**ARTIKEL**

**ANALISA IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PELAYANAN KESEHATAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN PASIEN DI UPT PUSKESMAS PAGARSIH KOTA BANDUNG**

**IRMA DEVI MULYATI**

**NPM : 208020170**

****

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2023**

**ABSTRAK**

Panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho kaayaan lingkungan éksternal jeung internal di Puskesmas Pagarsih, pikeun mikanyaho kaayaan Kakuatan, Kalemahan, Peluang, jeung Ancaman (SWOT) di Puskesmas Pagarsih. Métode panalungtikan ieu ngagunakeun métode déskriptif kualitatif ku cara ngayakeun wawancara anu jero sarta observasi langsung kana kaayaan Puskesmas Pagarsih di lapangan ogé studi pustaka. Analisis anu dilaksanakeun nyaéta analisis SWOT. Hasil tina ieu panalungtikan nunjukkeun yén stratégi anu dipilih nyaéta Stratégi SO, dimana strategi ieu museur kana ngamangpaatkeun kakuatan di lingkungan internal bari ngamangpaatkeun kasempetan anu aya. Saterusna dina tahap strategi marketing (Segmenting, Targeting, Positioning) jeung market mixing (Makreting Mix) bisa dilaksanakeun tindakan saperti nambahkeun tambahan tanaga médis (Dokter, Bidan, Perawat), nambahan tanaga teknis, ngaronjatkeun kompetensi SDM nu sustainable dina sagala lini layanan. jeung, Ngamekarkeun sarta renewing wangunan sarta fasilitas séjén ogé parabot kaséhatan on rutin, modernizing, digitalizing, online tur ngamekarkeun jasa program unggulan.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Analisis SWOT, IFAS, EFAS, Puskesmas Komunitas

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kondisi Lingkungan Eksternal dan Internal di Puskesmas Pagarsih, mengetahui Kondisi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) di Puskesmas Pagarsih. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam (in depth interview) serta observasi secara langsung kondisi Puskesmas Pagarsih di Lapangan serta studi kepustakaan. Analisa yang dilakukan merupakan analisa SWOT. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dipilih adalah Strategi SO, dimana strategi tersebut menitikberatkan pada memanfaatkan kekuatan di dalam lingkungan internalnya sambal memanfaatkan peluang yang ada. Kemudian pada tahapan strategi pemasaran (Segmenting, Targetting, Positioning) dan pembauran pasar (Makreting Mix) dapat dilakukan tindakan seperti penambahan Melakukan penambahan tenaga medis (Dokter, Bidan, Perawat), melakukan penambahan tenaga teknis, meningkatkan kompetensi SDM yang berkelanjutan di semua lini pelayanan dan, Mengembangkan dan memperbaharui gedung dan sarana lainnya serta alat kesehatan secara berkala, moderenisasi, digitalisasi, online dan Mengembangkan pelayanan program – program unggulan.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Analisis SWOT, IFAS, EFAS, Puskesmas

***ABSTRACT***

*The aim of this research is to determine the external and internal environmental conditions at the Pagarsih Community Health Center, to determine the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) conditions at the Pagarsih Community Health Center. This research method uses descriptive qualitative research methods by conducting in-depth interviews and direct observation of the conditions of the Pagarsih Community Health Center in the field as well as literature studies. The analysis carried out is a SWOT analysis. The results of this research show that the strategy chosen is the SO Strategy, where this strategy focuses on utilizing strengths in the internal environment while taking advantage of existing opportunities. Then at the marketing strategy stage (Segmenting, Targeting, Positioning) and market mixing (Makreting Mix) actions can be taken such as adding additional medical personnel (Doctors, Midwives, Nurses), adding technical personnel, increasing sustainable HR competency in all service lines and, Developing and renewing buildings and other facilities as well as health equipment on a regular basis, modernizing, digitalizing, online and developing superior program services.*

*Key word ; Strategy, Marketing, SWOT Analysis, IFAS, EFAS, Community Health Center*

1. **PENDAHULUAN**

Seluruh masyarakat indonesia dapat mempunyai kehidupan yang layak secara sosial dan ekonomi apabila berada dalam keadaan sejahtera baik fisik, mental, maupun sosial yang dapat diistilahkan dengan kata sehat. Selain merupakan hak asasi manusia, kesehatan juga merupakan investasi dalam mensejahterakan pertumbuhan nasional.

‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬‬ Puskesmas yang beroperasi dengan optimal maka akan dapat menjamin sebuah sistem pelayanan kesehatan perorangan yang komprehensif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan fasilitas kesehatan.

UPT Puskesmas Pagarsih saat ini mengelola layanan Kesehatan masyarakat di Kelurahan Karanganyar dan Cibadak. Secara geografi, Kecamatan Astanaanyar sangat menguntungkan untuk meningkatkan cakupan pelayanan kesehatan perorangan karena berada dekat dengan pusat Kota Bandung, Karena memiliki akses transportasi dilalui oleh angkutan umum yang banyak, maka lokasi UPT Puskesmas Pagarsih sangat strategis dan berada di Kawasan yang cukup padat. Berdasarkan gambaran tersebut di atas UPT Puskesmas Pagarsih dapat menghasilkan lebih banyak pendapatan dari revenue product yang dapat dikembangkan.

Untuk dapat bersaing dengan layanan kesehatan lainya, diperlukan pendekatan yang baik, khususnya melalui komunikasi pemasaran. Dengan memberikan pelayanan yang prima akan menguntungkan perusahaan. Pelayanan yang baik yang melampaui harapan pelanggan akan membuat mereka bahagia, dan pelanggan yang bahagia akan lebih percaya dan bertahan pada suatu produk yang secara tidak langsung menguntungkan bisnis dengan meningkatkan reputasinya.

Langkah pertama dalam membuat strategi pemasaran adalah mengidentifikasi produk dan target pasar setiap unit bisnis. Selanjutnya, tujuan pemasaran dan pengembangan harus ditentukan, dan strategi harus diterapkan dan diproses untuk memuaskan pelanggan pasar sasaran. Analisis situasi menunjukkan dengan tepat kekuatan dan kelemahan Puskesmas Pagarsih serta peluang dan ancaman bisnis. Setiap informasi yang dikumpulkan memainkan peran penting dalam merancang strategi pemasaran, termasuk analisa penargetan pasar serta penciptaan serta penempatan inovasi baru.

Jumlah kunjungan pasien Puskesmas Pagarsih sejak tahun 2021 hingga 2022 terdapat tren yang mengalami penurunan. Presentase kunjungan pada tahun 2021 sebesar 76,4%, tahun 2022 sebesar 68,7%, dan tahun 2020 sebesar 63%. Cakupan pasar di wilayah Kecamatan Astanaanyar sebagai fasiltas kesehatan tingkat pertama mayoritas berasal dari wilayah Kelurahan Karanganyar dan Cibadak sekitar 80% sedangkan pasien yang berasal dari luar kelurahan tersebut berada sekitar 20%. Hal ini disebabkan letak Puskesmas Pagarsih berada tepat di dekat perbatasan antara Kecamatan Astanaanyar dengan Kecamatan Bojongloa Kaler

**Rumusan Masalah**

Dengan mengacu pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi internal ataupun eksternal yang ada di Puskesmas Pagarsih ?
2. Bagaiman kondisi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang terdapat pada Puskesmas Pagarsih?
3. Bagaimana pengimplementasian strategi di Puskesmas Pagarsih?
4. Program dan kegiatan apa saja yang sudah dan akan dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih untuk meningkatkan kunjungan pasien?

