

ARTIKEL

RANCANGAN STRATEGI RUMAH SAKIT UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN DI RUMAH SAKIT PERMATA KUNINGAN (HOSPITAL STRATEGY DESIGN TO INCREASE PATIENT VISITS AT PERMATA KUNINGAN HOSPITAL)

Oleh:

**REGI FAUZAN
238020064**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2026**

**RANCANGAN STRATEGI RUMAH SAKIT UNTUK MENINGKATKAN
KUNJUNGAN PASIEN DI RUMAH SAKIT PERMATA KUNINGAN
(HOSPITAL STRATEGY DESIGN TO INCREASE PATIENT VISITS
AT PERMATA KUNINGAN HOSPITAL)**

Regi Fauzan ^{1*}

Program Magister Manajemen, Pascasarjana Universitas Pasundan

Email : drregifauzan@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan antar rumah sakit menuntut strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan pasien. Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi internal dan eksternal serta merumuskan strategi peningkatan kunjungan pasien pada Rumah Sakit Permata Kuningan menggunakan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis dilakukan menggunakan IFAS, EFAS, dan Matriks Internal–Eksternal (IE). Hasil menunjukkan skor IFAS sebesar 3,76 dan EFAS sebesar 3,14, yang menempatkan rumah sakit pada kuadran I (growth and build). Hal ini menunjukkan kondisi organisasi yang kuat dan berpotensi berkembang. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas layanan, pengembangan layanan unggulan, digitalisasi, penguatan kerja sama, serta peningkatan promosi. Program SMART PERMATA dirancang sebagai model strategi pengembangan. Kesimpulan menunjukkan bahwa rumah sakit memiliki potensi kuat untuk meningkatkan kunjungan pasien melalui strategi pertumbuhan yang optimal.

Kata kunci: strategi rumah sakit, kunjungan pasien, SWOT, IFAS, EFAS.

ABSTRACT

Increasing competition among hospitals requires effective strategies to enhance patient visits. This study aims to analyze internal and external conditions and to formulate strategies for increasing patient visits at Permata Kuningan Hospital using SWOT analysis. The method employed is a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, documentation, and literature review. The analysis was conducted using IFAS, EFAS, and the Internal–External (IE) Matrix. The results show an IFAS score of 3.76 and an EFAS score of 3.14, placing the hospital in Quadrant I (growth and build). This indicates a strong organizational condition with significant growth potential. The recommended strategies include improving service quality, developing flagship services, digitalizing services, strengthening partnerships, and enhancing promotion. The SMART PERMATA program was designed as a strategic development model. The study concludes that the hospital has strong potential to increase patient visits through optimal growth strategies.

Keywords: hospital strategy, patient visits, SWOT, IFAS, EFAS.

RINGKESAN

Pasanggiri antar rumah sakit nungtut ayana strategi anu éféktif pikeun ningkatkeun jumlah kunjungan pasien. Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis kaayaan internal jeung eksternal, sarta nyusun strategi pikeun ningkatkeun kunjungan pasien di Rumah Sakit Permata Kuningan ku ngagunakeun analisis SWOT. Méthode anu digunakeun nyaéta méthode déskriptif kualitatif, kalayan téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan observasi, wawancara, dokumentasi, jeung studi pustaka. Analisis data dilaksanakeun ku ngagunakeun IFAS, EFAS, sarta Matriks Internal–Eksternal (IE). Hasil panalungtikan nuduhkeun yén skor IFAS ngahontal 3,76 sarta EFAS 3,14, anu nempatkeun rumah sakit dina kuadran I (growth and build). Kaayaan ieu nuduhkeun yén organisasi aya dina posisi anu kuat sarta miboga kasempetan anu gedé pikeun terus mekar. Strategi anu direkoméndasikeun ngawengku ningkatkeun kualitas palayanan, ngamekarkeun layanan unggulan, digitalisasi palayanan, nguatkeun gawé bareng, sarta ningkatkeun promosi. Program SMART PERMATA dirancang minangka modél strategi pangembangan palayanan jeung pamasaran rumah sakit. Kacindekan panalungtikan nuduhkeun yén rumah sakit miboga poténsi anu kuat pikeun ningkatkeun kunjungan pasien ngaliwatan strategi pertumbuhan anu optimal sarta berkelanjutan.

