

Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pasien Di Klinik Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara

Sri Wahyuni Sambo

Program Studi Kesehatan Masyarakat, Universitas Nurul Hasanah Kutacane

E-mail : sriwahyunisambo@gmail.com

Abstract: *Elidar Midwife Clinic Southeast Aceh Regency provides health services located on Jl. Hero of Simpang Empat Village, Lawe Bulan District, Southeast Aceh Regency. The number of patient visits at this clinic tends to stagnate and decline. The research aims to determine the internal and external marketing environment, strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) as well as marketing strategies and increase the number of patient visits at the Elidar Midwife Clinic, Southeast Aceh Regency. Qualitative research method. purposive sampling was used for research subjects. The results of the research analyze the internal environment which includes the strength of service facilities, human resource capabilities, promotion, and tariff setting as well as weaknesses such as inadequate facilities and infrastructure, insufficient human resources, and organizational and financial management that has not been managed well. While external environmental analysis has opportunities in terms of community needs, clinic development, and collaboration with BPJS, there are also threats including doctors on duty who are often empty, limited income, and the presence of competitors such as community health centers, private doctors' practices, midwives, and nurses. The Elidar Midwife Clinic, Southeast Aceh Regency is in the growth quadrant. The strategy that must be implemented is an active growth policy (Growth Oriented Strategy). The company maximizes its strengths and takes advantage of existing opportunities to compete with competitors. This strategy can be formulated through the S-O strategy (Strength-Opportunity Strategy), namely a professional implementation system, increasing human resource education/training programs, expanding market share, and strengthening cooperation.*

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT, Clinic, Patient Visits*

Abstrak: Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara memberikan pelayanan kesehatan yang berlokasi di Jl. Pahlawan Desa Simpang Empat Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara. Jumlah kunjungan pasien di klinik ini cenderung stagnan dan mengalami penurunan. Penelitian bertujuan mengetahui lingkungan pemasaran internal maupun eksternal, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) serta strategi pemasaran dan meningkatkan jumlah kunjungan pasien di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara Metode penelitian kualitatif. *purposive sampling* digunakan untuk subjek penelitian. Hasil penelitian menganalisis lingkungan internal yang meliputi kekuatan fasilitas pelayanan, kemampuan sumber daya manusia, promosi dan penetapan tarif serta kelemahan seperti sarana dan prasarana yang belum memadai, sumber daya manusia yang kurang, serta pengelolaan organisasi dan keuangan yang belum terkelola dengan baik. Sedangkan analisis lingkungan eksternal mempunyai peluang dalam hal kebutuhan masyarakat, pengembangan klinik dan kolaborasi dengan BPJS namun terdapat juga ancaman termasuk dokter jaga sering kosong, pendapatan terbatas dan kehadiran pesaing seperti puskesmas, praktik dokter pribadi, bidan serta perawat. Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara berada pada kuadran *growth*. Strategi yang harus dilaksanakan adalah kebijakan pertumbuhan aktif (*Growth Oriented Strategy*). Perusahaan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada agar dapat bersaing dengan kompetitor. Strategi tersebut dapat dirumuskan melalui strategi S-O (*Strength-Opportunity Strategy*) yaitu sistem penerapan yang profesional, peningkatan program pendidikan/pelatihan sumber daya manusia, perluasan pangsa pasar dan penguatan kerjasama.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Klinik; SWOT; Kunjungan Pasien

LATAR BELAKANG

Kesehatan adalah keadaan sehat seseorang, baik secara fisik, jiwa, maupun sosial dan bukan sekedar terbebas dari penyakit untuk memungkinkannya hidup produktif. Pelayanan kesehatan adalah segala bentuk kegiatan dan/ atau serangkaian kegiatan pelayanan yang diberikan secara langsung perseorangan atau masyarakat untuk memelihara dan

meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dalam bentuk promotif, preventif, kuratif, rehabilitative, dan/atau paliatif.(Noerul, 2023)

Adapun tujuan pelayanan kesehatan antara lain yaitu: a) Promotif adalah perawatan dan pengembangan kesehatan. Keadaan tersebut sangat dibutuhkan seperti dalam pengembangan gizi. b) Preventif adalah penghindaran atas orang yang berbahaya tentang penyakit. c) Preventif primer adalah terdiri dari metode pendidikan, seperti imunisasi dan pengadaan nutrisi yang baik. d) Preventif sekunder adalah penyembuhan penyakit fase sejak dini. e) Preventif tersier adalah pemeriksaan penyakit, pembuatan pemeriksaan dan pengobatan. f) Kuratif adalah mengobati penyakit. g) Rehabilitasi adalah penyembuhan dan dengan teknik pengobatan.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang perusahaan, yang didalamnya memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya suatu tujuan pemasaran. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan pemasaran. Kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.(Avella et al., 2013)

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Tenggara tahun 2021, data sarana kesehatan di Kabupaten Aceh Tenggara rumah sakit sebanyak 3, poliklinik sebanyak 16, puskesmas sebanyak 19, puskesmas pembantu sebanyak 32, dan apotek sebanyak 20.

