

Analisis Strategi dan Efisiensi Pelayanan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane

¹Muridha Hasan, ²Sabitah

Universitas Gunung Leuser Aceh

E-mail :¹ muridha.hasan@gmail.com, ² sabitahdesky2016@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1. Mengetahui Bentuk strategi Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan / staf yang memakai kartu BPJS kesehatan yang datang memeriksakan kesehatannya di RSUD.H.Sahudin Kutacane . Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 134 karyawan/Petugas Medis Rumah Sakit H.Sahudin Kutacane. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, Sifat penelitian ini digolongkan kepada penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan, menjelaskan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi pada suatu objek dan datanya bersifat kualitatif. Dari hasil penelitian yang dilakukan didapati hasil Setiap perusahaan tanpa terkecuali RSUD H.Sahudin Kutacane memiliki beberapa keunggulan atas yang lainnya, sebaliknya perusahaan juga tidak terlepas dari kelemahan-kelemahannya. Kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh RSUD H.Sahudin Kutacane adalah -Service atau pelayanan yang diberikan oleh RSUD H.Sahudin Kutacane terkenal dengan service nice. Berdasarkan penganalisaan dari faktor internal dan eksternal maka strategi bersaing yang harus dilakukan oleh RSUD H.Sahudin Kutacane kedepan adalah strategi intensif atau integrative.

Kata Kunci: Analisis Strategi, Efisiensi Pelayanan.

Abstract

This study aims to find out 1. To know the form of service strategy for the Health Insurance Administration Agency at H.Sahudin Kutacane Public Hospital. The population in this study is As for the population in this study are all employees / staff who use BPJS health cards who come to check their health at RSUD.H.Sahudin Kutacane. The samples in this study were 134 employees/Medical Officers at the H.Sahudin Kutacane Hospital. The method used in this study is a qualitative method. The nature of this research is classified as descriptive research, namely describing, explaining and interpreting a phenomenon that occurs in an object and the data is qualitative. From the results of the research conducted, it was found that every company without exception at the H. Sahudin Hospital Kutacane has several advantages over the others, on the other hand the company is also inseparable from its weaknesses. The strengths possessed by H. Sahudin Kutacane Hospital are -Service or services provided by H. Sahudin Kutacane Hospital are known for their nice service. Based on the analysis of internal and external factors, the competitive strategy that must be carried out by RSUD H. Sahudin Kutacane in the future is an intensive or integrative strategy.

Keywords: Strategy Analysis, Service Efficiency.

Latar Belakang Masalah

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. Rumah sakit sebagai salah satu lembaga yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan yang selama ini, merupakan lembaga yang tidak mencari keuntungan yang optimal dalam tujuan pendiriannya. Rumah sakit secara khusus merupakan suatu lembaga yang menangani masalah kesehatan yang bersifat *non profit oriented*.

Selain itu rumah sakit tidak membatasi jumlah pasien yang dilayani, sesuai dengan tujuannya untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Masyarakat masih memandang bahwa pelayanan kesehatan dari rumah sakit sebagai suatu pelayanan jasa yang bersifat sosial, sehingga dianggap tidak etis untuk menerapkan prinsip *profit maximation* dalam industri pelayanan kesehatan.

Untuk meningkatkan dan merebut pangsa pasar dalam industri kesehatan, maka RSUD Sahudin Kutacane yang menyelenggarakan jasa kesehatan selayaknya memiliki strategi yang tepat dan akurat. Strategi ini amat penting diterapkan agar pencapaian posisi tersebut dapat tercapai apalagi para pesaing semakin gencar untuk merebut pasar jasa kesehatan. RSUD Sahudin Kutacane adalah rumah sakit milik Pemerintah Sahudin Kutacane tetapi biaya operasional dicari sendiri RSUD, oleh karena itu RSUD harus mempunyai suatu strategi pengembangan agar selalu eksis berada di dalam industri kesehatan. Menurut Laksosno (2005), lembaga tanpa strategi mempunyai resiko memberikan pelayanan seadanya, lembaga menjadi tidak memiliki daya yang menarik masyarakat menjatuhkan pilihan menggunakan jasa lembaga tersebut.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (UU BPJS), secara tegas menyatakan bahwa BPJS yang dibentuk dengan UU BPJS adalah badan hukum publik. BPJS yang dibentuk dengan UU BPJS adalah BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan.

