

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terwujudnya keadaan sehat adalah kehendak semua pihak. Tidak hanya oleh orang per orang, tetapi juga oleh keluarga, kelompok dan bahkan masyarakat. Dalam rangka mewujudkan status kesehatan masyarakat yang optimal, maka berbagai upaya harus dilaksanakan, salah satu diantaranya ialah membuat pusat pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Keunggulan pelayanan klinik tergantung pada keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh klinik tersebut. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan pasien karena yang dirasakan dan dinikmati langsung oleh pasien akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pasien (Kotler, 2009).

Klinik atau pelayanan kesehatan setempat merupakan salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yang memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat derajat kesehatan masyarakat Indonesia di wilayah masing-masing. Dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat pada umumnya perlu diperhatikan, salah satu diantaranya yang dianggap mempunyai peranan yang cukup penting adalah penyelenggaraan pelayanan kesehatan. Agar penyelenggaraan pelayanan kesehatan dapat mencapai tujuan yang diinginkan maka pelayanan harus memenuhi berbagai syarat yang diantaranya tersedia dan berkesinambungan, dapat

diterima dan wajar, mudah dicapai, mudah dijangkau dan bermutu. WHO (1947) mengatakan sehat adalah keadaan yang sempurna dari fisik, mental, dan sosial, tidak hanya bebas dari penyakit atau kelemahan.

Pembangunan kesehatan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Dalam Undang-undang No.23 Tahun 1992 tentang kesehatan ditetapkan bahwa kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi. Tujuan pembangunan kesehatan adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang optimal (UU Kesehatan, 1995). Peningkatan derajat kesehatan dilakukan melalui peningkatan kualitas dan kelayakan kesehatan yang merata dan terjangkau pada seluruh masyarakat baik secara geografis maupun ekonomi membutuhkan penyediaan sarana pelayanan kesehatan sebagai fasilitasnya. Klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan dan menyediakan pelayanan medis dasar dan atau spesialisik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis (Permenkes RI No.9,2014).Oleh karena itu, setiap rumah sakit atau klinik harus dapat membuat suatu strategi pemasaran yang tepat dan dapat membuat suatu strategi pemasaran yang tepat dan dapat membuat suatu perencanaan untuk dapat bersaing dimasa sekarang dan akan datang. Strategi tersebut diperlukan untuk dapat meningkatkan daya saing diantara perusahaan yang sejenis. Usaha tersebut tidak mudah dikarenakan klinik tersebut harus memiliki strategi bersaing yang tepat dalam usahanya mencapai

keunggulan yang kompetitif. Situasi berkembang zaman yang selalu berubah-ubah dapat menjadikan peluang peningkatan usaha atau bahkan menjadi ancaman bagi klinik tersebut. Salah satu upaya untuk mengetahui strategi yang tepat bagi klinik adalah dengan analisis SWOT. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Imran Aslan, et.al (2014) dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa analisis SWOT dapat digunakan untuk menyebarkan strategi yang dikembangkan dalam rangka untuk menjadi sukses di lingkungan global dimasa depan.

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi rumah sakit atau klinik. Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi klinik dimulai dengan menggali *opportunity* (peluang) dan *treats* (ancaman) yang terkadang dalam lingkungan eksternal serta memahami *strength* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) pada aspek internal perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu bersaing dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Rangkuti, 2013). Klinik merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan yang kompleks dan mempunyai fungsi yang lebih luas menyangkut fungsi peningkatan, pencegahan, penyembuhan dan rehabilitasi dengan mendekatkan pelayanan pada masyarakat.

Penerapan strategi pemasaran yang tepat mempunyai peran penting dalam mewujudkan loyalitas pasien terhadap pelayanan jasa klinik. Bentuk pelayanan jasa berbeda dengan produk fisik, dimana pelayanan jasa tidak dapat dilihat, dirasakan didengar atau diraba sebelum dibeli. Kotler (2009) menyebutkan untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan

dari tempat, orang, peralatan bahkan komunikasi, simbol dan harga. Hal ini menuntut klinik untuk dapat mempresentasikan kualitas jasa melalui bukti dan jaminan atas layanan jasa kesehatan yang diberikan.