Penelitian akan dilakukan di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara yang terletak di Jl. Pahlawan Desa Simpang Empat Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara. Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara telah memberikan pelayanan kesehatan sejak 5 tahun yang lalu dan masih beroperasi hingga sekarang. Hal ini menjadikan posisi ini dalam persaingan antar klinik menjadi kuat karena telah berdiri selama 5 tahun yang dikenal dengan pelayanan yang baik dan memiliki tarif yang murah jika dibandingkan dengan klinik lain yang sejenis. Namun sayangnya, terdapat fenomena yang terjadi di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara, di mana terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien di tahun 2019 dan kapitasi BPJS cenderung stagnan, hal ini tentunya berbanding lurus dengan pendapatan yang semakin menurun.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen dapat dipandang sebagai suatu sistem terbuka yang berinteraksi dengan lingkungannya dalam proses mengubah input atau masukan sumber daya menjadi output atau

keluaran produk (barang dan jasa). Lingkungan input merupakan aspek yang terpenting dalam suatu sistem terbuka. Lingkungan tersebut merupakan tempat asal sumber daya sekaligus umpan balik dari pelanggan, yang berdampak terhadap output organisasi. Umpan balik dalam lingkungan memberikan masukan bagi organisasi tentang seberapa baik organisasi memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas. Tanpa adanya keinginan konsumen untuk menggunakan produk-produk organisasi, sangat sulit bagi organisasi untuk beroperasi atau bertahan di bidang usahanya dalam jangka panjang.(PRIYONO, 2007)

Sedangkan dari segi proses kerjanya, manajemen juga membutuhkan unsur-unsur sebagai berikut: (1) kegiatan selalu didasarkan pada tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses kerja tersebut, unsur ini menjadi dasar dan pedoman bagi setiap manusia yang terlibat dalam proses manajemen, karena hakikat dari manajemen adalah pencapaian tujuan. Sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan untuk pencapaian tujuan dimaksud harus berdasarkan pada tujuan itu sendiri; (2) kegiatannya melalui suatu proses yang diawali dengan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengawasan. Tahapan proses kegiatan tersebut yang dimaksud dengan adanya unsur metode dalam suatu manajemen; (3) mendapatkan suatu melalui kerjasama dengan orang lain. Unsur ini mengharuskan adanya kerja sama antar manusia yang terlibat, bukan sebaliknya menggunakan kekerasan, kekuatan otot, dan kekerasan dalam pencapaian tujuan; dan (4) adanya unsur ilmu dan unsur seni.(ABD. ROHMAN, 2017)

Manajemen strategi ialah suatu disiplin ilmu yang menyusun, menerapkan, dan mengevaluasi sebuah keputusan fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan mencapai tujuannya. Merupakan suatu rangkaian kegiatan–kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai dengan penetapan dan cara melaksanakannya yang telah dibuat oleh pimpinan lalu diterapkan oleh seluruh jajaran yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai targetnya. Untuk mencapai tujuan organisasi, manajemen strategi mengkombinasikan segala macam bentuk aktivitas yang berasal dari bagian fungsional suatu bisnis.(Sudiantini, 2022)

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.(Sugiarto, 2016)

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan dan implementasi serta pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi mencapai

tujuan organisasi. Definisi di atas menunjukkan ini bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian yang mencakup barang, jasa, dan gagasan berdasarkan pertukaran yang tujuannya adalah memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat.(Sukanti, 2018)

Klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang menyediakan pelayanan medik dasar dan/atau medik spesialisasi secara komprehensif. Klinik merupakan kegiatan usaha dengan tingkat risiko menengah tinggi, sehingga pelaku usaha harus memiliki legalitas perizinan berusaha berupa Nomor Induk Berusaha dan Sertifikat Standar yang dapat diperoleh melalui sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik (online single submission) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.(Risksdas-2018-Nasional, 2019)