Kedua BPJS tersebut pada dasarnya mengemban misi negara untuk memenuhi hak konstitusional setiap orang atas jaminan sosial dengan menyelenggarakan program jaminan yang bertujuan memberi kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Berdasarkan dari uraian diatas, penulis tertarik untuk membahasnya lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul: **Analisa Strategi dan Efisiensi Pelayanan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane .**

Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah didalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Strategi Bentuk peserta Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS) pada RSUD.H.Sahudin Kutacane.
2. Apakah Bentuk pelayanan Peserta Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS) pada RSUD.H.Sahudin Kutacane.
3. Apakah terdapat Efisiensi pelayanan penyelenggaraan BPJS

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini

1. Bagaimanakah Bentuk strategi Pelayanan peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane ?
2. Bagaimanakah berapa jumlah Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane ?

Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berkaitan dengan masalah tersebut diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Bentuk strategi Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane ?
2. Mengetahui berapa jumlah Pelayanan peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Pada RSUD H.Sahudin Kutacane ?
3. Mengetahui Peraturan dan Prosedur peserta BPJS Tahun 2014-2015

Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan merupakan salah satu kesempatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dalam perkuliahan, serta dapat membandingkan teori dengan praktek yang ada pada Pelayanan BPJS RSUD Sahudin Kutacane.

2. Bagi RSUD

Sebagai masukan bagi pimpinan RSUD Sahudin Kutacane dan Pemda Sahudin Kutacane dalam upaya melakukan strategi pengembangan pelayanan yang sempurna

Uraian Teoritis Efisiensi

“Efisiensi diartikan sebagai kemampuan suatu unit usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan, efisiensi selalu dikaitkan dengan tujuan organisasi yang harus dicapai oleh perusahaan”.(Agus Maulana, 1997:46)

Dalam kamus besar pengertian efisiensi adalah: “ Kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (dengan tidak membuang-buang waktu,tenaga dan biaya)”.(1995 : 250)

Pengertian efisiensi itu sendiri telah didefinisikan oleh banyak pakar ekonomi dan manajemen, diantara adalah pengertian Efisiensi menurut Malayu S.P Hasibuan yaitu :

“Perbandingan terbaik antara input (masukan) dan output (hasil), antara keuntungan dengan biaya (antara hasil pelaksanaan dengan sumber yang digunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas”.(1994 ; 07)

Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Gronroos dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Sinambela (2006:5), "Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik". Menurut Napitupulu (2007:164): "Pelayanan adalah serangkaian kegiatan suatu proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri seperti tidak terwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki, dan pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut"

Bentuk Pelayanan

Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis yaitu:

1. Layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia.
2. Pelayanan administrasi yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi (organisasi massa atau organisasi negara).

Dengan jiwa dan falsafah bahwa pelayanan adalah awal dari sebuah pembelian (bagi pelayan untuk keuntungan) dan pelayanan adalah awal memberdayakan. Perlu dikenali bahwa alur pelayanan dapat dibagi dalam dua bagian yaitu:

Pelayanan Internal (bahwa dalam organisasi terdapat proses pelayanan) yang meliputi :

1. Pelayanan vertikal, yakni pelayanan dari pimpinan/ manajemen kepada unit atau anggota organisasi.
2. Pelayanan horizontal dan diagonal, yakni pelayanan dari unit/ anggota organisasi kepada unit atau anggota organisasi lain.

Pelayanan Eksternal, yaitu pelayanan organisasi kepada masyarakat atau di luar organisasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Pelayanan makro/ managerial, yaitu pelayanan dari organisasi kepada masyarakat luas, organisasi yang tampilannya dapat diukur dari kualitas manajemen organisasi yang bersangkutan.
2. Pelayanan mikro, yaitu pelayanan organisasi kepada masyarakat diluar organisasi yang tampilannya dapat diukur dari kualitas tampilan fisiknya.