Kecap konci: strategi rumah sakit, kunjungan pasien, SWOT, IFAS, EFAS.

I. PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan merupakan kebutuhan dasar yang terus mengalami peningkatan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan. Kondisi ini mendorong meningkatnya permintaan terhadap layanan yang berkualitas, cepat, dan efisien. Di Indonesia, khususnya Provinsi Jawa Barat, jumlah rumah sakit yang mencapai lebih dari 400 unit menunjukkan tingginya tingkat persaingan, termasuk di Kabupaten Kuningan yang memiliki 12 rumah sakit dengan jumlah yang relatif stabil dalam lima tahun terakhir.

Meskipun tidak terjadi penambahan jumlah rumah sakit, tingkat persaingan tetap tinggi sehingga setiap institusi dituntut untuk meningkatkan daya saing internal. Data kunjungan pasien Rumah Sakit Permata Kuningan tahun 2025 menunjukkan tren penurunan dari 11.770 kunjungan pada Januari menjadi 9.639 pada September. Penurunan ini terjadi pada seluruh layanan, yang mengindikasikan adanya permasalahan strategis, baik dari aspek pelayanan, pemasaran, maupun pengalaman pasien. Hal ini diperkuat oleh ulasan pasien yang menunjukkan adanya ketidakkonsistenan kualitas layanan dan waktu tunggu.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa rumah sakit memiliki kekuatan pada fasilitas, lokasi, dan citra, namun masih menghadapi kelemahan dalam konsistensi pelayanan dan keterbatasan tenaga spesialis. Di sisi lain, peluang terbuka melalui perkembangan teknologi dan kerja sama layanan kesehatan, meskipun dihadapkan pada persaingan dan tuntutan kualitas yang tinggi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kunjungan pasien di Rumah Sakit Permata Kuningan melalui pendekatan analisis SWOT.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT RS Permata

<i>Strength (Kekuatan)</i>
<ol style="list-style-type: none">1. Pelayanan cepat, aman, dan efisien2. Fasilitas kesehatan relatif lengkap (poliklinik, IGD, rawat inap, diagnostik, apotek)3. Citra rumah sakit cukup baik berdasarkan ulasan pasien (Google Review)4. Lokasi strategis dan mudah diakses masyarakat5. Jumlah kunjungan pasien dan jenis layanan terus berkembang
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>
<ol style="list-style-type: none">1. Ketidakkonsistenan kualitas pelayanan pada jam sibuk2. Waktu tunggu pasien yang relatif lama pada kondisi tertentu3. Keterbatasan layanan subspecialis dan teknologi medis canggih4. Keterbatasan jumlah tenaga medis spesialis
<i>Opportunities (Peluang)</i>
<ol style="list-style-type: none">1. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya layanan kesehatan2. Pertumbuhan jumlah penduduk di Kabupaten Kuningan3. Pemanfaatan teknologi digital (pendaftaran online, antrean digital, media sosial)4. Kerja sama dengan BPJS Kesehatan dan asuransi swasta5. Peluang kemitraan dengan institusi pendidikan dan perusahaan
<i>Threats (Ancaman)</i>
<ol style="list-style-type: none">1. Persaingan dengan rumah sakit swasta dan rumah sakit pemerintah lainnya2. Perubahan kebijakan dan regulasi di bidang kesehatan3. Tuntutan pasien terhadap pelayanan yang semakin cepat dan berkualitas4. Perkembangan teknologi layanan kesehatan yang menuntut inovasi berkelanjutan

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa RS Permata Kuningan memiliki kekuatan pada pelayanan, fasilitas, citra, dan lokasi, namun masih menghadapi kelemahan pada konsistensi layanan, waktu tunggu, serta keterbatasan tenaga spesialis. Peluang terbuka melalui peningkatan kesadaran kesehatan, teknologi digital, dan kerja sama, sementara ancaman berasal dari persaingan dan tuntutan kualitas layanan. Data kunjungan pasien dan umpan balik menunjukkan adanya penurunan kunjungan serta permasalahan pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merumuskan strategi peningkatan kunjungan pasien melalui analisis SWOT. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **RANCANGAN STRATEGI RUMAH SAKIT UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN DI RUMAH SAKIT PERMATA KUNINGAN (HOSPITAL STRATEGY DESIGN TO INCREASE PATIENT VISITS AT PERMATA KUNINGAN HOSPITAL)**.

