**RANCANGAN RENCANA STRATEGIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN PASIEN**

**(Studi Kasus Pada Laboratorium Klinik Biotamma Sumedang)**

**Esti Murani (NPM: 168020095)**

**Magister Manajemen Rumah Sakit Pascasarjana UNPAS Bandung**

[**esmura@yahoo.co.id**](mailto:esmura@yahoo.co.id)

**ABSTRAK**

Murani, Esti. 2019. *Rancangan Rencana Strategis Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pasien (Studi Kasus Pada Laboratorium Klinik Biotamma Sumedang)*, Tesis, Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Program Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung. Pembimbing: (I) Dr.H. Undang Juju. SE, MP . (II) dr. Albert I Hendarta, MPH

Kata kunci: Layanan Laboratorium Klinik, Matriks SWOT, Sasaran Strategi, *Key Performance Indicator*, Program Kerja Strategis

Untuk menghadapi persaingan global layanan laboratorium klinik, diperlukan manajemen strategis dan reformasi dalam penataan sistem pelayanan yang menuntut adanya kebertanggungjawaban (akuntabilitas), kejelasan (transparansi), ketepat-gunaan (efektivitas) dan keberhasil-gunaannya (efisiensi). Manajemen strategis menekankan pemantauan dan evaluasi peluang dan ancaman mengingat kekuatan dan kelemahan organisasi. Beberapa teknik diperlukan untuk perumusan strategis. Analisis SWOT, eksternal, dan internal telah dikenal sebagai teknik untuk tujuan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana rancangan rencana strategis dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Laboratorium Klinik Biotamma kabupaten Sumedang. Metode yang digunakan adalah metode perancangan deskriptif kualitatif yaitu dengan melakukan pengamatan langsung, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan telaah dokumen.Penelitian dilakukan di Laboratorium Klinik Biotamma Kabupaten Sumedang

Hasil analisis faktor internal (IFAS) menunjukkan skor -1,09 dan analisis faktor Eksternal (EFAS) menunjukkan skor 1,57, hasil analisis SWOT dan diagram kastesius menunjukkan bahwa posisi bersaing laboratorium berada di kuadran III, maka strategi bersaing yang dipilih adalah memanfaatkan peluang untuk memperbaiki mutu pelayana laboratorium.

Penelitian ini menghasilkan 7 rumusan sasaran strategis yang relevan untuk Laboratorium Klinik Biotamma dalam mewujudkan visi dan misi tahun 2023 yaitu, Pengembangan layanan laboratorium dan penunjang diagnostik; Peningkatkan mutu pelayanan Laboratorium; Perbaikan sarana pendukung pelayanan laboratorium; Pengembangan sistim informasi yang terintegrasi secara menyeluruh; Pemberdayaan SDM yang kompeten; Terwujudnya Laboratorium Klinik Biotamma sebagai pilihan utama masyarakat; Pengembangan program pemasaran. Kemudian untuk mengukur tingkat keberhasilan pencapaian sasaran strategis pilihan tersebut disusun indikator kinerja utama atau *Key Performance Indicator* (KPI) dan diimplementasikan dalam program kerja strategis Laboratorium Klinik Biotamma periode tahun 2019-2023.

Dalam penelitian ini dihasilkan 7 rumuskan sasaran strategis yang relevan untuk Laboratorium Klinik Biotamma dalam mewujudkan visi dan misi tahun 2023 yaitu, Pengembangan layanan laboratorium dan penunjang diagnostik; Peningkatkan mutu pelayanan Laboratorium; Perbaikan sarana pendukung pelayanan laboratorium; Pengembangan sistim informasi yang terintegrasi secara menyeluruh; Pemberdayaan SDM yang kompeten; Terwujudnya Laboratorium Klinik Biotamma sebagai pilihan utama masyarakat; Pengembangan program pemasaran. Kemudian untuk mengukur tingkat keberhasilan pencapaian sasaran stragegis pilihan tersebut disusun indikator kerja utama atau *Key Performance Indicator* (KPI) dan diimplementasikan dalam program kerja strategis Laboratorium Klinik Biotamma periode tahun 2019-2023.