Jenis-jenis pelayanan yang sesuai dengan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan sebelum transaksi, pelayanan pada konteks ini meliputi sistem, struktur dan lingkungan operasional yang ditetapkan sebuah organisasi sebelum terjadi transaksi.
2. Pelayanan saat transaksi, pelayanan pada konteks ini adalah pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan selama proses transaksi.
3. Pelayanan setelah transaksi, adalah pelayanan yang dinikmati pelanggan setelah transaksi berlangsung, pelayanan pada konteks ini menurut keakuratan dan ketepatan waktu dalam penyelesaian produk layanan.

Mekanisme Pelayanan

1. Bagi warga masyarakat miskin/kurang mampu membuat dan mengajukan proposal/surat permohonan bantuan pelayanan kepada Bupati dengan dilengkapi :Photo ccopy KTP dan KK pemohon serta surat pendukung dari yang berwenang jika tidak memiliki KTP
2. Surat keterangan tidak mampu dari RT setempat diketahui RW dan Kelurahan/Desa.
3. Photo kondisi rumah tempat tinggal (tampak depan, samping dan belakang)
4. Berkas proposal/surat permohonan diserahkan ke loket tempat pelayanan terpadu untuk diproses verifikasi dan validasi.
5. Pemohon mendapat penjelasan tentang berbagai jenis pelayanan yang dibutuhkan.
6. Dilakukan pemberdayaan/pemberian bantuan layanan setelah sebelumnya dilakukan asessment, rencana intervensi, intervensi kepada pemohon dari lembaga pemberi pelayanan.
7. Monitoring dan evaluasi dampak pelayanan.
8. Terminasi (pengakhiran)

Pengertian Strategi

Suatu perusahaan di dalam pencapaian tujuannya ataupun di dalam usaha merebut peluang pasar memerlukan suatu strategi. Strategi memiliki banyak defenisi, untuk memperjelas defenisi strategi sebagian orang mencoba membedakan antara strategi dan taktik, yaitu strategi sebagai cara-cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, sedangkan cara-cara untuk mencapai tujuan jangka pendek disebut taktik.

Strategi adalah hal sehubungan dengan menetapkan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di pasar. Strategi akan meliputi tujuan jangka panjang serta sumber keunggulan yang merupakan pengembangan pemahaman yang dalam tentang pemilihan pasar dan pelanggan oleh perusahaan yang juga menunjukkan kepada cara terbaik untuk berkompetisi dengan pesaing di dalam pasar. Secara ringkas strategi adalah sebuah kombinasi akhir yang ingin dicapai perusahaan serta bagaimana untuk mencapai tujuan akhir (Dirgantoro, 2002 : 79).

Kerangka Konseptual

1. Mereview strategi

Setiap strategi punya kelebihan dan kekurangan, sehingga perusahaan perlu mereview terlebih dahulu strategi mana saja yang bisa digunakan dan layak untuk situasi yang dihadapinya saat ini. Strategi diversifikasi adalah sebuah strategi yang paling kompleks implikasinya , karena bagi perusahaan, ini akan menjadi pengalaman baru, baik dari segi pasarnya (new market), maupun dari segi produknya (new products). Pada dasarnya keputusan untuk melakukan diversifikasi akan mengandung resiko bisnis yang tinggi. Perusahaan harus melakukan studi kelayakan (feasibility study) terlebih dahulu, misalnya saja apakah channel distribusi yang baru akan cukup mendukung karena distribusi menjadi faktor utama keberhasilan produk. Demikian pula, harus diyakini bahwa produk baru tersebut memang sesuai dengan minat konsumen dimana perusahaan bisa memproduksinya dengan kualitas yang sama baiknya dengan produk-produk lamanya.

