

**ANALISIS SWOT TENTANG STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN DI KLINIK BUNDA**

TESIS

**Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen Rumah Sakit**



Oleh

**ARIE SUBIANTO
NIM : P. 100 14 0011**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

**ANALISIS SWOT TENTANG STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN DI KLINIK BUNDA**

TESIS

**Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen Rumah Sakit**

Oleh

**ARIE SUBIANTO
NIM : P. 100 14 0011**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

ii

NOTA PEMBIMBING

Dr. Anton Agus Setiawan, SE, M.Si

Dosen Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Arie Subianto

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

Nama : Arie Subianto
NIM : P 100 14 0011
Konsentrasi : Manajemen Rumah Sakit
Judul : Analisis SWOT Tentang Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Pasien di Klinik Bunda

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Ilmu Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Surakarta, Juni 2016

Pembimbing,

Dr. Anton Agus Setiawan, SE, M.Si

...

NOTA PEMBIMBING

Dr.dr. H. Iwan Setiawan Adji, Sp.THT-KL

Dosen Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Arie Subianto

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

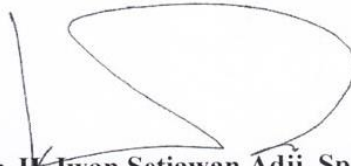
Nama : Arie Subianto
NIM : P 100 14 0011
Konsentrasi : Manajemen Rumah Sakit
Judul : Analisis SWOT Tentang Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Pasien di Klinik Bunda

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Ilmu Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Surakarta, Juni 2016

Pembimbing,


Dr.dr. H. Iwan Setiawan Adji, Sp.THT-KL

TESIS BERJUDUL

**ANALISIS SWOT TENTANG STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN DI KLINIK BUNDA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

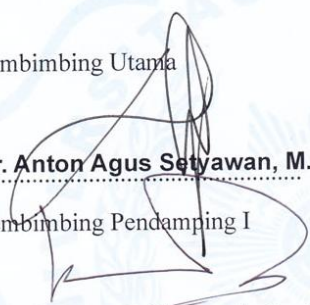
Arie Subianto

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 2 Juli 2016

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

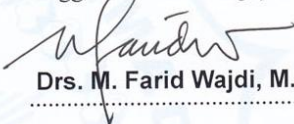

Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si

Pembimbing Pendamping I

DR. dr. Iwan Setiawan A, Sp.THT-KL

Pembimbing Pendamping II

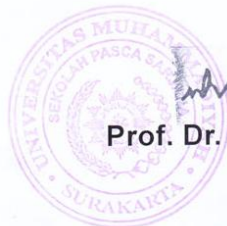
Anggota Dewan Penguji Lain


Drs. M. Farid Wajdi, M.M., P.hD

Surakarta, 20 Juli 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur,


Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arie Subianto
Nim : P 100 14 0011
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : ANALISIS SWOT TENTANG STRATEGI PEMASARAN
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN
PASIEN DI KLINIK BUNDA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka saya rela gelar yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Surakarta,28.....06..... 2016

Yang membuat pernyataan



Arie Subianto
P 100 14 0011

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka
merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri

(Terjemahan Q.S Ar Ra'd : 11)

Tiada harta terpendam yang lebih bermanfaat daripada ilmu pengetahuan
tiada kawan yang lebih indah dari berkata jujur
tiada teman yang lebih tinggi dari kesabaran
tiada kejahatan yang lebih memalukan dari kesombongan

(Wahab bin Munabbih)

Mengakui kekurangan diri adalah tenaga untuk kesempurnaan,
terus mengisi kekurangan adalah keberanian yang luar biasa

(Hamka)

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada:

- Orang tua penulis
- Istri serta anak-anakku tercita

Dr. Widyasih Pritasari, Sp.OG

Verian Wibitama

Haura Wibizahwa

Aqeela Wibiadzra

Manggala Wibiakhtar

- Almamater

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa ta'ala atas segala limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “ANALISIS SWOT TENTANG STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN PASIEN DI KLINIK BUNDA”.