Kunjungan merupakan perihal, perbuatan, proses, hasil lawatan, kepergian, kedatangan disatu tempat atau kegiatan. Kunjungan rawat jalan adalah jumlah kunjungan baru dan kunjungan lama di rawat jalan (Kemenkes RI, 2011).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. (Mashuri & Nurjannah, 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara. Penelitian dilakukan selama lima bulan pada bulan Oktober 2023 s.d. Februari 2024

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan melalui metode deskriptif. Metode kualitatif yang digunakan adalah studi kasus (Rosa & Arini, 2015). Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari para informan secara langsung melalui proses wawancara semi terstruktur secara mendalam atau in-depth dan telaah terhadap dokumen (Tod, et., al., 2012; Purwadhi, Rohendi, Erliany S., Rian A. (2021)). Partisipan dan Tempat Penelitian Kegiatan penelitian ini berupa analisis strategi pemasaran Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara . Sampel penelitian adalah responden (narasumber) sebagai sampel teoritis. Penentuan narasumber dengan metode purposive sampling. Analisis Data Pada penelitian kualitatif dikenal istilah uji keabsahan data,

yaitu dengan metode kredibilitas (internal validity), transferabilitas (eksternal validity), dependability (reability), dan konformabilitas.

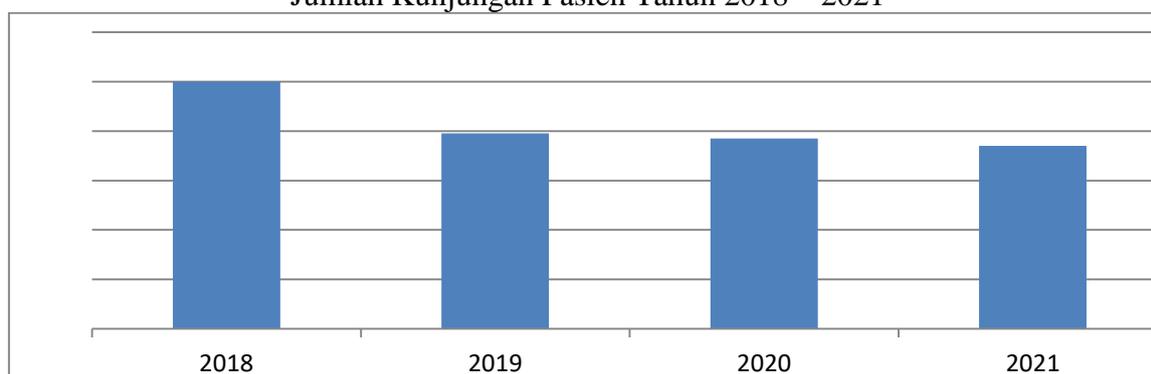
PEMBAHASAN

Hasil Pengolahan Dan Analisis Data

Lingkungan Pemasaran Baik Internal Maupun Eksternal di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara berlokasi di Jl. Pahlawan Desa Simpang Empat Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara. Lokasi klinik ini sangat strategis karena berada dekat dengan pusat kota dan memiliki akses yang mudah karena berada ditepi jalan raya. Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dimaksudkan untuk memberikan pelayanan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kesehatan dan menjadi organisasi yang mandiri dan berkelanjutan.

Jumlah kunjungan pasien di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dalam empat tahun terakhir dapat dilihat dalam grafik, disajikan pada **Gambar 1**

Gambar 1.
Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2018 – 2021



Sumber: *Data Administrasi Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara, 2021*

Dari grafik dapat dilihat tren angka kunjungan pasien di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dari tahun 2019 – 2021 mengalami fluktuatif. Dari grafik jumlah kunjungan pasien sejak tahun 2018 sampai tahun 2019 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien yang signifikan, yaitu sekitar 21%, tahun 2019 ke tahun 2020 juga mengalami penurunan kunjungan pasien sekitar 2%, dan dari tahun 2020 ke tahun 2021 juga terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien sekitar 3%. Dari grafik tersebut menunjukkan jumlah kunjungan pasien di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara cenderung stagnan dan mengalami penurunan. Sayangnya, klinik ini dalam menjalankan operasionalnya tidak pernah memiliki target jumlah kunjungan yang harus disampai tiap bulan atau tahunnya.

Analisis Faktor Internal

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan narasumber, didapatkan kondisi lingkungan internal di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara disajikan pada **Tabel 1**

Tabel 1.