Klinik Dilla didirikan oleh Dr. Dilla Sari Fitri pada tahun 2008. Klinik kesehatan ini beralamat di jalan Kartama. Pada tahun 2008 hingga sekarang sudah banyak perkembangan yang sudah dilakukan oleh klinik Dilla. Beberapa usaha yang dilakukan oleh Klinik Dilla sebagai bentuk pemasaran, yaitu dengan cara bekerja sama dengan puskesmas yang berada di sekitar wilayah kartama dan Klinik Dilla juga menerima peserta BPJS, ASKES, JAMKESMAS, TNI, POLRI, dan perusahaan. Klinik Dilla merupakan salah satu klinik umum yang menjadi tujuan utama bagi masyarakat sekitar jalan kartama. Apalagi desain klinik yang semakin di percantik agar pasien tertarik untuk berobat ke klinik dilla. Menariknya desain klinik tersebut sangat mempengaruhi angka kunjungan pasien. Di wilayah tersebut terdapat juga beberapa klinik yang menawarkan layanan jasa yang bervariasi. Artinya, Klinik Dilla mempunyai pesaing dalam memberikan pelayanan kesehatan khususnya dalam pelayanan kesehatan masyarakat sekitar klinik tersebut. Perkembangannya semakin pesat ditandai dengan bertambahnya sarana dan prasarana seperti penambahan jumlah kamar atau tempat tidur, fasilitas penunjang medis serta bertambahnya jumlah karyawan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui variabel-variabel yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada klinik Dilla. Apalagi banyaknya puskesmas dan balai pengobatan yang

ada diwilayah marpoyan damai pekanbaru menyebabkan klinik Dilla harus mempunyai strategi yang tepat dalam mengembangkan pelayanan jasa kepada masyarakat..

Dalam lingkungan global yang ssemakin ketat dengan masuknya pelayanan yang inovatif dan disisi lain mengelola loyalitas pasien menjadi tantangan manajerial klinik.Adapun program pelayanan yang diberikan oleh Klinik Dilla antara lain :

Tabel 1.1
Pelayanan Klinik Dilla di Kartama

No.	Pelayanan	No.	Pelayanan
1	Pemeriksaan Dokter Umum	8	Vaksin dan Imunisasi
2	Pemeriksaan Dokter Gigi	9	Dokter Keluarga
3	Melayani Peserta BPJS	10	Dokter Perusahaan
4	Pemeriksaan Laboratorium Sederhana	11	Toko Obat
5	Persalinan Normal	12	Pelayanan Edukasi Penderita Diabetes
6	Pusat Khitan	13	USG
7	Layanan Keluarga Berencana (KB)		

Sumber: klinik Dilla tahun 2017

Dalam upaya untuk memenangkan persaingan klinik Dilla harus selalu mencari solusi yang inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan pasien yang selalu berubah-ubah. Oleh karena itu klinik dilla harus menerapkan analisis SWOT untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan oleh Klinik Dilla di jalan Kartama.

Bentuk pelayanan prima yang diharapkan kadang-kadang sering terjadi pandangan persepsi yang berbeda antara pasien dan fasilitator (klinik atau pelayanan kesehatan lainnya). Dari tahun ketahun semakin banyaknya persaingan antar klinik namun sebagai klinik yang sudah berdiri sejak lama harus dipertahankan dan dikembangkan segala pelayanan maupun peralatan klinik agar pasien tidak berpindah ke klinik yang lebih bisa mengerti pasiennya.

Pasien mengartikan pelayanan yang bermutu dan efektif jika pelayanannya nyaman, menyenangkan dan petugasnya ramah yang mana secara keseluruhan memberikan kesan kepuasan terhadap pasien. Adapun jumlah pasien rawat jalan klinik Dilla yaitu:

Tabel 1.2

**DATA PASIEN RAWAT JALAN KLINIK DILLA
BULAN JANUARI - DESEMBER 2017**

No.	BULAN	JUMLAH PASIEN
1.	Januari	1.963 pasien
2	Februari	1.852 pasien
3	Maret	2.104 pasien
4	April	1.867 pasien
5	Mei	2.031 pasien
6	Juni	1.737 pasien
7	Juli	2.027 pasien
8	Agustus	1.922 pasien
9	September	1.892 pasien
10	Oktober	1.995 pasien
11	November	1.949 pasien
12	Desember	2.168 pasien
	Total jumlah pasien	23.507 pasien

Sumber : Data klinik Dilla tahun 2017

Dari bulan januari sampai desember 2017 terjadinya kenaikan dan penurunan jumlah pasien rawat jalan. Dan dilihat dari bulan oktober hingga desember mulai terjadi kenaikan jumlah pasien yang berobat. Maka dari itu klinik dilla harus mempertahankan pasien yang sudah ada dan harus memiliki strategi yang tepat bagaimana pasien dapat bertahan dan agar pasien semakin bertambah,

oleh karena itu maka penulis bermaksud meneliti lebih lanjut mengenai strategi pengembangan dengan memilih judul:

