dan Armstrong (2014). Pemasaran merupakan sebuah proses dimana perusahaan menciptakan sebuah nilai untuk konsumen dan membangun hubungan yang menguntungkan untuk konsumen. Pemasaran dibagi menjadi 2 jenis yaitu *conventional marketing* dan *digital marketing*.

Pada era globalisasi, perusahaan harus dapat memanfaatkan segala jenis pemasaran baik itu *conventional marketing* maupun *digital marketing*. Dengan

menerapkan ke dua sarana pemasaran ini dapat membantu perusahaan memperluas pangsa pasar ataupun membantu mempertahankan market yang telah dimiliki. *Conventional marketing* yang dilakukan dapat berupa *direct marketing*, seperti *personal approach marketing / personal selling* atau *telemarketing*. Sedangkan digital marketing digunakan perusahaan karena dapat lebih mudah menjangkau konsumen yang lebih luas dan efisien. Dengan menggunakan *digital marketing* perusahaan dapat melakukan promosi dengan harga yang relatif lebih murah ataupun gratis dibandingkan dengan *conventional marketing*.

Walaupun *digital marketing* memiliki banyak kelebihan tetapi di perusahaan yang bergerak di bidang *business to business* seperti PT Antera Kalibrasi, *digital marketing* kuranglah baik digunakan karena perusahaan berhadapan langsung dengan konsumen yang lebih mengandalkan kepercayaan dan relasi dalam melakukan transaksi. Sehingga PT Antera Kalibrasi lebih fokus dalam melakukan pemasarannya secara *conventional marketing*. Dengan menerapkan pemasaran secara *conventional*, PT Antera Kalibrasi dapat menjalin hubungan baik sekaligus memperkenalkan / mensosialisasikan kewajiban dan manfaat dari kalibrasi alat kesehatan kepada perusahaan alat kesehatan ataupun Rumah Sakit yang ada di Indonesia.

Hal ini disebabkan karena kebanyakan pimpinan Rumah Sakit ataupun perusahaan alat kesehatan belum mengetahui dengan jelas manfaat dan kewajiban untuk melakukan kalibrasi alat kesehatan. Sehingga dengan mengedepankan pola *marketing conventional* sebagaimana di lakukan oleh PT Antera Kalibrasi yaitu berupa *personal selling*, di harapkan perusahaan alat kesehatan dan Rumah Sakit yang ada di Indonesia mau melakukan kalibrasi sesuai dengan UU 44 tahun 2009.

## 1.2. Pokok Permasalahan

Pada saat praktik kerja magang peserta magang diminta untuk membuat suatu konsep marketing yang tepat untuk mengembangkan bisnis di PT Antera Kalibrasi.

Karena PT Antera Kalibrasi masih berorientasi pada *conventional marketing* dengan memanfaatkan korelasi personal atau biasa disebut *personal approach marketing / personal selling* yang masih dilakukan oleh manager mutu yang memiliki hubungan yang cukup banyak dengan Rumah Sakit yang ada di Indonesia. Peserta magang ditugaskan untuk membangun hubungan dengan pimpinan Rumah Sakit serta pada beberapa agent alat kesehatan untuk mendapatkan peluang kalibrasi. Peserta magang juga diminta untuk membuat terobosan untuk mengembangkan strategi marketing dengan beberapa upaya lain dengan membentuk tim marketing, penggunaan *digital marketing*, dan *advertising*.

Melihat kondisi sebagaimana di tulis pada latar belakang serta beberapa permintaan yang di tugaskan oleh perusahaan, penulis cenderung untuk mendalami pola marketing yang dianggap prioritas untuk dijalankan di dalam perusahaan yaitu pola marketing yang sudah menjadi kekuatan perusahaan dalam menjalan bisnisnya yaitu *personal approach marketing* atau yang biasa disebut *personal selling*. Yaitu kegiatan promosi untuk memperkenalkan dan menarik minat calon konsumen mengenai kalibrasi alat kesehatan secara tatap muka. Pada saat proses magang berlangsung penulis mengunjungi beberapa instansi kesehatan

di Jakarta dan mempresentasikan kepada direktur ataupun manajer terkait didalam instansi kesehatan tersebut.