***ABSTRACT***

Murani, Esti. 2019. *The Strategic Plan Design to Improve the Patient Visit. (Case Study: Biotamma Clinic Laboratory, Sumedang)*, Thesis, Hospital Management Study Program, Magister Program Pasundan University, Bandung. Advisor: (I) Dr.H. Undang Juju. SE, MP. (II) Dr. Albert I Hendarta, MPH

*Keywords: Laboratory Clinic Services, Matrix SWOT, Strategy objective, Key Performance Indicator, Strategies Work Program.*

*Strategic management and reformation of the service system arrangement are required to face the global competition of the laboratory clinic services. These program are demanding accountability, transparency, effective, and efficient.*

*Strategic management emphasizes monitoring of opportunity and threat evaluation related to the organization’s strength and weakness. Several techniques are required to plan the strategy such as Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) analysis on the inside and outside of the organization which known as the effective method for this purpose.*

*This research has an objective to observe the strategic management plan to improve the patient visit of the Biotamma Clinic laboratory, Sumedang Regency. The method that uses in this research is qualitative and descriptive planning. It is required a direct observation, active participation during the inspection, rooted interview and document analysis.*

*Internal factor evaluation result (IFAS) give a score -1,09, while the external factor evaluation result (EFAS) is 1,57. SWOT analysis and Kastesius diagram suggested that the laboratory position is on quadrant III at the global competition chart. Therefore, the competition strategy to be chosen is to maximize the opportunity to improve laboratory service quality.*

*The research resulted in the seven (7) strategic plans such as improvement of laboratory services and diagnostic support, development of laboratory service quality, refinement of support facilities, applicable of competent human resource, advancing whole integrated information system, improve marketing program and to make Biotamma Clinic laboratory as the primary choice in the community. Afterward to estimate the accomplishment level of the selected strategic plans, Key Performance Indicator (KPI) will be established and implemented in the planned work program 2019-2023 of Biotamma Clinic Laboratory.*