Penulis menyadari dalam penulisan tesis ini masih sangat jauh dari sempurna, karena keterbatasan yang penulis miliki. Meskipun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca. Untuk itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas segala bantuan yang telah diberikan dalam rangka penyelesaian tesis ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Setiaji, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum., Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. M Farid Wajdi, M.M, Ph.D., Ketua Program Pascasarjana Magister Mnajemen.
4. Dr. Anton Agus Setiawan, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan dan koreksi sehingga menjadi lebih baik dan selesainya penulisan tesis ini.
5. Dr.dr. H. Iwan Setiawan Adji, Sp.THT-KL., selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan saran dan kritik hingga terselesaikannya tesis ini.
6. Segenap pengelola dan segenap dosen program studi magister manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan administrasi demi suksesnya penyelesaian studi.

7. Bapak/Ibu, istri & anak-anakku, serta saudara-saudaraku yang selalu memotivasi dan memberi dukungan untuk menyelesaikan studi kepada penulis.
8. Teman-teman MM 2014 kelas A yang senantiasa memberi motivasi dan semangat untuk menyelesaikan studi kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini, semoga kebaikan dan bantuannya mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhirnya dengan menyadari terbatasnya kemampuan yang ada pada diri penulis, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga hasil dari tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya maupun bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Teori	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Perencanaan Strategis	18
3. Strategi Pemasaran	26
4. Strategi Pemasaran Rumah Sakit	29
5. Analisis SWOT	44

	B. Penelitian Yang Relevan	50
	C. Kerangka Berpikir	55
BAB III	METODE PENELITIAN	57
	A. Desain Penelitian	57
	B. Lokasi Penelitian	57
	C. Identifikasi Variabel Penelitian	58
	D. Definisi Operasional Variabel	58
	E. Populasi dan Prosedur Penentuan Sampel	60
	F. Jenis dan Sumber Data	61
	G. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	62
	H. Teknik Analisis Data	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
	A. Gambaran Umum Klinik Bunda	68
	B. Deskripsi Subjek Penelitian	78
	C. Hasil Penelitian	80
	1. Analisis Lingkungan Internal	80
	a. Pembobotan Lingkungan Strategis Internal	80
	b. Penilaian Rating Lingkungan Strategis Internal	83
	c. <i>Internal Factors Analysis Summary</i> (IFAS)	92
	2. Analisis Lingkungan Eksternal	93
	a. Pembobotan Lingkungan Strategis Eksternal	93
	b. Penilaian Rating Lingkungan Strategis Eksternal ..	96
	c. <i>Eksternal Factors Analysis Summary</i> (EFAS)	101
	3. Penentuan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Klinik Bunda	102
	4. Tahap Analisis	107
	a. Diagram SWOT	107
	b. Matriks Internal-Eksternal Klinik Bunda	109
	c. Matriks SWOT Klinik Bunda	113
	D. Pembahasan	116

BAB V	PENUTUP	123
	E. Simpulan	123
	F. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	130

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	64
Tabel 2 <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	64
Tabel 3 Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2012 - 2015	70
Tabel 4 Karakteristik <i>Key Person</i>	79
Tabel 5 Pembobotan Lingkungan Strategis Internal Klinik Bunda	80
Tabel 6 Penilaian Rating Lingkungan Strategis Internal Klinik Bunda	82
Tabel 7 IFAS Klinik Bunda	91
Tabel 8 Pembobotan Lingkungan Strategis Eksternal	93
Tabel 9 Penilaian Rating Lingkungan Strategis Eksternal	95
Tabel 10 EFAS Klinik Bunda	100
Tabel 11 Kekuatan dan Kelemahan Klinik Bunda	101
Tabel 12 Peluang dan Ancaman Klinik Bunda	102

