

# KMI Healthcare sasar buka empat hospital baharu, luas perkhidmatan

Oleh ROSALINDA MD. SAID  
rosalinda.said@mediamalaya.com.my

**KUALA TERENGGANU:** Kumpulan Medic Iman Sdn. Bhd. (KMI Healthcare) milik Terengganu menyasarkan membuka empat lagi hospital baharu dalam tempoh lima tahun akan datang.

Ketua Pegawai Eksekutifnya, Dr. Rayney Azmi Ali berkata, pembangunan itu merupakan sebahagian daripada pelan pembangunan strategik lima tahun KMI Healthcare sekali gus mengimbangkan kedudukan hospital di jajaran pantai timur terutama di bandar-bandar utama.

Katanya, tiga daripada hospital baharu itu dirancang dibangunkan di Chukai, Kemaman di negeri ini di samping di Temerloh, Pahang dan Kota Bharu, Kelantan.

Menurutnya, akan dibuka ialah di Pulau Pinang sekali gus menyaksikan buat kali pertama KMI Healthcare meluaskan perkhidmatan kesihatan ke zon utara.



**AHMAD Samsuri Mokhtar (kiri) dan Raja Idris Raja Kamaruddin (kanan) menyaksikan pemeteraian memorandum persefahaman antara KMI Healthcare dengan Majlis Perbandaran Kemaman di Dewan Besar, Wisma Darul Iman, Kuala Nerus, semalam. - PUQTRA HAIRRY ROSLI**

"Buat permulaan usaha menambah rangkaian hospital itu dimulakan di Pusat Perubatan KMI Chukai (KMI Chukai) di kawasan seluas 2.18 hektar di Kampung Jaya, Chukai dengan kerja-kerja pembinaan dijangka bermula pertengahan tahun

depan dan beroperasi sepenuhnya pada 2025.

"Kesemua hospital kita menyediakan bilik 100 peratus perseorangan sekali gus membolehkan semua kategori pesakit menikmati kemudahan privasi sepanjang menerima rawatan,"

katanya dalam sidang akhbar selepas majlis pemeteraian memorandum persefahaman (MoU) antara KMI Healthcare dengan Majlis Perbandaran Kemaman (MPK) di Dewan Besar, Wisma Darul Iman di sini, semalam.

Terdahulu, pemeteraian me-

morandum itu disaksikan Menteri Besar, Datuk Seri Dr. Ahmad Samsuri Mokhtar dan Pengerusi KMI Healthcare, Raja Datuk Idris Raja Kamaruddin.

KMI Healthcare ketika ini memiliki lima hospital iaitu Pusat Perubatan KMI Kuala Terengganu (dahulunya Hospital Pakar Kuala Terengganu) di sini, diikuti Pusat Perubatan KMI Kuantan di Pahang, Pusat Perubatan KMI Kelana Jaya (Selangor), Pusat Perubatan KMI Taman Desa (Kuala Lumpur) dan Pusat Perubatan KMI Tawau (KMI Tawau).

Dalam perkembangan lain, Rayney Azmi berkata, pendapatan keseluruhan kumpulan setakat September lalu mencecah RM163 juta sekali gus menyasarkan untuk mencapai sebanyak RM220 sehingga akhir tahun.

Sementara itu, Yang Dipertua MPK, Jusman Ibrahim berkata, pembukaan hospital pakar swasta pertama di Kemaman itu bakal memberi kemudahan kepada 220,000 penduduk di daerah berkenaan menerusi penyediaan 100 katil.

## Pemeriksaan 7P dalam pemasaran digital

### PERSPEKTIF

Oleh  
Khair Khalid



**SEJAK** negara melalui fasa peralihan endemik, gaya hidup dan trend pasaran sekali lagi berubah. Begitu juga demi kelestarian ekonomi. Setelah sektor perniagaan dan industri diberi kebenaran beroperasi, setiap pengusaha kini amat berharap agar setiap usaha dapat dilaksana dan diperkemas untuk berkembang maju. Kini juga merupakan masa untuk memfokuskan kelebihan perniagaan dalam menjana tarikan pelanggan serta kekuatan pasaran.