II. KAJIAN PUSTAKA

a. Manajemen

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen juga berperan dalam mengoordinasikan aktivitas organisasi serta menghadapi perubahan lingkungan melalui strategi yang tepat.

b. Manajemen Pemasaran Jasa

Manajemen pemasaran jasa merupakan proses untuk menarik, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan melalui penciptaan nilai layanan. Dalam sektor rumah sakit, pemasaran jasa berfokus pada kualitas layanan, pengalaman pasien, serta strategi seperti bauran pemasaran 7P dan pendekatan digital.

c. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah proses perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Penerapannya membantu organisasi beradaptasi dengan lingkungan serta meningkatkan kinerja dan daya saing.

d. Rencana Strategi Rumah Sakit

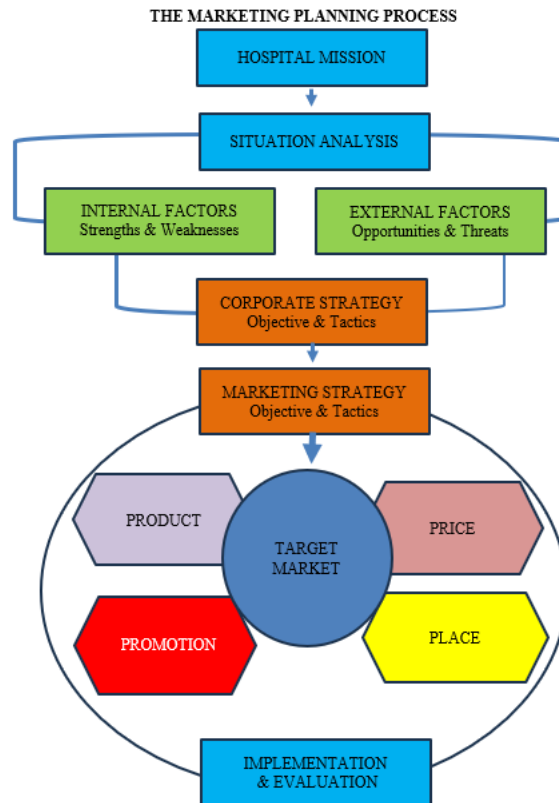
Rencana strategi rumah sakit merupakan pedoman untuk mencapai tujuan organisasi melalui analisis internal dan eksternal, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi kinerja guna meningkatkan kualitas layanan dan kunjungan pasien.

e. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan kinerja rumah sakit.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dalam kajian pustaka, maka dapat disusun kerangka pemikiran penelitian ini. Penelitian ini tidak menggunakan metode kualitatif, yang berfokus pada analisis kondisi internal dan eksternal organisasi sebagai dasar perumusan strategi. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji faktor kekuatan dan kelemahan sebagai aspek internal, serta peluang dan ancaman sebagai aspek eksternal yang memengaruhi kinerja rumah sakit. Hasil analisis tersebut digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan kunjungan pasien di Rumah Sakit Permata Kuningan.



Gambar 1. 1 Kerangka Pemeikiran Penelitian

Proposisi Penelitian

Proposisi 1: Lingkungan internal memengaruhi perancangan strategi peningkatan kunjungan pasien.

Proposisi 2: Lingkungan eksternal berperan penting dalam perancangan strategi.

Proposisi 3: Visi, misi, dan tujuan menjadi dasar formulasi strategi.

Proposisi 4: Strategi disusun berdasarkan kondisi internal dan eksternal.

