BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari hasil bab sebelumnya, penulis menarik suatu kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Rekomendasi strategi bisnis klinik pratama Purwa Sehat guna meningkatkan keuanggulan bersaing

   a) Rekomendasi strategi pertama yaitu alternative dari hasil matriks TOWS. Alternative strategi ini dapat digunakan ketika strategi di tingkat korporat tidak dapat dilakukan. Tujuannya adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

      (i) Kekuatan

         1. Dokter dan tenaga medis berpengalaman
         2. keuangan relative positif
         3. Dokter jaga 24 jam
         4. Obat berkualitas
         5. pelayanan dan kebersihan

      (ii) Kelemahan

         1. SIM tidak cocok untuk menampilkan laporan keuangan
         2. Tidak ada strategi atau program pemasaran
         3. Kurang sosialisai prosedur BPJS
         4. Tidak memiliki tenaga ahli pemasaran

5. Ketepatan waktu

(iii) Peluang

1. Citra baik di luar desa
2. Distributor obat baru bermunculan
3. Meningkatnya tingkat kesadaran akan kesehatan
4. Masyarakat sekitar klinik mulai mengenal internet

(iv) Ancaman

1. Meningkatnya persaingan
2. Berita yang merusak citra klinik
3. Kurangnya dukungan dari aparatur desa

b) Rekomendasi strategi kedua yaitu strategi di tingkat korporat di dapati hasil dari matriks General Electric Klinik Pratama Purwa Sehat berada pada sel 5 yang menjadi pada posis GROWTH dengan kosentrasi melalui integrasi horizontal.

c) Rekomendasi strategi ketiga yaitu hasil dari rangkuman faktor strategis atau biasa disebut Strategi Factor Analysis Summary (SFAS) Klinik Pratama Purwa Sehat bila dinilai dari faktor – faktor utama berada diantara kategori rata –rata baik tersebut juga berarti klinik pratama Purwa Sehat baik dalam merespon factor – factor eksternal.

5.2 Saran

1. Saran yang rekomendasi strategi bisnis klinik pratama Purwa Sehat guna meningkatkan keunggulan bersaing

a) Saran rekomendasi strategi alternative

Rencana Strategi Alternatif Strength Opportunity (SO)

a. lebih mensosialiasasikan kepada pasien yang datang bahwa klinik memiliki dokter jaga 24 jam serta obat yang berkualitas tinggi di banding klinik sekitar (melalui lisan maupun dengan bentuk poster)
b. Aktif menggunakan social media untuk sosialisasi kelebihan – kelebihan klinik

Rencana Strategi Alternatif Weaknesses Opportunity (WO)

a. Menciptakan strategi digital marketing sederhana menggunakan website, social media maupun menggunakan sms gateway untuk mensosialisasikan kelebihan klinik dan juga menciptakan citra baik di masyrakat
b. memanfaatkan strategi digital marketing sebelumnya dengan lebih menekan kan gaya hidup sehat

Rencana Strategi Alternatif Strength Threath (ST)

a. melakukan perbaikan citra dengan kembali melakukan sosialisasi secara langsung maupun tidak langsung
b. rutin melakukan program maupun acara berskala kecil untuk meningkatkan citra baik dan juga pendekatan

halus dengan masyarakat sebagai bagian dari jawaban kurangnya dukungan aparatur desa

Rencana Strategi Alternatif Weaknesses Threath (WT)

a. mempekerjakan tenaga ahli di bidang pemasaran dan citra perusahaan atau klinik

b) Saran rekomendasi strategi yang ke dua adalah saran rekomendasi strategi di tingkat korporat. Strategi di tingkat korporat ini di dapat dari matriks General Electrick (GE Matriks). Hasil dari perhitungan GE matriks klinik pratama Purwa Sehat berada pada sel 5 dan pada posisi Growth maka klinik pratama Purwa Sehat dapat melakukan pertumbuhan – pertumbuhan yang sifatnya integrasi horizontal. Integrasi horizontal ini di maksudkan agar klinik pratama Purwa Sehat mengintegrasikan produksi dari barang dan jasa ke satu rantai pasokan. Seperti contohnya melakukan joint venture atau melakukan akusisi terhadap distributor obat. Karena perusahaan yang berada pada sel 5 ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi.

c) Saran Rekomendasi strategi yang ke tiga adalah saran rekomendasi strategi hasil dari rangkuman faktor strategis atau biasa disebut Strategi Factor Analysis Summary (SFAS). Klinik pratama Purwa Sehat memiliki nilai 3.6 menunjukan nilai perbandingan yang cukup baik dalam merespon factor – factor strategis eksternal peerusahaan yang ada.