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1 Konsep Inti Pemasaran	13
Bagan 2 Proses Perencanaan Strategis Bisnis	20
Bagan 3 Pemasaran di Rumah Sakit	40
Bagan 4 Analisis SWOT	47
Bagan 5 Kerangka Pemikiran	55
Bagan 6 Matriks Internal – Eksternal (IE)	66
Bagan 7 Struktur Organisasi Klinik Bunda	68
Bagan 8 Struktur Organisasi Klinik Bunda	106
Bagan 9 Struktur Organisasi Klinik Bunda	107
Bagan 10 Matrik SWOT Klinik Bunda	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Perhitungan Rating Lingkungan Internal Klinik Bunda
Lampiran 3	Perhitungan Bobot Lingkungan Internal Klinik Bunda
Lampiran 4	Perhitungan Rating Lingkungan Eksternal Klinik Bunda
Lampiran 5	Perhitungan Bobot Lingkungan Eksternal Klinik Bunda
Lampiran 6	Pedoman Wawancara
Lampiran 7	Jawaban Hasil Wawancara

ABSTRAK

Klinik Bunda merupakan salah satu klinik utama ibu dan anak yang menjadi tujuan utama bagi masyarakat Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali dan sekitarnya. Meskipun masih relatif baru, tetapi Klinik Bunda terus mengalami perkembangan sampai saat ini. Oleh karena itu untuk dapat terus meningkatkan jumlah kunjungan pasien, pihak manajemen perlu menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi saat ini dan di masa yang akan datang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh klinik Bunda berdasarkan posisi matriks IE. Penelitian ini merupakan penelitian gabungan secara kualitatif dan kuantitatif berdasarkan analisis SWOT dan matriks IE dengan metode analisis deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara terstruktur dan wawancara mendalam dengan kepala seksi dan kepala bagian serta dokter yang bertugas di Klinik Bunda. Adapun data sekunder berasal dari data profil klinik Bunda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis posisi matriks IE, dapat diketahui nilai terbobot lingkungan internal sebesar 4,287 dan nilai terbobot lingkungan eksternal sebesar 4,000. Dengan nilai terbobot tersebut, maka berada pada posisi sel 1 yang berarti klinik Bunda berada pada posisi *grow and develop* (tumbuh dan berkembang) dan strategi yang dapat diterapkan adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Dengan demikian, strategi pemasaran yang dapat diterapkan adalah strategi agresif, yaitu mengembangkan kekuatan yang ada dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Kunjungan Pasien

ABSTRACT

Klinik Bunda is one of prominent maternity and children clinics which becomes the main reference for the people of Simo Sub-district, Boyolali Regency and around it. Although it is relatively new, Klinik Bunda continues to develop till now. Therefore, to be able to continue in increasing the quantity of patients' visit, the management side needs to implement a suitable marketing strategy in the recent condition as well as in the future condition.

This research aimed at knowing the variables which are the strength, the weakness, the opportunity, and the threat as well as knowing the marketing strategy implemented by Klinik Bunda based on the position of IE matrix. This research is a joint of qualitative and quantitative researchs based on SWOT analysis and IE matrix using the method of descriptive analysis. The data sources in this research are primary and secondary data. The primary data were derived from structured and in-depth interviews with the heads of section and the heads of division as well as the doctors tasked in Klinik Bunda. Meanwhile, the secondary data were derived from the data of profile of Klinik Bunda.

The results of the research revealed that basing on the results of analysis on the position of IE matrix, it could be known that the weighted score of internal environment was 4,287 and the weighted score of external environment was 4,000. Based on the weighted scores, the position was in the position of cell I that meant Klinik Bunda was in the position of grow and develop and the strategies that can be implemented are strategies of market penetration, market development, and product development. Hence, the marketing strategy that can be implemented is an aggressive strategy, that is implementing the existing strength and increasing as well as maintaining the existing opportunity.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, The Patients' Visit