**Tujuan Penelitian**

**Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui Kondisi Lingkungan Eksternal dan Internal di Puskesmas Pagarsih
2. Mengetahui Kondisi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) di Puskesmas Pagarsih
3. Mengetahui implementasi strategi yang ada di UPT Puskesmas Pagarsih
4. Mengetahui Program dan kegiatan yang sudah dan akan dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih untuk meningkatkan kunjungan pasien.

**Manfaat Penelitian**

**Manfaat Teoritis**

penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan strategi pemasaran pada institusi pemerintah khususnya institusi kesehatan di Kota Bandung. Hal ini juga dapat menjadi acuan upaya peningkatan kunjungan pasien ke puskesmas.

**Manfaat Praktis**

Dalam rangka merumuskan strategi, program, dan kegiatan pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk layanan kesehatan di Puskesmas Pagarsih sebagai Badan Layanan Unit Daerah dan bersaing dengan fasilitas kesehatan pemerintah dan swasta di wilayah kerjanya, maka penelitian ini akan bermanfaat untuk manajemen Puskesmas dengan memperluas wawasan dan pengetahuannya dalam analisis dan penerapan manajemen strategis. Selain itu, Puskesmas Pagarsih dapat menjadikan temuan penelitian tersebut sebagai masukan untuk meningkatkan daya saingnya.

1. **KERANGKA PEMIKIRAN**

**Kerangka Pemikiran**

Keleluasaan untuk mengelola keuangan dan tuntutan untuk meningkatkan pendapatan Puskesmas mendorong untuk dikembangkannya strategi pemasaran pelayanan kesehatan, sehingga Puskesmas Pagarsih dapat meningkatkan incomenya dan berkembang dengan lebih cepat (akselerasi). Dengan Strategi pemasaaran yang tepat maka Puskesmas Pagarsih akan dapat bersaing dengan kompetitor layanan sejenis.

Strategi pemasaran (*marketing strategy)* menurut Armstrong dan Kotler (2020:140) mengungkapkan bahwa strategi pemaasaran adalah *the marketing logic by which thw company hopes to create this customer value and achive these profitable relationship* adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan.

Strategi bauran pemasaran terdiri dari elemen-elemen berikut yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan layanan konsumen. Untuk mendapatkan hasil terbaik, setiap komponen perlu dimaksimalkan. Bauran pemasaran ini penting karena diperhitungkan ketika mengembangkan strategi pemasaran. Semua faktor yang saling berhubungan ini mewakili faktor pasar yang harus diperhitungkan agar strategi pemasaran dan positioning yang dipilih dapat berhasil diterapkan dan menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Metode yang digunakan untuk perencanaan strategi Puskesmas Pagarsih dengan menggunakan pendekatan David ( 2016 ). Proses perancangan melalui tahap- tahap sebagai berikut :

1. *Input*

Perancangan strategi puskesmas Pagarsih dimulai dengan melakukan analisis faktor internal bertujuan untuk mengientifikasi kekuatan dan kelemahan dari organisasi. Pada proses ini dilakukan dengan wawancara dengan tim manajemen Puskesmas Pagarsih. Kemudian untuk analisis eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman.

Analisis ekternal merupakan analisis yang dilakukan terhadap faktor- faktor diluar perusahaan, baik lingkungan makro maupun mikro. Untuk mengetahhui lingkungan makro dilakakukan teknik analisis terhadap faktor- faktor politik *( politic* ), ekonomi *( economy),* sosial budaya *( social )*, teknologi ( *tecnology* ), lingkungan alam *( environment ),* legal ( low analysis ). Analisis tersebut digunakan untuk memberikan gambaran dari faktor- faktor tertentu yang harus dipertimbangkan oleh laboratrium sebelum mengambil kebijakan maupun keputusan penting untuk keberlangsungan perusahaan.

