**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN**

**(STUDI KASUS PADA KLINIK PRATAMA PANGSOR MEDIKA RANCAEKEK)**

ARTIKEL

**Diajukan Dalam Rangka Memenuhi Syarat Kelulusan**

**Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Rumah Sakit (M.M.R.S) Pada Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit Program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung**

**Oleh:**

# RIRIN MAHARANI INDARMI

NPM: **218020060**



# KONSENTRASI MANAJEMEN RUMAH SAKIT PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS PASCASARJANA

**UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

**2023**

# ABSTRAK

Klinik Pratama Pangsor Medika Rancaekek mengalami penurunan kunjungan sebesar 17% dalam satu tahun terakhir. Penurunan kunjungan ini menyebabkan perlu adanya peninjauan terhadap strategi pemasaran karena selama ini strategi Klinik Pratama Pangsor Medika terfokus untuk meningkatkan kunjungan pasien dan dalam implementasinya rencana strategi yang ada belum diterapkan secara optimal dan monitoring juga tidak dilakukan secara kontinyu.

 Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan Klinik Pratama Pangsor Medika Rancaekek. Analisis dilakukan menggunakan matrik EFE, matrik IFE dan matrik profil kompetitif serta dan dilanjutkan matrik SWOT kemudian matrik QSPM untuk menentukan strategi yang paling tepat, selanjutnya disusun perencanaan strategi dengan kerangka *Balanced Scorecard*. Dengan *Balanced Scorecard*, program kerja yang disusun dapat diukur dan dievaluasi dengan cepat dan mudah.

Dari penelitian ini, peneliti merekomendasikan strategi diversifikasi dengan cara penetrasi pasar, antara lain dengan penyesuaian harga, peningkatan promosi, perbaikan kualitas produk (memperbaiki kualitas pelayanan di rumah sakit), diversifikasi atau taktik penetrasi pasar agar rumah sakit bisa masuk pasar baru dengan membuat produk baru yang sesuai dengan pasar tersebut dan mengadakan kerjasama dengan perusahaan lain untuk mempermudah penetrasi pasar.

Kata Kunci : *Balanced Scorecard* , IE, Strategi pemasaran, kunjungan pasien, SWOT.

*ABSTRACT*

*Outpatient Installation Pratama Pangsor Medika Rancaekek Clinic has experienced a 17% decline in visits in the last one year. This decrease in visits causes the need for a review of marketing strategies because so far the Outpatient Installation strategy has not been focused on increasing patient visits and in its implementation the existing strategic plans have not been implemented optimally and monitoring is also not carried out continuously.*

*This research is a research with a qualitative descriptive approach with a case study method. This research was conducted at the Outpatient Pratama Pangsor Medika Rancaekek. The analysis was carried out using the EFE matrix, IFE matrix and competitive profile matrix and continued with the SWOT matrix and then the QSPM matrix to determine the most appropriate strategy, then a strategic plan was developed using the Balanced Scorecard framework. With the Balanced Scorecard, work programs that are prepared can be measured and evaluated quickly and easily.*

*From this study, the researcher recommends a diversification strategy by way of market penetration, among others by adjusting prices, increasing promotions, improving product quality (improving service quality in hospitals), diversification or market penetration tactics so that hospitals can enter new markets by making new products. appropriate to the market and enter into cooperation with other companies to facilitate market penetration.*

*Keywords: Balanced Scorecard, IE, Marketing strategy, outpatient visits, SWOT.*

*Keywords: Compensation, Motivation, Job Satisfaction and Employee Performance*

# DAFTAR PUSTAKA

A Pearce II Jhon. Richard B. Robinson Jr, (2016). Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Terj. Nia Pramita Sari. Jakarta : Salemba Empat.

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, (2016); Manajemen Pemasaran, Raja Grafindo Persada, Depok.

Abdurrahman, Nana, (2015); Manajemen Strategi Pemasaran, Pustaka Setia, Bandung.

Anderson, L. W. & Krathwohl, D. R, (2016). Pembelajaran, Pengajaran dan Asesmen. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Arfan, Mohammad dan Roslina, (2017); *A Synthesis on SWOT Analysis of Public Sector Healthcare Knowledge Management Information System in Pakistan.* Jurnal *IJACS (An International Journal of Advanced Computer Science and Application*), Vol. 8, No. 8 [Diunduh 27 Mei 2022].

Armstrong, Kotler, (2015), “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England : Person Education, Inc.

Armstrong, Gary & Philip, Kotler, (2016), Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Assauri, Sofjan, (2015), Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi, Raja Grafindo Persada, Depok.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang, (2022), Kabupaten Sumedang Dalam Angka, Sumedang.

Baker, Sarah. 2016. Sustainable Development. Routledge. New York.

Buchari Alma; (2018); Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, Ed revisi, Alfabeta. Bandung.

Cravens & Piercy; (2016); *Strategic Marketing*, Ed. 10, *Mc Graw-Hill International,* Singapura.

David & Rangkuti, F. (2016), Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.

David, Fred R, 2015. Strategic Management, Buku 1. Edisi 13 Jakarta.