Proposisi 5: Strategi pemasaran perlu dirumuskan secara jelas untuk meningkatkan kunjungan pasien.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis perancangan strategi dalam meningkatkan kunjungan pasien di Rumah Sakit Permata Kuningan. Pendekatan ini dipilih karena mampu memahami fenomena secara mendalam melalui kondisi alami tanpa manipulasi, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Lokasi penelitian dilakukan di Rumah Sakit Permata Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Subjek penelitian meliputi pihak manajemen rumah sakit, seperti direktur, bagian pemasaran, SDM, dan unit pelayanan medis. Sumber data terdiri dari data primer (wawancara, observasi, dokumentasi) dan data sekunder (literatur dan dokumen pendukung). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi kinerja rumah sakit. Hasil

analisis SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi melalui matriks SO, WO, ST, dan WT. Tahapan penelitian meliputi persiapan, analisis lingkungan internal dan eksternal, pengumpulan data, analisis data, perumusan strategi, serta penyusunan laporan. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi, kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Hasil akhir penelitian ini berupa rekomendasi strategi yang tepat dan aplikatif untuk meningkatkan kunjungan pasien di Rumah Sakit Permata Kuningan.

IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. HASIL ANALISIS

Rumah Sakit Permata Kuningan merupakan salah satu rumah sakit swasta tipe C yang berlokasi di Kabupaten Kuningan dan berperan sebagai penyedia layanan kesehatan rujukan tingkat lanjutan. Rumah sakit ini menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang meliputi pelayanan rawat jalan, rawat inap, instalasi gawat darurat (IGD), serta berbagai layanan penunjang medis seperti laboratorium, radiologi, dan farmasi. Dari aspek sumber daya, Rumah Sakit Permata Kuningan didukung oleh tenaga medis dan tenaga kesehatan yang terdiri dari dokter umum, dokter spesialis, tenaga keperawatan, serta tenaga administrasi. Keberadaan sumber daya manusia tersebut menjadi faktor penting dalam menunjang operasional pelayanan kesehatan yang diberikan kepada masyarakat.

Selain itu, rumah sakit ini memiliki fasilitas yang relatif lengkap dengan dukungan sarana prasarana yang memadai serta lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh masyarakat. Kondisi ini menjadi modal awal yang cukup kuat dalam meningkatkan daya saing rumah sakit di tengah persaingan layanan kesehatan yang semakin kompetitif di Kabupaten Kuningan.

Analisis Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis yang berasal dari dalam organisasi yang berpotensi menjadi kekuatan maupun kelemahan dalam mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, diperoleh beberapa faktor internal sebagai berikut:

Kekuatan (Strengths):

1. Pelayanan kesehatan relatif cepat, aman, dan efisien
2. Ketersediaan fasilitas pelayanan yang cukup lengkap
3. Lokasi rumah sakit yang strategis dan mudah diakses
4. Citra rumah sakit yang cukup baik di masyarakat
5. Keberagaman layanan kesehatan yang tersedia

Kelemahan (Weaknesses):

1. Ketidakkonsistenan kualitas pelayanan, terutama pada jam sibuk
2. Waktu tunggu pasien yang relatif lama pada kondisi tertentu
3. Keterbatasan tenaga medis spesialis
4. Pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal
5. Sistem manajemen pelayanan yang belum terintegrasi secara menyeluruh

Temuan tersebut menunjukkan bahwa secara internal rumah sakit memiliki kekuatan yang cukup dominan, namun masih terdapat beberapa aspek operasional yang perlu ditingkatkan, khususnya terkait efisiensi pelayanan dan pengelolaan sumber daya manusia.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor di luar organisasi yang dapat memengaruhi kinerja rumah sakit, baik dalam bentuk peluang maupun ancaman.

Hasil analisis menunjukkan bahwa:

Peluang (Opportunities):

1. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan
2. Pertumbuhan jumlah penduduk di Kabupaten Kuningan
3. Perkembangan teknologi digital dalam pelayanan kesehatan
4. Peluang kerja sama dengan BPJS Kesehatan dan asuransi swasta
5. Potensi kemitraan dengan institusi pendidikan dan perusahaan

Ancaman (Threats):

1. Tingginya tingkat persaingan antar rumah sakit
2. Perubahan kebijakan dan regulasi di bidang kesehatan
3. Meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas pelayanan
4. Perkembangan teknologi yang menuntut inovasi berkelanjutan

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang yang signifikan bagi pengembangan rumah sakit, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan yang harus diantisipasi secara strategis.

