**RUMUSAN STRATEGI PEMASARAN**

**DI KLINIK LERITA KABUPATEN SUKABUMI**

**DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PASIEN**

**DRAFT TESIS**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen

Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit

**Oleh :**

**JULIA KHALKINST**

**NPM : 178 020 031**





****

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2021**

ABSTRAK

Kesehatan merupakan hak asasi sekaligus merupakan investasi untuk keberhasilan pembangunan bangsa. Klinik sebagai salah satu penyelenggara pelayanan Kesehatan harus dapat memberikan pelayanan yang bermutu dan professional kepada pasien. Klinik LERITA merupakan sebuah klinik swasta yang berada di Kabupaten Sukabumi yang memberikan pelayanan di daerah Jampang Tengah. Terdapat fenomena penurunan kunjungan pasien dan menurunnya jumlah keanggotaan peserta BPJS di klinik LERITA. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa permasalahan yang terjadi guna meningkatkan jumlah kunjungan pasien.

Penelitian ini dilakukan di Klinik LERITA dengan menggunakan metode wawancara dan survey kepada pihak yang berhubungan dengan kebijakan klinik. Model penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*). Dari hasil analisis SWOT akan diidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal klinik LERITA, sehingga didapatkan posisi strategis klinik, kemudian dengan matriks SWOT dapat dirumuskan strategi serta menyusun program dan kegiatan untuk meningkatkan pelayanan Kesehatan di Klinik LERITA.

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa strategi pemasaran yang paling cocok dengan Klinik LERITA adalah strategi SO (*strength-opportunities*) dan dari strategi tersebut didapatkan beberapa rekomendasi program pemasaran untuk Klinik LERITA yang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan Kesehatan di klinik LERITA sehingga kunjungan pasien di klinik juga akan meningkat.

Kata kunci: strategi pemasaran, analisis SWOT, Klinik

***ABSTRACT***

*Health is one of human rights and also an investment for the successful of National development. Therefore, clinic should be able to provide quality and professional health services to patients. LERITA is a private clinic located in Sukabumi that provides health services in Jampang Tengah area. There is a phenomenon of a decrease in the number of patient visits and BPJS list member in LERITA. This study aims to analyze the problems that occur in order to increase the number of patient visits.*

*This research was doing in LERITA Clinic.The methods of this research is survey and interview method. This research is a research with qualitative descriptive approach that reflects the picture of a situation at a certain moment. The analysis method used is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). SWOT analysis will identify internal factors and external factors of LERITA Clinic, so we can get the strategic position of this clinic, by using SWOT matrix can be formulated strategies and arranged programs and activities to improve health service at LERITA clinic.*

*The results of this study shows the most suitable marketing strategy for clinic is SO strategy ( Strength - Opportunites). From those strategy, there are some marketing programs suitable for LERITA clinic which is expected to improve health services at the clinic and increasing the number of patient visits in the LERITA clinic.*

*Key words : Marketing Strategy, SWOT Analysis, Clinic*

**DAFTAR PUSTAKA**

Agustinus JPT; (2010): Perencanaan Strategis Pemasaran Untuk Meningkatkan Kunjungan Pasien Unit Rawat Jalan: Studi Kasus RSUD Budhi Asih, Universitas Indonsesia, Depok.

Albi A & Johan S; (2018): Metodologi Penelitian Kualitatif. CV Jejak. Jawa Barat

Aqmarina; (2018): Perancangan Strategi Pemasaran dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing. Universotas Pasundan, Bandung.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan, Daftar FASKES Rumah Sakit, Puskesmas, Klinik, dan Apotek di Kabupaten Sukabumi, <https://www.bantuanbpjs.com/daftar-faskes-rumah-sakit-puskesmas-klinik-dan-apotek-di-kabupaten-sukabumi/> [25/08/2019]

Bateman dan Snell, (2014), Manajemen, Kepemimpinan dan Kerjasama dalam Dunia yang Kompetitif, edisi 10, Salemba Empat, Jakarta.

Creswell, John W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 4th, SAGE publication: singapore

Eddy Yunus, (2016), Manajemen Strategis, CV Andi Offset, Yogyakarta.

Ernie dan Kurniawan, (2005), Pengantar Manajemen, Edisi 1, Prenamedia, Jakarta.

Hasan. (2010). Marketing Bank Syariah, Ghalia Indonesia, Bogor.

Intan P; (2018): Rancangan Strategi Pemasaran Di Klinik Anugrah Dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Pasien. Universitas Pasundan, Bandung.

Kotler, Philip dan Armstrong, (2012), Marketing Management, 15’th edition, Pearson Pretice Hall, New Jersey.

