**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN KLINIK IBNU SINA GUNA MENINGKATKAN ANGKA KUNJUNGAN PASIEN**

**DRAFT TESIS**

Untuk Memenuhi Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi

Manajamen Administrasi Rumah Sakit

**Oleh :**

**YANTI FADILLAH**

**NPM : 158020150**



**PROGRAM MAGISTER MANAGEMEN**

**PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2017**

**ABSTRAK**

Judul penelitian ini adalah “ **Analisis Strategi Pengembangan klinik Ibnu Sina guna Meningkatkan angka Kunjungan Pasien** “. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui dan menganalisa faktor lingkungan eksternal dan internal, peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan yang ada di klinik Ibnu sina, kondisis implementasi Strategi yang sekarang ada di Klinik Ibnu Sina, merancang strategi pengembangan pelayanan kesehatan dan menyusun program dan kegiatan di klinik Ibnu Sina sesuai strategi pemasaran yang dirancang sehingga dapat bersaing dengan layanan kesehatan di wilayah kerjanya.

Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen Administrasi Rumah Sakit. Bagi departemen terkait maupun praktisi, dan diharapkan dapat memberikan informasi tentang pentingnya strategi pengembangan klinik swasta khususnya klinik Ibnu sina guna meningkatkan mutu pelayanan dan kunjungan pasien.

Penelitian dilakukan di Klinik Ibnu Sina Solokan jeuk. Metode penelitiannya menggunakan metode survey dengan pendekatan penelitian kualitatif dan tipe penelitiannya berupa Descriptive Research yang mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada saat tertentu sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis IE (Internal- eKsternal), Analisis SWOT ( Strength, Weakness, Opportunity, Threat ) dan Metode Delphi. dengan menggunakan analisis SWOT sebagai langkah awal untuk identifikasi berbagai faktor internal dan faktor eksternal secara sistematik sehingga didapat posisi strategis Klinik kemudian digunakan matriks SWOT dalam merumuskan strategi serta menyusun program dan kegiatan untuk meningkatkan layanan kesehatan di Klinik Ibnu Sina.

Hasil penelitian ini didapatkan peluang yang terbesar, Ancaman yang terkecil, Kekuatan yang tertinggi dan kelemahan yang terendah. Dan kesimpulannya berupa Program yang akan dilaksanakan dari alternatif strategi yang telah ditentukan mengacu pada bauran pemasaran jasa *(marketing mix)* yangmerupakan kombinasi variabel atau kegiatan inti dari salah satu sistem pemasaran dalam pengembangan klinik, variabel tersebut dapat dikendalikan oleh klinik untuk mempengaruhi tanggapan pasien dalam pasar sasarannya sehingga bisa diimplementasikan sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien di klinik Ibnu sina .

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran; Analisis SWOT; Bauran Pemasaran

**ABSTRACT**

The title of this research is “The analysis of development strategies of Ibnu Sina Clinic to increase patient visit rate”. This research aims to know and analyze the external and internal environment factors, the opportunities, the threat, the strength, the weakness at Ibnu Sina Clinic, the condition of implementing strategy at the Ibnu Sina Clinic so far, designing health service development strategies, and arranging programs and activities at the Ibnu Sina Clinic based on marketing strategies that have been designed, so it can compete with another health service in its working area.

The result of this research is expected to give some contributions in developing management field especially at hospital administration management. Furthermore, for related department and practitioners, it can be expected to give some information about the important of development strategies at private clinic especially at Ibnu Sina Clinic to improve service quality and patient visit rate.

The research was done in Ibnu Sina Clinic which located at Solokan Jeruk. The method of the research used survey method by using qualitative approach and the type of its research is Descriptive Research that reflects the descriptions of a situation at the certain moment. While, the analysis method used is IE Analysis (Internal-External), SWOT Analysis (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) and Delphi Method. By using the SWOT Analysis as the first step to identify all internal and external factors systematically so obtained strategic clinic position, and then using SWOT Matrix to formulate the strategies and arrange programs and activities to improve health service in Ibnu Sina Clinic.

The result of this research will obtain the greatest opportunity, the smallest threat, the highest strength and weakness of the lowest. In addition, the conclusion is a program will be implemented from alternative strategies that have been decided based on the marketing mix that is combination of variable or main activity from one of marketing system in developing clinic. The variable can be controled by companies to influence patient’s respons in their market targets. And finally, it can be implemented as the strategy to increase number of patient visit at Ibnu Sina Clinic.

**Keywords**: Marketing Strategy; SWOT Analysis; Marketing Mix