Untuk membuat klinik pratama Purwa Sehat semakin memiliki keunggulan bersaing dan semakin baik dalam merespon factor – factor

strategis eksternal perusahaan yang ada maka penulis merekomendasikan renstra sebagi bagian dari rencana implementasi strategi yang bisa di lakukan klinik pratama Purwa Sehat dalam jangka panjang.

Tabel 5.1
Renstra jangka pendek

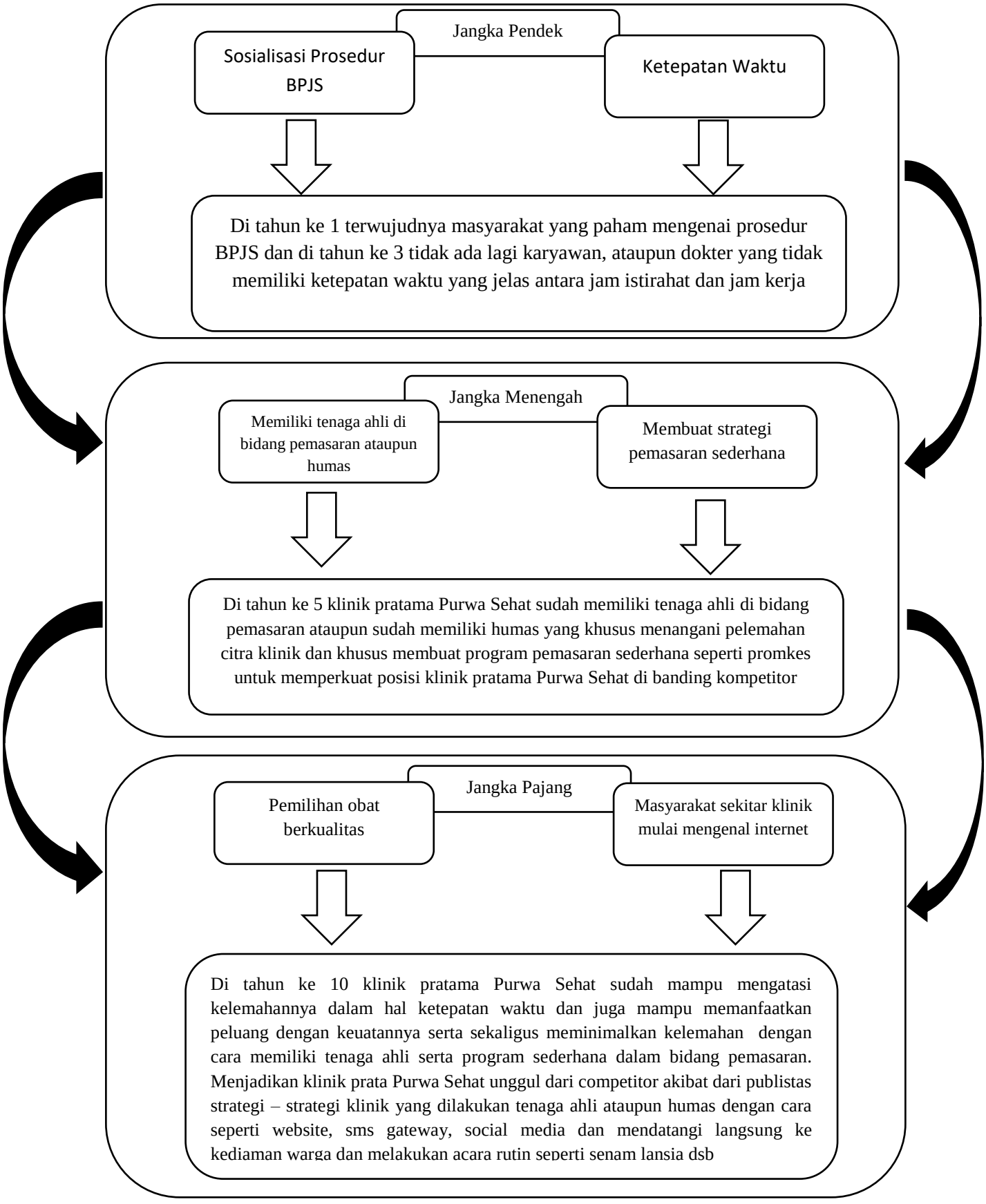
Renstra Jangka Pendek (Rekomendasi strategis yang harus di lakukan 1-3 Tahun ke depan)				
No	Faktor Strategis	Sasaran	Waktu	Keterangan
1	Sosialisai prosedur BPJS (W)	Pasien	1 tahun	1. Melakukan sosialisasi kepada setiap pasien yang datang mengenai prosedur claim BPJS 2. membuat media lisan, media gambar, maupun media digital untuk sosialisasi lebih banyak
2	Ketepatan waktu (W)	Dokter, perawat, bagian pendaftara	1 tahun	1. Memperjelas dan mempertegas waktu istirahat dan waktu pelayanan 2. Memberikan konsekuensi bila terjadi penyelewengan waktu. 3. Memberikan tujuan serta pengertian untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan terbaik demi meningkatkan kenyamanan pasien