Analisis Lingkungan Internal Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Fasilitas:	
Jenis pelayanan yang diberikan cukup memadai	Sarana dan prasarana belum lengkap
Pelayanan yang diberikan sesuai standar operasional prosedur (SOP)	Lokasi bangunan klinik tertutup oleh bangunan disamping klinik
Lokasi klinik strategis	
Sumber daya manusia (SDM):	
Adanya program pendidikan atau pelatihan bagi staf medis maupun paramedis	Sumber daya manusia yang ada masih kurang
Promosi:	
Adanya upaya promosi	Promosi belum terprogram
Biaya/Keuangan:	
Penetapan tarif sesuai daya dengan kemampuan beli masyarakat	Gaji karyawan belum memadai
	Manajemen keuangan belum terkelola dengan baik
Organisasi:	
	Manajemen organisasi belum tertata dengan baik

Analisis Faktor Eksternal

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan narasumber didapatkan kondisi lingkungan eksternal di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara disajikan pada **Tabel 2**

Tabel 2.

Analisis Lingkungan Eksternal Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara

Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Fasilitas:	
- Keberadaan klinik sangat dibutuhkan oleh masyarakat	- Dokter jaga kadang kosong
- Pengembangan klinik prospektif	
Biaya/ Keuangan:	
- Adanya kerjasama dengan BPJS	- Pendapatan belum mampu memenuhi biaya operasional
Pesaing:	
	- Adanya pesaing seperti puskesmas, praktik dokter pribadi, praktik bidan dan perawat

Rencana Strategi

Dalam menentukan strategi pemasaran di diperlukan matriks SWOT sebagai langkah dalam menentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang 4 dan ancaman). Hasil analisis SWOT Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dalam menentukan strategi pemasaran disajikan pada **Tabel 3** sebagai berikut:

Tabel 3.
Analisis Matriks SWOT

Faktor Internal (IFE)		
Strenghts (S)		Weakness (W)
Faktor Eksternal		
Jenis pelayanan yang diberikan cukup memadai daya beli masyarakat		Sarana dan prasarana belum lengkap
pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP)		Lokasi bangunan klinik tertutup oleh bangunan disamping
Lokasi klinik strategis		Sumber daya manusia yang ada masih kurang
Adanya program pendidikan atau pelatihan bagi staf medis maupun paramedis		Promosi belum terprogram
Adanya upaya promosi		Gaji karyawan belum memadai
Penetapan tarif sesuai dengan kemampuan		Manajemen keuangan belum terkelola dengan baik
		Pengembangan klinik

Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
Keberadaan Klinik sangat dibutuhkan oleh masyarakat	Menrapkan sistem dan prosedur secara profesional	Mengembangkn sarana dan rasarana dalam pelayanan
Adanya kerjasama dengan BPJS	Meningkatkn program prospektif	Meningkatkan promosi
	Memperluas pangsa pasar	Optimalisasi dalam biaya
	Memperkuat kerja sama	

Threats(T)	Strategi ST	Strategi WT
Dokter jaga kadang kosong	Menjalain hubungan dengan pihak-pihak lain	Penambahan SDM
Pendapatan belum mampu memenuhi biaya operasional	Meningkatan kualitas pelayanan	Menyusun <i>Business Plan</i> sebagai pedoman penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran
Adanya pesaing seperti puskesmas, praktik dokter, praktik bidan/perawat	Menerapkan strategi harga/ tarif	Membina loyalitas pasien dan pelanggan

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah factor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan. Data IFAS Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara disajikan pada **Tabel 4**.

Tabel 4.
IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No.	Strenghts (S)	Weight	Rating	Weighted Score
1	Jenis pelayanan yang diberikan cukup memadai	0,1	3	0,3
2	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan SOP	0,08	4	0,32
3	Lokasi klinik Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara strategis	0,08	4	0,32
4	Adanya program pendidikan atau pelatihan staf medis	0,12	3	0,36
5	Adanya upaya promosi	0,1	3	0,3
6	Penetapan tarif sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat	0,12	3	0,36
	Total	0,60		1,96

No.	Weakness (W)	Weight	Rating	Weighted Score
1	Sarana dan prasarana belum lengkap	0,06	2	0,12
2	Lokasi bangunan klinik tertutup oleh bangunan disamping klinik	0,04	2	0,08
3	Sumber daya manusia yang ada masih kurang	0,08	3	0,24
4	Promosi belum terprogram	0,03	2	0,06
5	Gaji karyawan belum memadai	0,06	2	0,12
6	Manajemen keuangan belum terkelola dengan baik	0,09	3	0,27

7	Manajemen organisasi belum tertatadengan baik	0,04	2	0,08
Total		0,4	16	0,97
Total Score IFAS				2,93

Dari hasil analisis pada tabel IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,93. Karena total skor diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal pada Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara kuat.

EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Data EFAS Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara disajikan pada **Tabel 5**.

Tabel 5.
EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

No.	Opportunity (O)	Weight	Rating	Weighted Score
1	Keberadaan klinik Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dibutuhkan oleh masyarakat	0,25	4	1
2	Pengembangan klinik prospektif	0,2	3	0,6
3	Adanya kerjasama dengan BPJS	0,25	3	0,75
Total		0,7		2,35
No.	Threats (T)	Weight	Rating	Weighted Score
1	Dokter jaga kadang kosong	0,1	2	0,2
2	Pendapatan belum mampu memenuhi biaya operasional	0,08	2	0,16
3	Adanya pesaing seperti puskesmas, praktik dokter pribadi, praktik bidan, dan perawat	0,12	1	0,12
Total		0,3		0,48
Total EFAS				2,83

Dari hasil analisis pada tabel EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,83. Karena total skor setengah lebih dari 4,0 mengindikasikan bahwa Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara merespon peluang yang ada dengan baik dan menghindari ancaman- ancaman.

Matriks IE (*Internal dan Eksternal*)

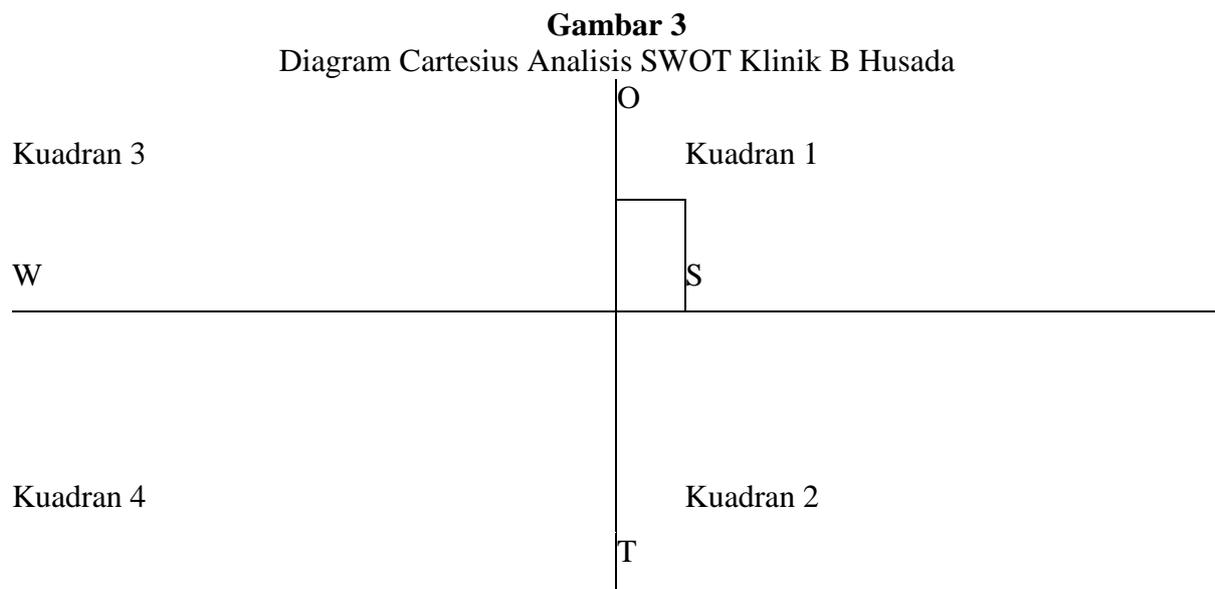
Untuk merumuskan strategi yang akan digunakan selanjutnya dicocokannya dengan matrik IE. Matrik ini didasarkan pada dua dimensi kunci IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara memiliki nilai total 2,93 pada faktor internal dan nilai total 2,83 pada faktor eksternal. Klinik ini ada pada posisi V (stabilisasi), yang dapat menggunakan strategi pemeliharaan dan pengembangan. Matriks IE Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara disajikan pada **Gambar 2**

Gambar 2
Matriks IE (Internal Dan Eksternal)
IFAS

		3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,99
EFAS	3,0-4,0	I	II	III
	2,0	IV	V	VI
	2,99			
	1,0	VII	VIII	IX
	1,99			

Diagram Cartesius

Nilai total skor dari masing – masing faktordapat dirinci yaitu *strengths*: 1,96, *weakness*: 0,97, *opportunities*: 2,35, *threats*: 0,48. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 0,99, sedangkan selisih total skor faktor *opportunities* dan *threats* adalah (+) 1,9. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT Klinik BHusada, disajikan pada **Gambar 3**.



Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara berada pada kuadran *growth* yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), dengan penerapan GOS tersebut perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga perusahaan dapat mengimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.

PEMBAHASAN

Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman (SWOT) di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara

Klinik Kebidanan Elidar, Aceh Tenggara merupakan penyedia layanan kesehatan yang berdedikasi untuk memberikan pelayanan yang memadai kepada masyarakat. Berdasarkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang telah dilakukan, klinik mempunyai banyak kekuatan yang dapat diandalkan, namun juga mempunyai beberapa kelemahan dan menghadapi berbagai peluang dan ancaman.

Salah satu keunggulan utama Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara adalah beragamnya layanan yang diberikan. Klinik berkomitmen memberikan pelayanan medis dan paramedis yang berkualitas sehingga masyarakat puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu, pelayanan klinik juga telah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) sehingga menjaga konsistensi dan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain layanan, letak geografis Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara menjadi keunggulan lainnya.

Klinik ini terletak di lokasi strategis, yang mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini dapat meningkatkan aksesibilitas dan kehadiran klinik dalam memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat. Terdapat program pendidikan dan pelatihan bagi staf medis dan paramedis. Hal ini menjadi kekuatan lain karena memberikan kesempatan bagi tenaga medis dan paramedis untuk terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, sehingga pelayanan yang diberikan dapat selalu ditingkatkan. Adanya upaya promosi juga menjadi kekuatan lain yang membantu Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara untuk meningkatkan visibilitasnya di tengah masyarakat. Melalui promosi yang tepat, masyarakat dapat lebih mengenal klinik ini dan menyadari manfaat dari menggunakan pelayanan kesehatan yang disediakan.

Penetapan tarif sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat juga merupakan hal yang positif. Dengan mengakomodasi kemampuan ekonomi masyarakat, Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dapat melayani berbagai lapisan masyarakat, termasuk yang kurang mampu secara finansial.

Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara juga dihadapkan pada sejumlah kelemahan. Sarana dan prasarana yang belum lengkap menjadi salah satu permasalahan utama. Ketersediaan fasilitas medis dan perangkat pendukung lainnya perlu ditingkatkan agar pelayanan yang diberikan dapat lebih optimal. Jumlah tenaga medis dan paramedis yang masih kurang dapat mempengaruhi ketersediaan dan kualitas pelayanan. Upaya untuk meningkatkan jumlah dan kualitas tenaga medis serta paramedis perlu dilakukan. Masalah lainnya adalah manajemen keuangan dan organisasi yang belum terkelola dengan baik.

Kurangnya pengelolaan keuangan yang efisien dapat mengganggu kelancaran operasional klinik dan menyebabkan ketidakstabilan finansial. Sedangkan manajemen organisasi yang belum tertata dengan baik dapat mempengaruhi efisiensi dan efektivitas kerja dalam klinik.

Sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan oleh klinik. Keberadaan klinik ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Klinik dapat memanfaatkan kebutuhan ini untuk terus meningkatkan pelayanan dan menarik lebih banyak pasien. Pengembangan klinik menjadi prospektif merupakan peluang lain. Dengan terus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ada, Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dapat menarik lebih banyak pasien dan mendapatkan reputasi yang baik di kalangan masyarakat. Selain itu, adanya kerjasama dengan BPJS juga dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jumlah pasien. Dengan menjadi mitra BPJS, klinik dapat memberikan pelayanan kepada peserta program Jaminan Kesehatan Nasional, yang dapat meningkatkan jumlah pasien yang datang.

Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara juga menghadapi berbagai ancaman yang harus diatasi. Dokter jaga yang kadang kosong dapat mempengaruhi ketersediaan dan kontinuitas pelayanan, sehingga perlu diupayakan solusi untuk menjamin selalu tersedianya dokter jaga. Kendala pendapatan yang belum mampu memenuhi biaya operasional menjadi ancaman lain yang harus diatasi. Diperlukan strategi untuk meningkatkan pendapatan klinik atau mengelola pengeluaran dengan lebih efisien agar biaya operasional dapat tercukupi. Adanya pesaing seperti puskesmas, praktik dokter pribadi, praktik bidan, dan perawat juga perlu diperhatikan. Klinik perlu mengidentifikasi kelebihan dan keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan pesaing, serta terus melakukan inovasi untuk tetap bersaing dalam memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas.