2. Melakukan test market

Untuk mengurangi resiko kegagalan, biasanya dilakukan test market terlebih dahulu, artinya produk baru ini dicoba dipasarkan di kota tertentu sambil dimonitor sejauh mana

penerimaan pasar/konsumennya. Setelah mempelajari hasil test market dan modifikasi produk apabila diperlukan, barulah produk dipasarkan di pasar yang lebih luas. Sebelum mengambil keputusan diversifikasi, perlu dipertimbangkan terlebih dahulu ketiga strategi lainnya. Bagaimanakah potensi produk lama untuk dikembangkan di pasar lama (market penetration), karena bisa jadi masih banyak yang bisa digarap disana. Pilihan berikutnya adalah pengembangan produk yang sudah ada ke pasar baru (market development), ataupun bila telah siap dengan pengembangan produk baru, pertimbangkan juga untuk memasarkan produk baru tersebut di pasar yang lama (product development). Tentunya diversifikasi tidak selalu menjadi satu-satunya pilihan strategi bagi perusahaan. Yang sering dilaksanakan adalah strategi diversifikasi dikombinasi dengan satu dari ketiga strategi lainnya, apakah itu market penetration, product development, ataupun market development. Ini tergantung dari kesiapan perusahaan dari segi resources (people, money and time).

3. Mengenal segmentasi pasar

Mengenal segmentasi pasar juga dibutuhkan dalam Matrix Ansoff, khususnya untuk mengetahui peta penggunaan produk saat ini berada di segmen mana. Yang disebut dengan pengembangan pasar lama atau baru (existing dan new market) tidak selalu dari segi area geografis saja, tetapi bisa saja dari segi segmen pasarnya. Existing market merefleksikan segmen dimana produk kita sudah digunakan, sedangkan new market ditujukan untuk menjelaskan segmen yang baru atau yang belum digarap.

4. Monitoring

Untuk memperoleh informasi tentang kekuatan atau kelemahan produk kita di sebuah segmen, atau sampai dimana penetrasi sudah dilakukan, harus dengan penggalan informasi terus-menerus, melalui monitoring data penjualan di tiap segmen atau area, hasil survei penggunaan produk di tingkat konsumen, dan lain lain. Disinilah peranan teknologi informasi dalam pemasaran, karena mengelola informasi atau data yang begitu banyak dan kompleks hanya bisa disederhanakan dengan bantuan teknologi informasi.

5. Membuat pilihan pertumbuhan strategis

Perusahaan jasa dapat membuat pilihan pertumbuhan strategis dalam keputusan strategi produk jasa yang dikenal dengan Ansoff Matrix. Matriks memperlihatkan beberapa kemungkinan

strategi jasa dilihat dari aspek jasa itu sendiri (apakah ada perubahan atau tidak) dan aspek pasar yang dilayani (apakah pasar/segmen lama atau baru). Dari dua hal ini terdapat empat alternative strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa; apakah akan melakukan penetrasi pasar, pengembangan jasa, pengembangan pasar, atau mencoba melakukan diversifikasi pada jasa lain.



Gambar 1. Kerangka Teori

1. Strategi Pelayanan adalah hal sehubungan dengan menetapkan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di pasar
2. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan manusia atau mesin secara fisik untuk menyediakan kepuasan konsumen. (Lehtinen 2006 p. 21).
3. Menurut Dwiyanto, dkk (2008:76) Efisiensi pelayanan adalah perbandingan terbaik antara input dan output pelayanan. Secara ideal, pelayanan akan efisien apabila birokrasi pelayanan dapat menyediakan input pelayanan, seperti biaya dan waktu pelayanan yang meringankan masyarakat pengguna jasa.

Sifat dan Tempat Penelitian

Sifat penelitian ini digolongkan kepada penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan, menjelaskan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi pada suatu objek dan datanya bersifat kualitatif, yaitu data yang digambarkan dengan kata atau kalimat menurut kategori untuk memperoleh suatu kesimpulan (Ruslan, 2004).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober s/d Desember 2016 di Rumah Sakit Umum Daerah Sahudin Kutacane yang beralamatkan di Jalan Kutacane – Blangkejeren Desa Purwodadi Kecamatan Badar Kabupaten Aceh Tenggara

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Objek penelitian merupakan masalah yang dibicarakan dalam penelitian karena keseluruhan objek yang dibicarakan dalam penelitian disebut populasi.