Rancangan Strategi Peningkatan Kunjungan Pasien

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, dirumuskan beberapa alternatif strategi yang berorientasi pada peningkatan kunjungan pasien secara berkelanjutan.

Strategi yang dihasilkan meliputi:

1. Peningkatan kualitas pelayanan Kesehatan. Melalui standarisasi prosedur pelayanan, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta penguatan budaya pelayanan prima.
2. Pengembangan layanan unggulan (service excellence). Dengan menambah layanan spesialis tertentu serta mengembangkan layanan yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan rumah sakit lain.
3. Digitalisasi pelayanan rumah sakit. Melalui implementasi sistem pendaftaran online, antrean digital, serta pengembangan aplikasi berbasis mobile guna meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses layanan.
4. Penguatan jejaring dan kerja sama strategis. Dengan memperluas kerja sama dengan BPJS, perusahaan, asuransi swasta, serta institusi pendidikan dalam rangka meningkatkan jumlah rujukan pasien.
5. Optimalisasi promosi dan edukasi Kesehatan. Melalui pemanfaatan media digital dan kegiatan edukasi kesehatan masyarakat untuk meningkatkan awareness dan citra rumah sakit.

Sebagai bentuk integrasi strategi, penelitian ini juga merancang program SMART PERMATA sebagai model implementasi strategi yang menggabungkan aspek pelayanan, pemasaran, dan teknologi

Analisis SWOT dan Penentuan Posisi Strategi

Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan eksternal, diperoleh:

- a. Skor IFAS sebesar 3,76 yang menunjukkan kondisi internal organisasi berada pada kategori kuat
- b. Skor EFAS sebesar 3,14 yang menunjukkan kemampuan organisasi dalam merespons peluang eksternal tergolong baik

Hasil pemetaan pada Matriks Internal–Eksternal (IE Matrix) menunjukkan bahwa Rumah Sakit Permata Kuningan berada pada Kuadran I (growth and build strategy). Posisi ini mengindikasikan bahwa organisasi memiliki kekuatan internal yang tinggi serta peluang eksternal yang besar, sehingga strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan (growth strategy), seperti:

- a. Penetrasi pasar
- b. Pengembangan pasar
- c. Pengembangan produk/layanan
- d. Integrasi teknologi pelayanan

B. PEMBAHASAN

1. Analisis Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi internal Rumah Sakit Permata Kuningan secara umum berada dalam kategori kuat, yang ditandai dengan ketersediaan fasilitas yang memadai, lokasi strategis, serta citra positif di masyarakat. Hal ini sejalan dengan konsep manajemen strategi yang menyatakan bahwa kekuatan internal merupakan faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif organisasi. Namun demikian, kelemahan yang ditemukan, khususnya terkait waktu tunggu pelayanan dan ketidakkonsistenan kualitas layanan, menunjukkan adanya gap antara standar pelayanan yang diharapkan dengan realisasi di lapangan. Dalam konteks manajemen jasa, kualitas pelayanan yang tidak konsisten dapat menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pasien.

Dari sisi eksternal, peluang yang tersedia cukup besar, terutama didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan perkembangan teknologi digital. Namun, tingginya tingkat persaingan antar rumah sakit menuntut organisasi untuk lebih adaptif dan inovatif dalam merespons perubahan lingkungan.

2. Analisis Rancangan Strategi Peningkatan Kunjungan Pasien

Strategi yang dirumuskan dalam penelitian ini menunjukkan pendekatan yang komprehensif, dengan mengintegrasikan aspek internal dan eksternal organisasi. Digitalisasi pelayanan menjadi salah satu strategi utama yang relevan dengan perkembangan era teknologi informasi. Implementasi sistem digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan pengalaman pasien (patient experience), yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kunjungan. Selain itu, pengembangan layanan unggulan menjadi strategi diferensiasi yang penting dalam menghadapi persaingan. Rumah sakit yang mampu menawarkan layanan spesifik dengan kualitas tinggi akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Program SMART PERMATA dalam penelitian ini dapat dipandang sebagai inovasi strategis yang berfungsi sebagai model integratif dalam mengelola pelayanan, pemasaran, dan teknologi secara simultan.