Strategi Pemasaran Dan Strategi Peningkatan Kunjungan Pasien di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara

Dalam rangka mengatasi kelemahan dan ancaman, serta memanfaatkan peluang yang ada, klinik perlu merumuskan rencana strategis yang komprehensif. Dengan melakukan langkah – langkah ini, Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dapat terus berkembang dan memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

a. Strategi SO (*Strength Opportunity*)

- 1) Penerapan sistem dan prosedur secara profesional: Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara memiliki kapasitas untuk memberikan layanan yang memadai sesuai dengan SOP. Untuk memanfaatkan peluang yang ada, klinik dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan melalui penerapan sistem dan prosedur yang lebih

profesional. Hal ini akan membantu meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kepuasan pasien, dan membangun reputasi positif di masyarakat.

- 2) Meningkatkan program pendidikan atau pelatihan sumber daya manusia: Program pendidikan dan pelatihan tenaga medis dan paramedis merupakan kekuatan klinik. Menghadapi peluang, klinik dapat terus meningkatkan investasi dalam pengembangan sumber daya manusia. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tenaga medis dan paramedis, pelayanan klinis dapat lebih ditingkatkan dan berinovasi sejalan dengan perkembangan terkini di bidang kesehatan.
 - 3) Memperluas pangsa pasar: Klinik Kebidanan Elidar, yang berlokasi di Aceh Tenggara, dapat memanfaatkan kehadirannya di masyarakat sebagai peluang untuk meningkatkan pangsa pasar. Upaya untuk memperluas pangsa pasar dapat dilakukan dengan melakukan promosi yang tepat, memberikan layanan yang berkualitas, dan menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk menjangkau lebih banyak pasien potensial.
 - 4) Memperkuat kolaborasi: Kolaborasi dengan pihak lain seperti rumah sakit, apotek atau institusi kesehatan lainnya dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat posisi klinik. Dengan menjalin kerjasama yang baik, klinik dapat saling mendukung dan menghadapi persaingan dari rival seperti puskesmas, dokter bedah swasta, bidan dan perawat bedah.
- b. Strategi WO (*Weakness Opportunity*)
- 1) Mengembangkan sarana dan prasarana pelayanan: Menghadapi peluang, klinik perlu mengembangkan fasilitas kesehatan dan peralatan pendukung lainnya untuk mengoptimalkan layanan yang diberikan. Investasi pembangunan sarana dan prasarana akan meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.
 - 2) Meningkatkan upaya promosi: Klinik perlu meningkatkan upaya promosi dengan merancang strategi promosi yang lebih terstruktur dan konsisten. Publisitas yang efektif dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelayanan klinik.
 - 3) Optimalisasi fungsi organisasi: Klinik dapat menghadapi peluang dengan mengoptimalkan fungsi organisasi, antara lain memperbaiki pengelolaan keuangan, membangun struktur organisasi, dan lain-lain. Dengan cara ini, klinik dapat beroperasi lebih efisien dan efektif.
 - 4) Optimalisasi dalam biaya: Dalam menghadapi tantangan biaya operasional yang tinggi, klinik perlu melakukan analisis terhadap pengeluaran dan mencari cara untuk mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas pelayanan. Upaya penghematan

biaya dapat dilakukan dengan lebih bijaksana dalam melakukan pengadaan negosiasi dengan pemasok.

c. Strategi ST (*Strength Threats*)

- 1) Menjalin hubungan kerjasama dengan pihak lain: Menghadapi ancaman dari pesaing seperti pusat pelayanan kesehatan masyarakat, klinik dokter swasta, klinik bidan dan perawat, klinik dapat memanfaatkan pelayanannya yang memadai untuk bekerjasama dengan pihak lain. Misalnya, sebuah klinik dapat bekerja sama dengan rumah sakit untuk merujuk pasien yang membutuhkan layanan lebih lanjut. Dengan cara ini, klinik dapat memperluas jaringannya dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaannya.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan : Menghadapi persaingan dengan pesaing, klinik dapat meningkatkan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk membedakan dirinya dari pesaing. Berfokus pada layanan berkualitas tinggi, ramah, dan efisien akan membantu klinik mempertahankan pasien yang ada dan menarik pasien baru.
- 3) Menerapkan strategi harga/tarif: Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara dapat menghadapi ancaman dari pesaing dengan menerapkan strategi harga atau tarif yang kompetitif. Klinik perlu melakukan analisis pasar untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dan kompetitif dibandingkan dengan pesaing. Strategi harga yang tepat dapat menarik lebih banyak pasien.

d. Strategi WT (*Weakness Treaths*)