2*. Proscess*

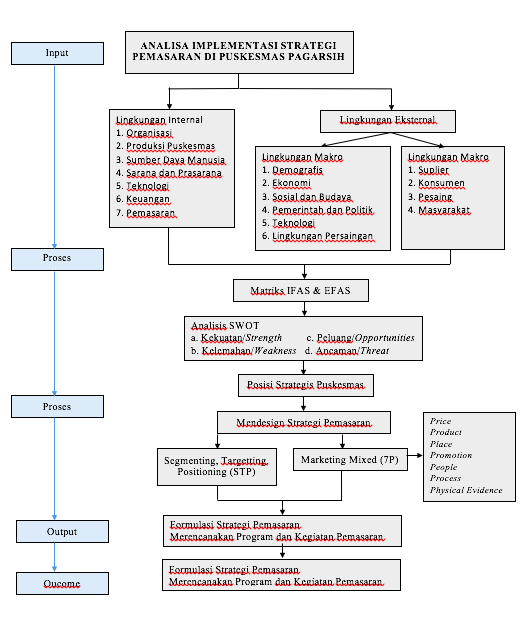
dari hasil nternal dan eksternal yang didapatkan kemudian dilakukan pembobotan dengan matriks IFAS dan EFAS, kemudian merumuskan faktor- faktor strategi dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui gambaran peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan atau memperbaiki kekuatan dan kelemahan internal. Dari hasil analisis SWOT kita dapat mengetahui posisi strategis dari Puskesmas Pagarsih Langkah selanjutnya adalah mendesain strategi pemasarannya dengan menggunakan *marketing mix*, yaitu *price, product, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* (7P) serta *Segmenting, Targetting* dan *Positioning* (STP)

3. *Output*

Output yang dihasilkan dalam proses perencanaan strategi dalam penelitian ini adalah menyusun strategi pemasaran jangka pendek, menengah dan panjang yang dituangkan dalam program dan kegiatan di setiap pelayanan yang ada di Puskesmas Pagarsih.

4. *Outcome*

Outcome dari penelitian ini adalah terwujudnya peningkatan jumlah pasien sesuai yang diharapkan oleh manajemen Puskesmas Pagarsih dalam kurun waktu tertentu.



**Gambar 1**

**Kerangka Pemikiran**

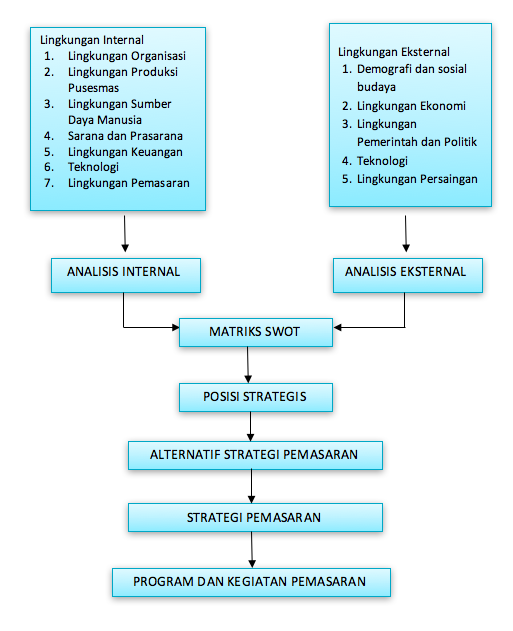
1. **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dimana penelitian ini merupakan penelitan yang menjelaskan bagaimana kondisi kinerja Puskesmas Pagarsih yang ditinjau secra objektif pada kondisi sekarang, lalu dilakukan analisi dengan metode-metode tertentu sehingga mendapatkan rancangan strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kunjungan pasien. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi baik yang berjalan secara alami maupun rekayasa yang dilakukan oleh manusia.Penelitian ini mengumpulkan informasi dan data dengan melakukan wawancara secara mendalam (*in depth interview*), sehingga peneliti banyak melibatkan pihak-pihak yang berperan penting terhadap kinerja dan strategi yang dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih untuk meningkatkan jumlah kunjungannya.