**DAFTAR PUSTAKA**

1. AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 2013, Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya, Bandung.
2. A.J McEachern, William. (2001) *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta PT. Salemba Empat
3. Amir, M.T. 2011. Manajemen Strategik: konsep dan aplikasi. Rajawali Pers. Jakarta.
4. Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana. 2015.Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Mediatera.
5. Ardana, I Komang dkk. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Graha ilmu.
6. Bambang Riyanto 2013, dasar dasar pembelanjaan perusahaan edisi ke empat BPFE Yogyakarya. Yogyakarta
7. Best, RJ. Market-Based management.: *Strategies for growing customer value and profitability. 2013. 6th ed. New Jersey: Prentice Hal Inc.*
8. David R Fred. *Strategic Management Concept*. 2013. Pearson. Edinburgh.
9. Eddy Herjanto (2015), Manajemen Operasi PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
10. Edy Sutrisno. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan ke-8. Jakarta: Prenada Media Group
11. Freddy Rangkuti. 2017. SWOT Balance scorecard.PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
12. Gitman, J, Lawrence. 2012. *Principles Of Managerial finance. 13th Edition. Pearson Education, Inc. United States.*
13. Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan.Penerbit Erlangga. Jakarta.
14. Gurel, E. And Merba T.A.T. 2017. *SWOT Analysis: A Theoretical Review. The Journal of International Social Research. Volume: 10 Issue: 51. p 997-998*.
15. Gullick, Luther. (1960). *Paper On The Scienses Of Administration. New York : Institute of Public Administration.*
16. Hasibuan, Malayu S.P. 2011. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: PT Aksara.
17. Hasibuan, Malayu S.P. 2016.Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi
18. Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
19. Heizer, Jay dan Barry Render. (2015), *Operations Management* (Manajemen Operasi), ed.11, Penerjemah: Dwianoegrahwati S dan Indra, Salembaempat, Jakarta.
20. Isoraite, Margarita. 2016. Marketing Mix Theoretical Aspects. International journal of research – Granthaalayah. Vol 4(6) pg 25-37.
21. Kabupaten Sumedang Dalam Angka 2017, Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang
22. Kaplan, R.S. And David P.N. 2001. *Balanced Scorecard:* Menerapkan Strategi Menjadi Aksi. Erlangga. Jakarta
23. Kotler, P. and Keller K. L. *Markeing Management. 14th Global Edition. 2012. Pearson. Edinburgh.*
24. Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
25. Kotler, Philip. 2016. Marketing Manajemen, Edisi 13. Edisi Terjemahan Oleh Bob Sabran. Erlangga : Jakarta.
26. Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
27. Laporan Kinerja Laboratorium Klinik Biotama tahun 2013 – 2017
28. Moh Nazir, 2011. Metode Penelitian. Cetakan 6. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
29. Muchtar, A. F*., Menyusun Business Plan dan Rencana Aksi*, Yrama Widya, Bandung, 2014
30. Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 411/MENKES/PER/III/2010 Tentang Laboratorium Klinik
31. Rencana Strategis Bisnis Academic Health Center (AHC) RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung 2015-2019, November2015
32. Robbins,S.P dan Judge T.A. 2015. Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat
33. Ronald A.Sacher, Richard A. MC Pherson 2004. Tinjauan klinis hasil pemeriksaan laboratorium.
34. Rully Indrawan dan Yuniawati, Popy (2016) , Metodologi Penelitian ed 2, PT Refika Aditama, Bandung
35. Safar, Misran. 2007. Teknik Pengolahan dan Interpretasi Data. Selami IPS Edisi Nomor 21 Volume II. Jakarta: LIPI pres
36. Sinambela, Lijan Poltak. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia : Membangun Tim Kerja Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja. Jakarta : Bumi Aksara.
37. Solihin Ismail, (2012). Manajemen Strategik. Airlangga. Jakarta
38. Stanton, William J. 1984. *Fundamentals of Marketing. 8thEdition. Mc Graw Hill*.
39. Stevenson, William J., Chuong, Sum Chee. 2014. Manajemen Operasi : Perspektif Asia, edisi 9-buku-1. Salemba Empat. Jakarta.
40. Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
41. Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
42. Suparyanto, Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor: In Media
43. Udaya, J., Wennadi, L.Y. 2013. Manajemen Stratejik. Graha Ilmu. Jakarta.
44. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-PDF%20Vol.%2013-02-09.pdf> *Indonesian Journal of Clinical Pathology and Medical Laboratory*, Vol. 13, No. 2, Maret 2007 (22-9-2018)
45. <http://www.abrmr.com/myfile/conference_proceedings/Con_Pro_66154/2015iacp15.pdf> Kotas, M. 2015. (26-08-2018)
46. <https://www.pelajaran.id/2017/27/pengertian-fungsi-tujuan-dan-ruang-lingkup-manajemen-sumber-daya-manusia.html> ( 22-09-2018)
47. <https://rocketmanajemen.com/manajemen-organisasi/#a> 11 February 2018 by Admin [Manajemen](https://rocketmanajemen.com/kategori/manajemen/) ( 22-09-2018)
48. <https://zahiraccounting.com/id/blog/pengertian-manajemen-keuangan> (23-09-20180)
49. <https://www.pelajaran.id/2017/15/pengertian-manajemen-operasional-tujuan-fungsi-ciri-ruang-lingkup-dan-contoh-manajemen-operasional.html> ( 29-09-2018)
50. <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-manajemen-operasional.html> ( 23-09-2018)
51. <https://www.kembar.pro/2015/07/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran.html> ( 23-09-2018)
52. <http://seoumel.blogspot.com/2016/09/fungsi-fungsi-manajemen-menurut-luther.html>,

Madhe Sumiati (12-12-2018)