3. Analisis SWOT terhadap Rancangan Strategi

Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dirumuskan telah sesuai dengan kondisi organisasi.

- a. Strategi SO (Strength–Opportunities): Memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal melalui pengembangan layanan dan digitalisasi
- b. Strategi WO (Weakness–Opportunities): Mengatasi kelemahan melalui pemanfaatan peluang, seperti peningkatan SDM dan teknologi
- c. Strategi ST (Strength–Threats): Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman melalui peningkatan kualitas pelayanan
- d. Strategi WT (Weakness–Threats): Strategi defensif untuk meminimalkan risiko melalui efisiensi operasional

Dengan posisi organisasi pada Kuadran I, strategi agresif (growth strategy) menjadi pilihan yang paling tepat untuk meningkatkan kunjungan pasien secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan peningkatan kunjungan pasien tidak hanya ditentukan oleh faktor fasilitas, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi, serta strategi pemasaran yang terintegrasi. Oleh karena itu, implementasi strategi berbasis analisis SWOT menjadi pendekatan yang relevan dalam meningkatkan daya saing rumah sakit secara berkelanjutan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi internal Rumah Sakit Permata Kuningan berada pada kategori kuat (skor IFAS 3,76), didukung oleh kompetensi tenaga kesehatan, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang memadai. Kondisi eksternal juga menunjukkan peluang yang besar (skor EFAS 3,14), yang berasal dari kerja sama dengan BPJS, lokasi strategis, peningkatan kebutuhan layanan kesehatan, serta perkembangan teknologi digital.

Berdasarkan Matriks Internal–Eksternal (IE), rumah sakit berada pada kuadran I (*growth and build*), sehingga strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Strategi yang dirumuskan meliputi peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan layanan unggulan, digitalisasi layanan kesehatan, penguatan kerja sama, serta peningkatan promosi. Konsep SMART PERMATA menjadi model strategi yang menekankan inovasi layanan, kemudahan akses, pemanfaatan teknologi, serta peningkatan pengalaman pasien secara berkelanjutan.

B. SARAN

Manajemen Rumah Sakit Permata Kuningan disarankan untuk mengoptimalkan kekuatan internal, khususnya dalam peningkatan kompetensi tenaga kesehatan, kualitas pelayanan, dan pemanfaatan fasilitas secara maksimal. Selain itu, peluang eksternal seperti kerja sama dengan BPJS, pemanfaatan teknologi digital, serta posisi strategis rumah sakit perlu dimaksimalkan untuk mendukung peningkatan kunjungan pasien.

Implementasi strategi yang telah dirumuskan perlu dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan, terutama dalam pengembangan layanan unggulan, digitalisasi pelayanan, serta penguatan promosi dan edukasi kesehatan. Penerapan konsep SMART PERMATA juga perlu diintegrasikan secara sistematis agar mampu meningkatkan akses layanan, kepuasan pasien, serta daya saing rumah sakit dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Mariyani, D. P. E., Artana, I. M., & Alam, H. S. (2023). Analisis strategi digital marketing untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak. *JUTISI: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 12(1). doi:10.35889/jutisi.v12i1.1220
- Sudrajat, C. R., Mulyani, S., Nugroho, T., & Kosasih, K. (2025). Strategi peningkatan kunjungan pasien berbasis analisis SWOT: Studi kasus di Rumah Sakit Islam Hj. Siti Muniroh Kota Tasikmalaya. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1). doi:10.54082/jupin.1016
- Wijayanto, T., & Hardisman. (2022). Analisis SWOT sebagai strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien di RSIA Mutiara Bunda. *Jurnal Endurance*, 7(3). doi:10.22216/jen.v7i3.1834