Penelitian deskriptif tidak hanya berkutat pada koleksi dan menyusun data saja, tetapi juga penelitian ini berfokus pada analisis data dan penginterpretasian pada data-data yang didapatkan. Dengan demikian, penelitian deskriptif dadapat juga melakukan studi komparasi. Penelitian deskriptif memfokuskan peneliti untuk manggambarkan fenomena atau peristiwa yang ada menarik perhatiannya, lalu menganalisis secara mendalam untuk mendapatkan hasi penelitian yang relevan pada saat itu (real time) namun belum tentu relevan pada masa yang akan datang, sehubungan dengan hal tersebut, penelitian deskriptif tidak selalu harus terdapat hipotesis dikarenakan peneliti hanya mendeskripsikan fenomena yang ada saja.

Penelitian ini mengumpulkan informasi dan data dengan melakukan wawancara secara mendalam (*in depth interview*), sehingga peneliti banyak melibatkan pihak-pihak yang berperan penting terhadap kinerja dan strategi yang dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih untuk meningkatkan jumlah kunjungannya.

Objek perancangan dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran pelayanan kesehatan pada puskesmas Pagarsih UPT pelayanan Kesehatan Kecamatan Astanaanyar Kota Bandung dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan, sehingga UPT pelayanan Kesehatan Kecamatan Astanaanyar, dalam hal ini Puskesmas Astanaanyar dapat lebih maju dan secara tidak langsung image Puskesmas Pagarsih dengan pelayanan yang lebih bermutu akan terwujud.

****

**Gambar 2**

**Skema Perancangan Strategi**

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Puskesmas Pagarsih Kota Bandung**

Puskesmas Pagarsih memiliki wilayah kerja dengan luas 86.868 hektar dan jumlah penduduk sebanyak 74.793 Jiwa dan selalu ada peningkatan jumlah penduduk dari tahun ketahun. Selain daripada itu letak puskesmas yang dekat dengan kawasan pendidikan membuka peluang untuk mengembangakan pangsa pasar pelayanan kesehatan melalui pemeriksaan siswa dan mahasiswa serta menjadikan pelayanan pertama bagi peserta asuransi BPJS umum maupun siswa atau mahasiswa. Sosialiasi pelayanan dapat melalui rapat kecamatan, kelurahan, instansi pemerintah dan swasta lainnya dadalam wilyah kerja. Didukung oleh pemerintah pusat, daerah, DPRD dan seluruh stakeholder di kecamatan dan kelurahan, hal ini dikarenakan puskesmas berorientasi ke pelayanan publik tingkat pertama yang sangat di butuhkan oleh msyarakat. Wilayah kerja Puskesmas Pagarsih berada di 2 (dua) kelurahan, yaitu Kelurahan Cibadak dan Kelurahan Karang Anyar.

Sebagian besar wilayah kerja bisa dilalui oleh kendaraan roda 2 dan 4 , dan beberapa daerah ada yang tidak bisa dilalui kendaraan roda 4. Kelurahan Cibadak memiliki 9 RW dan 10 Posyandu, sedangkan Kelurahan Karang Anyar memiliki 9 RW dan 9 Posyandu.

Puskesmas Pagarsih merupakan Puskesmas yang telah menerapkan BLUD (Badan Layanan Umum Daerah) sehingga Puskesmas dapat mempunyai kapasitas dalam mengelola keuangannya sendiri. Puskesmas Pagarsih juga telah bekerja sama dengan BPJS Kesehatan dan telah terakreditasi.

Puskesmas Pagarsih memiliki berbagai macam fasilitas seperti Instalagi Gawat Darurat, Poli Rawat Jalan, Poli Gigi, Poli Kesehatan Ibu dan Anak, Poli Persalinan, Poli TB dan Farmasi. Puskesmas Pagarsih memiliki bangunan 2 (dua) lantai.