Lompoliu L; (2017): Rencana strategis klinik X, Bandung dalam upaya mewujudkan keunggulan bersaing, Universitas Pasundan, Bandung

Makna JKN. Pusat Informasi Jaminan Kesehatan Indonesia. Diunduh dari <http://jkn.jamsosindonesia.com/jkn/detail/pusat-informasi-jkn#.XjaHs08zbIU> [2/2/2020]

Mariana ES; (2018): Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.

Menteri Kesehatan Republik Indonesia, (2014), Peraturan Menteri Kesehatan No. 28 tahun 2014 tentang Pedoman Pelaksanaan Program Jaminan Kesehatan Nasional, Jakarta, <http://www.depkes.go.id/resources/download/general/PMK%20No.%2028%20ttg%20Pedoman%20Pelaksanaan%20Program%20JKN.pdf> [25/08/2019]

Moleong, L.J; (2001). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Peraturan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Nomor 1 Tahun 2017 Tentang Pemerataan Peserta di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama. Diunduh dari <https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/dmdocuments/cb145c09012f5f4f213f35eb8f67e717.pdf> [2/2/2020]

Peraturan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Administrasi Kepesertaan Program Jaminan Sosial Kesehatan Nomor 6 Tahun 2018. Diunduh dari <https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/dmdocuments/36aad6fc380da254f24e31d5af1fe808.pdf> [2/2/2020].

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 028/MENKES/PER/1/2011. Diunduh dari <http://dinkes.surabaya.go.id/portal/files/permenkes/PMK%20No.%20028%20ttg%20Klinik.pdf> [2/2/2020]

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Klinik. <http://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/permen-kesehatan-nomor-9-tahun-2014-tentang-klinik.pdf> [25/08/2019]

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2008), Manajemen Pemasaran, edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Prasetya, Dicky Imam, 2002, “Lingkungan Eksternal, Faktor Internal, dan Orientasi Pasar Pengaruhnya terhadap kinerja Pemasaran”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 1. No.1.

Rahmayati, (2015), Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran udang beku PT mustika mina nusa aurora tarakan, Kalimantan Utara, Jurnal Galung Tropika, volume 1, halaman 60-67.

Rizky PG; (2018): Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Health and Beauty Clinic Casa Grande. Sekolah tinggi ilmu ekonomi Widya Wiwaha, Yogyakarta.

Sotya SP;(2017): Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Berobat Ulang di Klinik Jantung Rumah Sakit Cahya Kawaluyan. Universitas KAtolik Parahyangan, Bandung.

Stephen P Robbins dan Mary Coulter, (2015), Manajemen, edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Stepphen Robbins, Timothi A Judge, (2016), Perilaku Organisasi, edisi 16, Salemba Empat, Jakarta.

Subianto A; (2016): Analisis SWOT Tentang Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Pasien di Klinik Bunda. Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Sugiyono.(2011). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Suprapto T. (2009). Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi. Buku Kita: Jakarta

Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, <http://www.dpr.go.id/jdih/uu1945> [25/08/2019]

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. Diunduh dari <http://dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_36.pdf>. [3/2/2020]

Zakariya; (2017): Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran di Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan

RISKESDAS 2018: Hanya 20% Masyarakat yang Mengerti Kesehatan. Siaran Radio Kesehatan KEMENKES. Diunduh dari <http://radiokesehatan.kemkes.go.id/News/detail_news/310>. [8/2/2020]

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2016 Tentang Fasilitas Pelayanan Kesehatan. Diunduh dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5768/pp-no-47-tahun-2016>. [8/2/2020]

Pieter Gunawan; (2017): Analisis *Segmenting Targeting Positioning dan Marketing Mix* Pada PT. Murni Jaya. AGORA. vol 5. No 1. Hal : 1.

Jefri Agustinus Pandapotan Tobing; (2010): Perencanaan strategis pemasaran untuk meningkatkan kunjungan pasien untit rawat jalan: studi kasus RSUD Budhi Asih. Universitas Indonesia.

Diana Purwitasari; (2018): Pengaruh Bauran Pemasaran pada Kepuasan Pasien di RSUD Menggala Kabupaten Tulang Bawang. Universitas Lampung.

Hari Wijaya & Hani Sirine; 2016: Strategi Segmenting, Targeting, Positioning, serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE Asian Journal of Innovation and Enterpreneurship*. Vol 01. No.1. Hal:175.

Putu Rani Susanthi; 2017: Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan (studi kasus STIE Galileo Batam). Jurnal Elektronik Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi. Vol 1. No. 1. Hal:30-42

Lovelock C dan John Writz;2011: Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7. Jakarta: Erlangga.