Populasi didalam penelitian ditentukan dengan populasi terbatas. Hal ini sesuai dengan pendapat ahli sebagai berikut : “ada kalanya masalah penarikan sampel ini ditiadakan sama sekali dengan memasukkan seluruh populasi sebagai sampel yaitu : secara populasi itu terbatas” (Surakhmad, 1980 :100). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang memakai kartu BPJS kesehatan yang datang memeriksakan kesehatannya di RSUD.H.Sahudin Kutacane

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi. Sampel mewakili aspek-aspek yang dibutuhkan dalam penelitian, Muhammad Ali (1982:54) mengatakan : sebagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu disebut sampel.

Penentuan pengambilan sampel menurut Arikunto (2008 :16) adalah sebagai berikut : apabila kurang dari seratus lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya dapat diambil antara 10-19% atau 20-25% atau lebih.

Teknik Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data terdiri dari:

a. Metode Field Research

Pengumpulan data melalui penelitian langsung pada objek yang akan diteliti dengan melakukan penelitian terhadap objek-objek yang menjadi sasaran, dan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

b. Metode Library Research

Pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mempelajari dan meneliti buku-buku yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk mudah dibaca dan diinterpretasikan. Data ini mencakup tentang pelaksanaan pelayanan, persaingan, strategi, dan lain-lain. Dalam melakukan analisa data dilakukan dalam beberapa tahap.

Adapun pengolahan data tersebut ditempuh dengan cara sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Editing yaitu mengoreksi atau meneliti kembali jawaban – jawaban yang telah diberikan oleh responden.

b. Pengolahan Data

Tabulasi ini dengan tujuan untuk memproses perhitungan frekwensi pada masing – masing kategori, yang selalu disajikan dalam bentuk tabel.

Pembuatan Tabel

Dalam pembuatan tabel ini jalan menyajikan hasil tabulasi ke dalam tabel – tabel atas pertanyaan yang diajukan kepada responden menurut kategori jawaban dengan memasukkan jumlah frekuensi dan selanjutnya dipakai sebagai kerangka analisa.

Kesimpulan

Berdasarkan pada teori analisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, and threat*) bahwa untuk masa depan pada suatu perusahaan, maka pimpinan harus mengetahui situasi dan kondisi perusahaan.

1. Analisa faktor-faktor internal RSUD H.Sahudin Kutacane

Setiap perusahaan tanpa terkecuali RSUD H.Sahudin Kutacane memiliki beberapa keunggulan atas yang lainnya, sebaliknya perusahaan juga tidak terlepas dari kelemahan-kelemahannya.

a. Kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh RSUD H.Sahudin Kutacane adalah

- *Service* atau pelayanan yang diberikan oleh RSUD H.Sahudin Kutacane terkenal dengan *service nice*, yaitu dimana para medis mendorong untuk memberikan pelayanan yang dapat menciptakan serangan yang positif buat para pasien.
- Pemilihan ataupun yang menentukan dalam perawatan diserahkan pada selera ataupun kepercayaan para pasien yang bersangkutan.
- Tarif yang dikenakan dan biaya selama perawatan relatif lebih murah dibandingkan dengan rumah sakit swasta.
- Pertumbuhan kunjungan pasien dari tahun ketahun tinggi

b. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh RSUD H.Sahudin Kutacane adalah :

- Jumlah tenaga medis belum semuanya terpenuhi di RSUD H.Sahudin Kutacane.
- Kurangnya fasilitas fisik RSUD H.Sahudin Kutacane
- Sarana pendukung pada RSUD yang masih belum memadai
- Masih kurangnya pembiayaan pada RSUD H.Sahudin Kutacane.