Untuk meningkatkan kunjungan pasien dan meningkatkan kualitas pelayanan Kesehatan yang ada di Puskesmas Pagarsih, rencana strategis yang dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih adalah dengan cara mengisi kekurangan tenaga medis (dokter, bidan, perawat) dengan mengajukan penambahan tenaga medis. Hal ini dilakukan untuk lebih memaksimalkan pelayanan Kesehatan di Puskesmas Pagarsih agar Masyarakat menjadi lebih puas dengan kecepatan dan ketepatan penanganan yang dilakukan oleh tenaga medis yang ada di Puskesmas Pagarsih. Selain penambahan tenaga medis, tenaga non medis yang bersifat teknis juga akan ditambahkan dikarenakan akan membantu menunjang kecepatan alur administrasi pasien sehingga pasien tidak harus menunggu lama dalam mengantri untuk mendapatkan layanan Kesehatan di Puskesmas Pagarsih. Selain itu juga diberikannya peningkatan kapasitas karyawan melalui berbagai pelatihan untuk unit kerja terkait akan menbantu Puskesmas Pagarsih untuk memberikan pelayanan Kesehatan secara optimal oleh petugas yang terlatih sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri dan akan menjadi loyal kepada Puskesmas Pagarsih.

Dalam mengimplementasikan strategi yang ada di Puskesmas Pagarsih, terdapat kendala yang akan dihadapi seperti kekurangan SDM yang merupakan suatu kelemahan dari Puskesmas Pagarsih. Kekurangan SDM yang ad aini menyebabkan banyaknya karyawan Puskesmas Pagarsih memiliki pekerjaan ganda dalam melaksanakan tugas. Hal ini harus menjadi perhatian agar kinerja pelayanan Kesehatan optimal maka beban kerja yang diberikan harus sesuai dengan unit kerjanya.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dan hasil yang ditampilkan dalam matriks, Puskesmas Pagarsih berada pada posisi offensif agresif dimana Puskesmas Pagarsih berada di kuadran I dengan analisis faktor internal menghasilkan skor kekuatan sebesar 4,55 serta analissi faktor eksternal menghasilkan skor peluang sebesar 4,2. Hal ini membuat Puskesmas Pagarsih dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan pengembangan program tanpa banyak kesulitan. Strategi yang diambil oleh Puskesmas Pagarsih berupa peningkatan kualitas, pengembangan layanan yang sudah ada serta inovasi dalam era digital sekarang ini.

Posisi Puskesmas Pagarsih yang berada di kuadran I membuat Puskesmas Pagarsih memiliki kekuatan yang ditunjang dengan peluang yang ada di sekitarnya sehingga hal tersebut menjadi sangat dibutuhkan oleh Puskesmas Pagarsih.

Strategi yang dapat dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih dilakukan dengan melakukan penyesuaian dengan strategi Segmenting, Targetting, Positioning, serta pembauran pasar (7P) yang dapat dilakukan adalah Melakukan penambahan tenaga medis (Dokter, Bidan, Perawat) agar Masyarakat dapat diberikan pelayanan secara cepat dan optimal, melakukan penambahan tenaga teknis untuk menunjang kinerja alur pelayanan yang ada di Puskesmas Pagarsih, meningkatkan kompetensi SDM yang berkelanjutan di semua lini pelayanan dan manajemen agar pelayanan dan manajemen terisi dengan orang-orang yang kompeten bidangnya, Mengembangkan dan memperbaharui gedung dan sarana lainnya serta alat kesehatan secara berkala, moderenisasi, digitalisasi, online, mengembangkan pelayanan program – program unggulan.

1. **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

**KESIMPULAN**

dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis lingkungan terdapat dua lingkungan yaitu internal dan eksternal.