Tabel 5.2
Renstra jangka menengah

Renstra Jangka Menengah (Rekomendasi strategis yang harus di lakukan 3-5 tahun ke depan)				
No	Faktor Strategis	Sasaran	Waktu	Keterangan
1.	Memiliki tenaga ahli di bidang pemasaran ataupun humas (W)	pegawai	3 tahun	1. Memiliki tenaga ahli khusus dengan kualifikasi menengah yang secara khusus menangani pemasaran dan pelemahan citra. 2. Bila posisi keuangan tidak mencukupi bisa menggunakan karyawan yang ada sekarang 3. Memberikan pelatihan bila menggunakan karywan yang ada untuk mengisi posisi tambahan tenaga ahli pemasaran 4. Pelatihan bisa berupa media digital marketing, pemahaman citra, dsb 5. ahli pemasaran bisa pula menjadi humas klinik
2	Membuat strategi pemasaran sederhana (W)	Pegawai	4 – 5 tahun	1. Membuat program maupun rencana pemasaran untuk meningkatkan daya tarik citra klinik. 2. Membuat target 3. Membuat evaluasi berkala hasil dari program tersebut

Tabel 5.3
Renstra jangka panjang

Renstra Jangka Panjang (Rekomendasi strategis yang harus di lakukan 5 – 10 tahun ke depan)				
No	Faktor Strategis	Sasaran	Waktu	Keterangan
1	Pemilihan obat berkualitas (S)	Bagian farmasi dan dokter	10 tahun	1. Melakukan koordinasi antara dokter dan bagian farmasi mengenai kualitas obat yang terbaik dan cocok untuk demografi klinik 2. Koordinasi dilakukan berkala guna memberikan obat dengan kualitas terbaik dan dengan harga yang bersaing 3. Selalu melakukan evaluasi atau rapat umum ataupun sejenisnya per 6 bulan sekali
2	Masyarakat sekitar klinik mulai mengenal internet (O)	Bagian pemasaran	5 - 10 tahun	1. Melakukan pendekatan dan peningkatan citra 2. menggunakan social media, website, Pemasaran bisa menggunakan iklan tertarget 3. Menggunakan Iklan tertarget untuk mimilih posisi wilayah pasien, tingkat pendidikan, jenis kelamin, serta usia 4. Menciptakan platform seperti SMS Gateway 5. Melakukan promkes dengan media – media yang telah disebut di atas



Gambar 5.1
Peta Jalan (Roadmap) Program Klinik Pratama Purwa Sehat