“Analisis SWOT Pada Klinik Dilla di Jalan Kartama Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “Strategi apakah yang tepat digunakan oleh Klinik Dilla untuk meningkatkan jumlah pasien”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi yang tepat digunakan oleh Klinik Dilla dalam meningkatkan jumlah pasien.
2. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan pada Klinik Dilla.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya mengembangkan usaha pada era pasar globalisasi saat ini, sehingga hasil penelitian ini dapat berguna bagi :

a. Bagi penulis

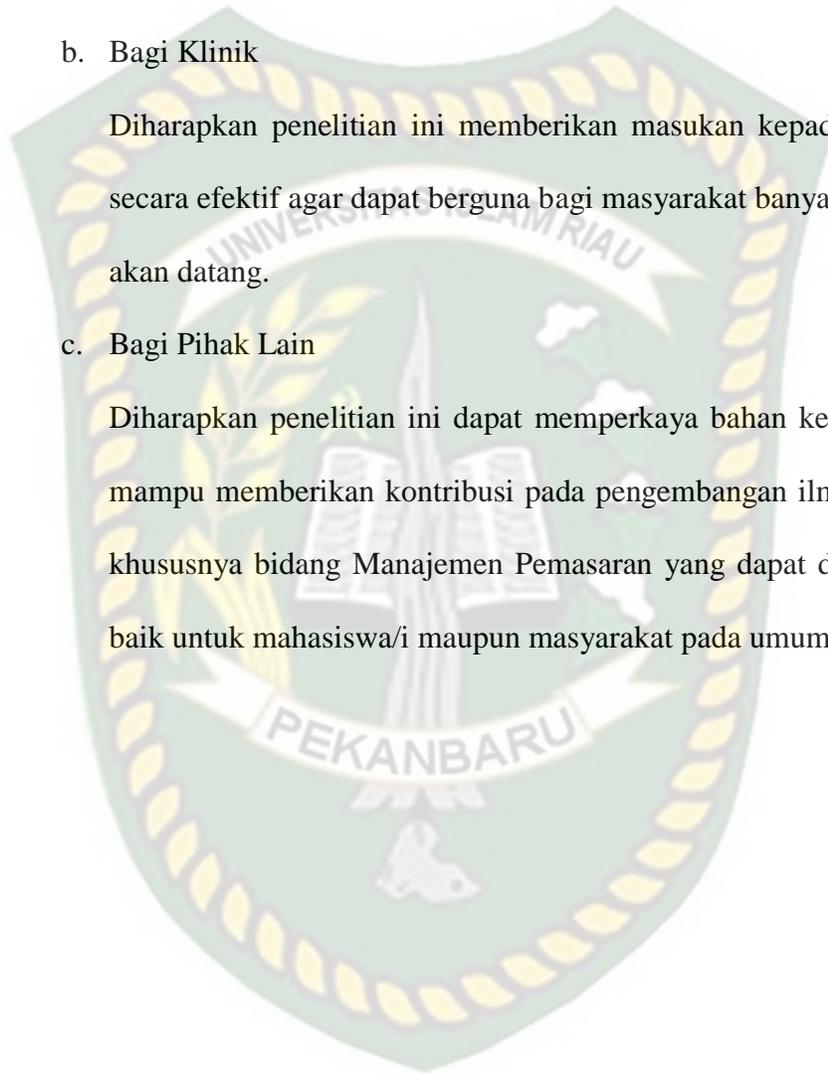
Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Klinik

Diharapkan penelitian ini memberikan masukan kepada klinik Dilla secara efektif agar dapat berguna bagi masyarakat banyak dimasa yang akan datang.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen khususnya bidang Manajemen Pemasaran yang dapat ditindak lanjuti baik untuk mahasiswa/i maupun masyarakat pada umumnya.



1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk lebih mudah dan terarahnya penulisan skripsi ini penulis menyusun dalam sistematika yang terdiri dari 6(enam) Bab, masing-masing Bab dibagi beberapa sub Bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tinjauan pustaka, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tinjauan teori yang dipergunakan sebagai dasar penelitian, yaitu : pengertian strategi, perumusan strategi pemasaran, pengaruh strategi pemasaran bagi perusahaan, strategi grow and develop, pengertian pengembangan, pengertian pasien, pengertian klinik, jenis – jenis klinik, pengertian jasa, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, perumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini merupakan uraian mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM KLINIK

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah singkat klinik Dilla di Kartama.

BAB V : HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Merupakan uraian tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisa perhitungan data, pembahasan tentang interpretasi hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam pendahuluan berdasarkan teori yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pemberian saran-saran yang diharapkan.