Fantri, Tita, Eriko dan Siti; (2016); Pengalaman Pasien di Rawat Inap di RS sebagai Upaya Penyusunan Strategi Pemasaran. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 14, No. 1. <http://jurnaljam.ub.ac.id> [Diunduh 27 Mei 2022]

Hery; (2017) ; Cara Cepat dan Mudah Memahami Pengantar Manajemen, Ed 2, Gava Media, Yogyakarta.

Hunger, David & Thomas Wheelen; (2016); Manajemen Strategis, Ed. 5, Alih Bahasa : Julianto Agung; (2016); Andi, Yogyakarta.

Hurriyati R; (2015); Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung: Alfabeta.

Indrawan, Rully dan Yaniati, Poppy; (2015); Metodologi Penelitian, PT Refika Aditama.

Jurnal Arsy; (2015); Evi Febrina Nurpeni. Rencana Pemasaran Klinik Eksekutif Rumah Sakit Hermina Depok dengan Pendekatan Balanced Scorecard.

Kartajaya H dan Asmara B; (2015); *WOW service is Care*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Kafa R; (2015); Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Jasa RS. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 11(3); 384-391.

Kotler; (2016); *Marketing Management*, Ed 15, *Prentice Hall International Editions*. USA, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip & Gerry Armstrong, (2017) : Principle Of Marketing, 15 th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Lupiyoadi dan Rambat; (2016); Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.

Malayu Hasibuan; (2015); Dasar, Pengertian dan Masalah Manajemen, Bumi Aksara, Jakarta.

Narimawati dan Sarwono; (2017); Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis kovarian dengan LISREL dan AMOS untuk Riset Skripsi, tesis, dan Disertasi, Jakarta : Salemba Empat.

Nurlia C, Hamzah A dan Indar; (2016); Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pasien Rawat Inap Memilih Layanan Kesehatan di RS Islam Faisal Makasar tahun 2016. Jurnal Administrasi dan Kebijakan kesehatan. 1(1): 15-21.

Peta Klinik Pratama Pangsor Medika; (2022); [Klinik Pratama Pangsor Medika- Google Maps](https://www.google.com/maps/place/Apotek%2BPangsor/%40-6.9658521%2C107.8083293%2C17z/data%3D%213m1%214b1%214m5%213m4%211s0x2e68c54cb21b80b1%3A0xef4bb0d732905fa1%218m2%213d-6.9658521%214d107.810518). [Diunduh 27 Mei 2022]

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2014 tentang Klinik.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2016 tentang Fasilitas Pelayanan Kesehatan.

Purnamasari AH, Nurhayani, hamzah dan Amir; (2016); Hubungan Bauran Pemasaran( *Marketing Mix*) dengan Kunjungan Pasien di Unit Rawat Jalan RSIA Faisal Maksasar tahun 2016. Jurnal Administrasi dan Kebijakan Kesehatan. 1(1): 40-47.

Priyantto SH, Hariyanti T dan Fatchurohmani; (2016); Peran Bauran Pemasaran dan Kelompok Acuan dalam Memilih Laboratorium RS Al Huda Genteng Banyuwangi. Jurnal Aplikasi Manajemen. 10(2):450-457.

Purwitasari; (2016); Rancangan Strategi Pemasaran Pelayanan Kesehatan di Puskesmas Soreang UPTD Pelayanan Kesehatan Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung.

Rachmat; (2018); Manajemen Strategik, Pustaka Setia, Bandung.

Rangkuti, Freddy; (2016); Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Retnaningtyas, Endah, Hasyim; (2016); Persepsi Pasien terhadap Bauran Pemasaran RS dan Pilihan RS. Jurnal Kedokteran Brawijaya., Vol.29, No. 3, pp305-309. [www.jkb.ub.ac.id](http://www.jkb.ub.ac.id) [Diunduh 27 Mei 2022]

Rovitasari SM, Utami S dan Sandra C; (2017); Analisis Segmen Pasar Pengguna Jasa Pelayanan Rawat Inap RS daerah Kalisat tahun 2017. [Repository] Universitas Jember, Jember.

Sedarmayanti; (2018); Manajemen Strategi, Refika Aditama, Bandung.

Supriyanto dan Ernawati; (2011); Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Edisi 1. Yogyakarta : Andi Publisher.

Sudaryono; (2016); Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy; (2017); Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi, Yogyakarta.

Tim Kementrian Kesehatan Indonesia; (2022); Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat, Bakti Husada, Jakarta.

Ulfah M, Rachmi AT dan Yunirinto A; (2016); Pengaruh Bauran Pemasaran terahadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di RS Bina Sehat Jember. Jurnal Aplikasi Manajemen, 11(3) :105-121.

Usman, Husaini; (2016); Manajemen (Teori, Praktek dan Riset Pendidikan). Edisi ke-5: Bumi Aksara.

Undang-Undang Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan.

Yunus, Eddy, 2016, Manajemen Strategi, Yogyakarta : Andi.

Wijayanti, Titik; (2012); Marketing Plan dalam Bisnis. Edisi.1. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.