1. Lingkungan internal berisi beberapa faktor yang akan menjadi kekuatan *(Strength*) dan kelemahan *(Weakness)* bagi Puskesmas Pagarsih. Sedangkan lingkungan eksternal berisi beberapa faktor yang menjadi peluang *(Opportunity)* dan ancaman *(Threat).* Faktor lingkungan internal adalah faktor organisasi, produksi, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, keuangan, teknologi dan pemasaran. Sedangkan faktor lingkungan eksternal adalah faktor sosial budaya dan demografi, ekonomi masyarakat, kebijakan pemerintah dan politik, teknologi dan lngkungan persaingan. Kondisi lingkungan internal dan eksternal menempatkan Puskesmas Pagarsih berada pada kuadran I dimana posisi tersebut merupakan posisi yang cukup baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di Puskesmas Pagarsih. Kelebihan yang ada dalam ruang lingkup internal Puskesmas Pagarsih sejalan dengan peluang dari faktor eksternal untuk pengembangan dan peningkatan kualitas dari Puskesmas Pagarsih.
2. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal yang memaparkan faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*), serta analisis lingkungan eksternal yang menjelaskan faktor peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang ada di Puskesmas Pagarsih berada di posisi offesnsif agresif dimana Puskesmas Pagarsih dapat mengembangkan potensi bisnisnya dikarenakan Puskesmas Pagarsih memiliki kelebihan yang dapat dimanfaatkan dan dieksplorasi bersama peluang yang ada di Puskesmas Pagarsih. Peluang yang ada menjadi sangat dibutuhkan oleh Puskesmas Pagarsih. Berdasarkan kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di Puskesmas Pagarsih masih harus ditingkatkan. hal ini dikarenakan dalam analisis SWOT salah satu yang menjadi kelemahan adalah jumlah SDM yang dirasa masih kurang untuk memberikan pelayanan secara optimal. Selain SDM terdapat sarana dan fasilitas menjadi kelemahan dalam Puskesmas Pagarsih. Hal ini harus diperhatikan untuk Puskesmas Pagarsih agar sarana dan fasilitas yang ada dapat ditingkatkan bisa dengan pengadaan alat baru, perawatan yang rutin dan perbaikan alat yang rusak. Sarana yang memadai dapat menunjang kinerja dari Puskesmas Pagarsih itu sendiri.
3. Pengimplementasian strategi di Puskesmas Pagarsih sudah berjalan karena Puskesmas Pagarsih memiliki rencana strategis dan monitoring evaluasi untuk mengetahui keberhasilan Puskesmas dalam mencapai strateginya. Dalam pengimplementasian yang ada, masih terdapat hal yang harus diperhatikan di Puskesmas Pagarsih saat ini berada pada faktor internal nya sendiri sebagaimana disebutkan penulis pada poin sebelumnya, faktor sumber daya manusia dan sarana fasilitas masih menjadi penghambat dikarenakan hal tersebut menjadi krusial dalam proses implementasi strategi Puskesmas Pagarsih
4. Banyak implementasi dari strategi yang dilakukan Puskesmas Pagarsih telah dituangkan dalam berbagai program dan kegiatan. Program yang telah dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih tsudah cukup baik. Hal ini tertuang dalam rencana strategis Puskesmas Pagarsih terdapat 81 program dan kegiatan untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan di Puskesmas Pagarsih. Puskesmas pagarsih menitikberatkan pada kebijakan teknis seperti pembinaan pegawai, pengadaan barang dan lokakarya mini untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan Puskesmas Pagarsih. Selain intu pendaftaran pasien melalui aplikasi Whatsapp juga telah dilakukan untuk memudahkan calon pasien untuk mendaftar sehingga tidak harus mengunjungi Puskesmas terlebih dahulu untukmendapatkan antrian.