- 1) Suplemen sumber daya manusia: meningkatkan kuantitas sumber daya manusia dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Peningkatan jumlah staf medis dan paramedis serta kualifikasinya akan membantu klinik mengatasi tingginya permintaan layanan dan meningkatkan kualitas layanan.
- 2) Menyusun rencana bisnis sebagai pedoman dalam menyusun rencana kerja dan anggaran: Menyusun rencana bisnis sebagai pedoman dalam menyusun rencana kerja dan anggaran. Rencana bisnis akan membantu klinik mengatur sumber daya, mengelola keuangan, dan mencapai tujuan strategis dengan cara yang lebih terencana.
- 3) Mengembangkan loyalitas pasien dan pelanggan: Pelayanan yang berkualitas, komunikasi yang baik, dan perhatian terhadap kebutuhan pasien akan membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pasien dan pelanggan, sehingga membuat mereka lebih mungkin untuk menggunakan layanan klinik lagi di masa depan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Struktur organisasi klinik meliputi 1 orang Direktur/Pemilik, 1 orang yang bertanggung jawab mengawasi bagian administrasi dan keuangan serta bagian pelayanan dan pengobatan. Manajemen organisasi dan keuangan klinik belum berada dalam kondisi prima, dan pendapatan masih sedikit. Kondisi eksternal terletak di Jl. Pahlawan Desa Simpang Empat Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara. Lokasi klinik sangat strategis karena dekat dengan pusat kota dan berada di pinggir jalan raya dengan akses yang mudah dan kehadiran klinik ini sangat dibutuhkan masyarakat. Selain itu, biaya klinik didasarkan pada daya beli masyarakat setempat.
2. Kondisi lingkungan internal Klinik Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara mempunyai keunggulan dari segi fasilitas pelayanan, kemampuan sumber daya manusia, promosi dan tarif pelayanan, namun juga mempunyai kelemahan seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai, sumber daya manusia yang kurang, dan organisasi dan keuangan yang buruk. Kondisi lingkungan eksternal memiliki peluang dari segi keberadaan klinik oleh masyarakat, pengembangan klinik dan kerja sama dengan BPJS serta ancaman dari segi dokter jaga sering kosong, pendapatan masih minimal dan adanya pesaing seperti puskesmas, praktik dokter pribadi, dan praktik bidan serta perawat.
3. Klinik Kebidanan Elidar di Aceh Tenggara terletak pada kuadran pertumbuhan yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi berorientasi pertumbuhan). Strategi tersebut dapat dirumuskan melalui strategi S-O (Strength-Opportunity Strategy), yaitu dengan menerapkan sistem dan prosedur secara profesional, meningkatkan program pendidikan/pelatihan sumber daya manusia, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat kerjasama. Strategi alternatif yaitu strategi S-T, W-O dan W-T dapat diterapkan di Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara Strategi S-T (strategi kekuatan-ancaman) meningkatkan kualitas layanan dan menerapkan strategi harga/tarif dengan menggandeng pihak lain. Strategi W-O (Weakness-Opportunity Strategy) dapat dilaksanakan dengan mengembangkan sarana dan prasarana, meningkatkan promosi, optimalisasi fungsi organisasi dan biaya. Sedangkan strategi W-T (*Weakness- Threats Strategy*) melalui penambahan sumber daya manusia, menyusun *business plan* sebagai pedoman penyusunan rencanakerja dan anggaran serta membina loyalitas pasien.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada Klinik Bidan Elidar Kabupaten Aceh Tenggara yang telah memberika waktu dan tempat serta mendukung penuh kegiatan penelitian ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR REFERESI

- ABD. ROHMAN. (2017). *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (Vol. 4, Issue 1).
- Avella, M., Avolio, R., Pace, E. Di, Errico, M. E., Gentile, G., & Volpe, M. G. (2013). *Strategi pemasaran adalah*. 6252, 6252.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Noerul. (2023). UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang kesehatan. *Peraturan Perundang-Undangan*, 1–300. <https://bit.ly/3SnDFxE>
- PRIYONO. (2007). *PENGANTAR MANAJEMEN*.
- Riskesdas-2018-Nasional. (2019). Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. *Kementerian Kesehatan RI*, 1(1), 1. <https://www.kemkes.go.id/article/view/19093000001/penyakit-jantung-penyebab-kematian-terbanyak-ke-2-di-indonesia.html>
- Sudiantini, D. (2022). *Manajemen Strategi* (Cetakan pe). Penerbit CV. Pena Persada.
- Sugiarto. (2016). *KONSEP PEMASRAN*. 4(1), 1–23.
- Sukanti. (2018). Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. *Modul 1*, 1–41.