Setiap perniagaan perlu menilai kembali strategi dan pelaksanaan yang lebih efektif. Antara elemen yang perlu diperhalusi dalam pengukuhan pemasaran adalah faktor 7P yang selaras dengan tuntutan industri serta motivasi pasaran. Pemeriksaan

7P dalam pelaksanaan pemasaran digital dapat membantu pengukuhan prospek pelanggan atas landasan pasaran yang bersesuaian dengan aspirasi perniagaan.

**Produk (Product)** - Cabaran endemik turut memaksa sebahagian besar perniagaan untuk memastikan kualiti terhadap produk atau perkhidmatan. Masyarakat pada hari ini lebih berhati-hati dalam memilih produk yang berkualiti sebagai tunggak kepuasan pengguna. Produk yang *value for money* dan memenuhi tanggapan pengguna mampu menjadi faktor perbuahan ramal di ruangan digital hari ini.

**Harga (Price)** - Realiti endemik turut menyaksikan sebilangan besar perniagaan yang terpaksa berhadapan dengan penentuan harga yang kompetitif disebabkan kenaikan kos atau berkurangnya permintaan disebabkan krisis pandemik. Tawaran harga yang menarik turut menjadi percutian dalam setiap promosi dan periklanan secara dalam talian bagi

merangsang lebih banyak permintaan serta menyokong pengukuhan potensi pasaran yang lebih baik.

**Lokasi (Place)** - Penumpuan lokaliti pasaran bagi menjana pelanggan dalam komuniti tertentu juga menjadi kepentingan terutama bagi perniagaan yang bergantung kepada urusan niaga secara fizikal serta disokong dengan elemen pemasaran digital melalui platform seperti media sosial. Pengukuhan platform e-dagang dan *Marketplace* juga menjadi landasan penting sebagai 'kedai online' dalam memperkukuh capaian pelanggan dalam pasaran era digital.

**Promosi (Promotion)** - Fasa endemik ini juga merupakan masa perniagaan mengambil peluang untuk melakukan promosi yang lebih giat. Pelaksanaan promosi serta kempen-kempen pemasaran strategik perlu diperhebatkan bagi merangsang tarikan pelanggan. Pelbagai saluran boleh dimanfaatkan untuk capaian prospek pasaran sama ada platform tradisional dan digital atau mengintegrasikan

keduanya selaras dengan objektif perniagaan.

**Bukti Fizikal (Physical Evidence)** - Selaras dengan penjenamaan, bukti fizikal juga antara elemen yang menyokong pengukuhan kredibiliti dan autoriti pasaran. Ia merangkumi elemen seperti logo, bungkusan produk, risalah serta penerampilan digital seperti pemasaran kandungan melalui laman web dan media sosial dalam membina engagement pelanggan. Bukti fizikal ini membantu membina kepercayaan terhadap produk dan perkhidmatan serta berperanan memperluaskan lagi tarikan pasaran fasa endemik ini.

**Sumber Manusia (People)** - Memastikan kekuatan perniagaan dengan mengambilkira peranan sumber manusia yang kompeten merangkumi komunikasi pengurusan sehingga keseluruhan operasi menjadi aset penting perniagaan. Fasa endemik juga merupakan fasa pemasaran berteraskan perhubungan digital dan berorientasikan kehendak pelanggan.

Kewibawaan sumber manusia perlu ditambah baik dalam memenuhi keperluan pasaran melalui produktiviti, komunikasi dan khidmat yang efisien dalam setiap urusniaga.

**Proses (Process)** - Memahami pengalaman pelanggan dan pengguna terhadap keputusan pembelian juga adalah proses yang perlu dititikberatkan. Ia penting dalam memastikan keberkesanan strategi pemasaran bagi memperkukuh hubungan emosi pelanggan setia yang membantu untuk terus relevan dalam pasaran yang semakin kompetitif.

Justeru itu, pemeriksaan 7P menjadi asas penting yang kini semakin dipraktikkan dalam mendepani cabaran pasaran fasa endemik. Melalui perancangan dan pelaksanaan strategi yang dirancang mampu meningkatkan keberkesanan dalam setiap kempen pemasaran serta memperkukuh potensi perniagaan yang lebih mampan.

PENULIS adalah perunding pemasaran bertauliah dan pakar pemasaran digital