**SARAN**

Saran sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan yang ada di Puskesmas Pagarsih :

1. Agar seluruh karyawan Puskesmas Pagarsih memiliki satu tujuan untuk memajukan Puskesmas Pagarsih. Hal ini harus didukung oleh sistem manajemen yang baik dan professional agar kualitas pelayanan Puskesmas Pagarsih meningkat. Hal ini dapat dilakukan melalui rapat minggon, rapat koordinasi, briefing pegawai dengan pembahasan mengenai pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh Puskesmas Pagarsih beserta evaluasi dari yang sudah dilaksanakan
2. Memberikan peltihan bagi pegawai baik itu tenaga medis maupun tenaga teknis yang ada di Puskesmas Pagarsih. Pelatihan tindakan medis untuk tenaga medis dan pelatihan teknis pelayanan bagi tenaga teknis ini selain untuk menambah wawasan bagi unit kerja terbia, hal ini juga berguna untuk peningkatan kualitas pelayanan yang ada di Puskesmas Pagarsih. Sehingga seluruh karyawan dapat memahami penanganan pelayanan kesehatan yang efektif di Puskesmas Pagarsih
3. Memanfaatkan teknologi dan pesatnya informasi dengan melakukan promosi di media sosial. Pada zaman sekarang ini arus informasi tercepat adalah melalui internet, hal ini harus dapat dimanfaatkan oleh Puskesmas Pagarsih untuk mempromosikan pelayanan yang diberikan maupun kegiatan yang dilakukan. Media seperti Facebook, Instagram, Twitter/X, Whatsapp dapat menjadi tempat promosi yang baik bagi Puskesmas Pagarsih untuk mendapatkan atensi dari masyarakat.
4. Menambah tenaga medis baik dokter, bidan atau perawat agar mengefektifkan pelayanan Puskesmas. Dengan tingkat kunjungan yang tinggi, ketersediaan tenag medis yang cukup banyak dapat membantu pasien dalan pelayanan kesehatan sehingga pasien tidak akan complain dengan hal seperti antrian yang lama atau waktu tunggu yang lama dikarenakan kekurangan tenaga medis.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah, Thamrin and Francis Tantri, (2014), *Marketing Management*, Raja Grafindo Persada, Depok.

Abdurrahman, Nana, (2015), *Marketing Strategy Management*, Pustaka Setia,Bandung. Assauri, Sofjan, (2014). *Basic Marketing Management, Concepts and Strategies*, Raja Grafindo Persada, Depok.

Abdullah, Thamrin and Francis Tantric. 2014. Marketing Management, Raja Grafindo Poersada. Depok

Abdurrahman, Nana. 2015. Marketing Strategy Management. Faithful Library. Bandung

Andri Feriyanto and Endang Shyta Triana. 2015. Introduction to Management Yogyakarta: Mediatera.

Best, RJ. Market-Based Management: Strategies for growing customer value and profitability. 2013. 6th ed. New Jersey: Prentice Hal Inc.

Buchari Alma 2018. Marketing Management & Services Marketing, Revised Ed, Alfabeta. Bandung.

David R. Fred. Strategic Management Concept. 2013. Pearson. Edinburgh

Eddy Herjanto. 2015. Operations Management PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.

Kotler and Keller. 2012. Marketing Management. Edition 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, P. and Keller K. L. Marketing Management. 14th Global Edition. 2012. Pearson, Edinburgh

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. Marketing Principles. Edition 13.

Laporan kinerja Puskesmas Pagarsih 2022-2023

Purwitasari. 2016, Rancangan Strategi Pemasaran Pelayanan Kesehatan di Puskesmas Soreang UPTD Pelayanan Kesehatan Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung.

Pennenkes 43 tahun 2019 tentang puskesmas

Peraturan Nomor 27 Tahun 2019 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 46 Tahun 2015 Tentang Akreditasi Puskesmas, Klinik Pratama,Tempat Praktik Mandiri Dokter, Dan Tempat Praktik Mandiri Dokter Gigi

Rachmat. 2014. Manajemen Strategic. Pustaka Setia. Bandung

Undang-Undang No. 23 tahun 1992 tentang Kesehatan,

Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan Undang-Undang No. 36 Tahun 2014 Tentang Tenaga Kesehatan

Undang-Undang No. 38 Tahun 2014 Tentang Keperawatan