2. Analisa faktor-faktor eksternal RSUD H.Sahudin Kutacane

Perumusan, strategi, kebijaksanaan serta taktik dirancang untuk mengarahkan pimpinan dalam mencapai tujuan perusahaan secara nyata, namun sebelum strategi dirumuskan, pihak perencanaan harus mengidentifikasi, menganalisa serta mendiagnosa peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungannya.

a. Peluang-peluang yang dimiliki oleh RSUD H.Sahudin Kutacane

- Perkembangan teknologi, sehingga bisa menciptakan pasar baru, perkembangan produk jasa kesehatan pada RSUD H.Sahudin Kutacane.
- Target pasar yang ditujukan oleh RSUD adalah masyarakat berpenghasilan rendah
- Terjadinya pertumbuhan penduduk sebesar 2%
- Terjadinya perkembangan pemukiman kedaerah sekitar lokasi RSUD

b. Ancaman-ancaman yang dimiliki oleh RSUD H.Sahudin Kutacane

- Pesaing yang ada mulai memperhatikan/memberikan fasilitas-fasilitas yang lebih baik

- Terjadinya laju inflasi yang tinggi
 - Terjadinya kenaikan tarif listrik dan telepon yang mengakibatkan penambahan biaya operasional yang lebih tinggi
4. Berdasarkan penganalisaan dari faktor internal dan eksternal maka strategi bersaing yang harus dilakukan oleh RSUD H.Sahudin Kutacane kedepan adalah strategi intensif atau integratif.

Saran-saran

RSUD H.Sahudin Kutacane dalam menjalankan usahanya untuk mencapai tujuannya sesuai dengan misinya, serta dalam pengembangan strategi untuk merebut peluang pasar jasa kesehatan, penulis memberikan masukan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pengembangan bagi RSUD H.Sahudin Kutacane.

1. Melihat dari jumlah kunjungan pasien dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang lebih tinggi, maka sebaiknya pihak pengelolaan rumah sakit melakukan perbaikan-perbaikan dan peningkatan sumberdaya manusia serta peningkatan sarana dan prasarana fasilitas yang ada.
2. Di dalam memanfaatkan peluang pasar dan memperbesar kesempatan pertumbuhan perusahaan, maka sebaiknya pihak rumah sakit harus dapat memberikan keyakinan pada pasien bahwa RSUD H.Sahudin Kutacane memiliki pelayanan kesehatan yang berbeda dengan sarana kesehatan lainnya.
3. Mengingat adanya pertumbuhan penduduk yang tinggi serta perkembangan pemukiman yang besar pada daerah sekitar lokasi RSUD, maka sebaiknya tipe RSUD H.Sahudin Kutacane dapat ditingkatkan dari tipe C menjadi tipe B.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 1992, *Dasar-dasar Bisnis dan Pemasaran*, Alfabeta, Bandung
- Azwar, Azrul, 1996, *Pengantar Administrasi Kesehatan*, Binarupa Aksara, Jakarta
- Cravens, W.David, 2000, *Pemasaran Strategis*, Erlangga, Jakarta
- David, Fred, 2004, *Manajemen Strategi*, Prentice Hall, Inc, Jakarta
- David, R, 1997, *Manajemen Strategis Konsep*, PT.Prenhalindo, Jakarta
- Dirgantoro, Crown, 2002, *Keunggulan Bersaing*, PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, Jakarta
- Depkes RI, *Indonesia Sehat*, 1994
- Herlambang, Tedy, 2002, *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, P, 2000, *Pemasaran Manajemen (Edisis Millenium)*, PT.Prenhalindo, Jakarta

- Porter, Michael, 1992, ***Strategi Bersaing***, Erlangga, Jakarta
- Pearce, J & Robinson, 2003, ***Strategic Management***, Mc.Grow-Hill Irwin
- Perda Kota Sahudin Kutacane, No.02, 2006
- Rangkuti, Freedy, 2005, ***Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis***, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ruslan, Rosady, 2004, ***Metode Penelitian***, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Tripomo, Tedjo, 2005, ***Manajemen Strategi***, Respkayasa Sains, Bandung
- UU Kesehatan, 1995
- UU Kesehatan, NO. 23, 1992
- W.W.W Bps.go.id / Bps propinsi Aceh, 2005