- Herawati, H., Kodyat, A. G., & Yoshida, E. (2025). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas kunjungan pasien di RS Bhayangkara TK II Jambi. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARS)*, 9(4). doi:10.52643/marsi.v9i4.7096
- Panjaitan, L., Yoshida, E., & Supardjo, S. (2025). Strategi pengembangan pelayanan fisioterapi dengan pendekatan balanced scorecard di Rumah Sakit Radjak. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARS)*, 9(4). doi:10.52643/marsi.v9i4.6947
- Juniati, A., Mardjuni, S., & Said, M. (2025). Efektivitas strategi pemasaran Rumah Sakit Stroke Center Dadi Provinsi Sulawesi Selatan dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien. *Indonesian Journal of Business and Management*, 8(1). doi:10.35965/jbm.v8i1.7751
- Fitriasari, N., Wahyudi, B., Sukajie, B., & Widjaja, Y. R. (2025). Pengembangan strategi pemasaran 4C sebagai upaya meningkatkan kunjungan pasien ke Poli OBGYN Rumah Sakit Tingkat IV Samarinda. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(3). doi:10.63447/jpni.v6i3.1631
- Setyawati, D., & Pujiyanto, P. (2025). Strategi marketing dengan mengoptimalkan SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan kunjungan pasien: Literature review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 6(1). doi:10.31004/jkt.v6i1.38859
- Lubis, E. H., Marta, R., Salim, M., Ilyas, M., & Noviarti, N. (2025). Stimulasi bauran pemasaran untuk meningkatkan minat kunjungan ke Rumah Sakit Yadika Kebayoran Lama. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS Dr. Soetomo*, 11(1). doi:10.29241/jmk.v11i1.2219
- Maranggi, O., Sulistiadi, W., & Bachtiar, A. (2024). Efektivitas strategi marketing rumah sakit terhadap minat kunjungan pasien. *Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(6). doi:10.36418/syntax-imperatif.v4i6.332
- Limirang, R. S., & Bachtiar, A. (2021). Perencanaan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan kunjungan pasien poliklinik gigi Rumah Sakit Satya Negara. *Jurnal Annadaa*, 8(1). doi:10.31602/ann.v8i1.4586
- Vikandi, B., Laksono, S., & Baihakki, I. (2019). Strategi pemasaran rumah sakit di era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) study RSM Siti Khodijh Kediri. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 180–184. doi:10.32503/revitalisasi.v8i2.934
- Rahmayanti, N., & Yuliaty, F. (2024). Efektivitas strategi pemasaran melalui Instagram dalam meningkatkan kunjungan pasien lama dan baru ke rumah sakit. *Didaktik: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 10(3). doi:10.36989/didaktik.v10i3.4211
- Wintoro, D., & Muslikhun. (2025). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan pasien pada RSUD Anwar Medika. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 21(11). doi:10.2324/evw3m936
- Annisa, M., & Pujiyanto, P. (2022). Analisis rancangan strategi marketing rumah sakit dalam upaya meningkatkan angka kunjungan pasien tindakan mata RS Mata Bandung Eye Center. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10). doi:10.36418/syntax-literate.v7i10.13327
- Dewi, M. (2022). Rencana strategi pemasaran rumah sakit saat pandemi COVID-19 (Studi kasus RS XYZ di Bogor). *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 8(3). doi:10.7454/arsi.v8i3.4692
- Sudrajat, C. R., Mulyani, S. R., Nugroho, T., & Kosasih, K. (2025). Strategi peningkatan kunjungan pasien berbasis analisis SWOT: Studi kasus di Rumah Sakit Islam Hj. Siti Muniroh Kota Tasikmalaya. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1). doi:10.54082/jupin.1016

- Tanumiharja, L. J. S., Juju, U., & Setiawati, T. (2022). Pengembangan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien (Studi kasus pada unit rawat jalan pasien BPJS di RSUD Kota Bandung Kiwari). *Repository Universitas Pasundan*.
- Mulyasari, I., Kodyat, A. G., & Windyaningsih, C. (2020). Pengembangan strategi pemasaran medical check up (MCU) di Rumah Sakit Anna Medika Bekasi untuk meningkatkan pendapatan. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARS)*, 4(2). doi:10.52643/marsi.v4i2.799
- Yücel, M. (2025). Efektivitas pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan kunjungan pasien di rumah sakit: Literature review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(4). doi:10.56338/mppki.v6i4.3173