Pada kesempatan tersebut Penulis beserta pembimbing lapangan memberikan informasi mengenai kewajiban melakukan kalibrasi dan manfaat yang didapatkan dengan menggunakan jasa kalibrasi dari PT Antera Kalibrasi. Serta kelebihan, kemampuan, dan cakupan dari PT Antera Kalibrasi dalam melakukan kalibrasi alat kesehatan .

### **1.3. Maksud Dan Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang dilakukan oleh penulis sebagai salah satu syarat kelulusan dari universitas multimedia nusantara yang dilaksanakan pada semester 9. Selain dari kewajiban tersebut penulis dapat menerapkan keilmuan yang didapatkan saat menjalankan kuliah di universitas multimedia nusantara. Dan bagi PT Antera Kalibrasi sendiri diharapkan masukan masukan ini dapat memberi manfaat untuk mengembangkan marketing dalam rangka peningkatan bisnis di PT Antera Kalibrasi.

### **1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

#### **1.4.1 Waktu Kerja Magang**

Program kerja magang yang dijalani penulis selama 60 hari kerja atau 3 bulan (asumsi 1 minggu = 5 hari). Dengan waktu magang dalam seharinya dari pukul 08.30 hingga 16.30 atau setara dengan 7 jam per hari. Penulis melakukan praktek kerja magang yang dimulai pada tanggal 1 Februari 2016 hingga 15 Mei 2016.

Data pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut :

Nama perusahaan : PT Antera Kalibrasi  
Bidang Usaha : Industri Jasa kalibrasi alat kesehatan  
Waktu Pelaksanaan : 1 Februari 2016 – 15 Mei 2016  
Waktu Kerja : Senin – Jumat  
08.00 s.d 17.00 WIB  
Posisi kerja magang : Marketing

#### **1.4.2 Prosedur Kerja Magang**

Prosedur kerja magang adalah ketentuan yang berlaku dari Universitas Multimedia Nusantara untuk memulai praktek kerja magang. Berikut adalah prosedur yang perlu dilakukan penulis untuk dapat menyelesaikan praktek kerja magang;

- a. Mengajukan CV kepada *Human Resource Department* PT Antera Kalibrasi
- b. Menerima *email* surat jawaban selaku *Administration Manager* dari PT Antera Kalibrasi perihal diterimanya penulis untuk kerja magang
- c. Mengisi formulir pengajuan kerja magang beserta dengan transkrip nilai penulis di Universitas Multimedia Nusantara
- d. Pihak Universitas Multimedia Nusantara membuat surat pengantar kerja magang kepada PT Antera Kalibrasi
- e. Penulis memberikan surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara kepada PT Antera Kalibrasi
- f. PT Antera Kalibrasi memberikan surat balasan kerja magang kepada Universitas Multimedia Nusantara
- g. Selama periode kerja magang, penulis melakukan praktik kerja magang.



- h. Mengisi dokumen yang berhubungan dengan kerja magang, yaitu kartu kerja magang, formulir kehadiran magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang.
- i. Penyusunan laporan praktik kerja magang.
- k. Sidang kerja magang.

### **1.5. Sistematika Penulisan Laporan Magang**

Sistematika penulisan laporan magang ini adalah sebuah gambaran secara umum mengenai keseluruhan dari isi laporan magang. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan apa latar belakang penyusunan laporan kerja magang, berikut dengan maksud dan tujuan, waktu dan prosedur kerja magang, serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

#### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari perusahaan tempat kerja magang, yang meliputi sejarah singkat perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi yang digunakan serta landasan teori yang berhubungan dengan praktik kerja magang.

#### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Bab ini memberitahukan mengenai apa posisi penulis di dalam melakukan praktik kerja magang, tugas apa yang diberikan kepada penulis, masalah atau kendala apa

yang dialami oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang, dan bagaimana cara penulis mengatasi masalah yang terjadi.

#### BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan yang penulis terima selama melakukan praktik kerja magang, serta bab ini juga memberikan masukan serta saran kepada perusahaan untuk kemajuan bisnis perusahaan terkait.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape on the left and a grid of white squares on the right, resembling a building or a modern architectural design.

# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA