



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JEMSI>[editor@dinastirev.org](mailto:editor@dinastirev.org)

## ANALISIS DAN PENERAPAN STRATEGI SWOT PADA *WEEKEND SERVICE* RS. JANTUNG HARAPAN KITA

Mastari<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

### ARTICLE INFORMATION

Received: 5 April 2020

Revised: 15 April 2020

Issued: 22 April 2020

Corresponding author:

**Mastari**

E-mail: [mastari865@gmail.com](mailto:mastari865@gmail.com)

**Abstrak:** Rumah sakit jantung dan pembuluh darah harapan kita (RSPJHK) merupakan rumah sakit khusus yang menjadi pusat rujukan nasional untuk penanganan penyakit jantung dan pembuluh darah yang beralamat di Jl.S. Parman kav 87 slipi jakarta barat yang diresmikan pada tanggal 9 november 1985. Sebagai pusat jantung nasional (national cardiovascular center) selain menyediakan pelayanan kesehatan jantung. RSPJHK juga dikembangkan sebagai lembaga pendidikan serta pelatihan dan penelitian dalam bidang kesehatan kardiovaskular. Melalui analisa daya saing menggunakan metode analisa SWOT (strength/ kekuatan, weakness/ kelemahan, opportunities/ peluang, dan threats/ ancaman). RS.Jantung khususnya pelayanan weekend service mampu bersaing terhadap para pesaingnya. Tujuan penulis adalah untuk mengetahui langkah dan strategi yang diambil untuk menghadapi persaingan melalui analisa SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian berdasarkan nilai yang dihasilkan dari kedua tabel ini menunjukkan tabel IFAS (Faktor Internal) menunjukkan angka total nilai bobot = 1 dengan nilai total score = 2,87. dibawah nilai maksimal 5. Sedangkan tabel EFAS (Faktor Eksternal) menunjukkan hasil total nilai bobot = 1 dan hasil nilai score = 2,94 dibawah nilai maksimal 5. Hasil analisa ini menunjukkan bahwa penurunan jumlah pasien di Weekend Service RS. Jantung Harapan Kita disebabkan oleh faktor eksternal yang lebih besar, sehingga hal ini dapat menjadi perhatian untuk manajemen memperbaiki masalah ini.

**Kata kunci :** Analisis dan strategi SWOT WES RS. Jantung Harapan Kita

## PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu teknologi dan informasi yang ada pada saat ini memiliki dampak yang sangat baik terhadap masyarakat dalam memilih fasilitas pelayanan umum terutama fasilitas pelayanan yang berkaitan dengan kesehatan dan terlebih lagi dengan kesehatan yang berkaitan dengan kardiovaskuler atau yang lebih dikenal dengan penyakit jantung. Angka penderita penyakit jantung di Indonesia menunjukkan peningkatan pada setiap tahunnya. Data Who saat ini menunjukkan bahwa penyakit kardiovaskular merupakan penyebab kematian nomor satu secara global sebesar 31%

kematian. Pada tahun 2012 terdiri dari 42% kematian karena jantung koroner, 38% karena struk. (<https://www.jitunews.com>). Penderita penyakit jantung tertinggi ada pada kelompok usia 45-65 tahun. Persentasenya 41% selisih angka usia yang tidak jauh berbeda antara usia 45 tahun kebawah dan 45 tahun keatas. ini menegaskan bahwa tren resiko penyakit jantung datang pada usia muda semakin meningkat. Sumber (<https://www.jpn.com>). (dikutip 10 Maret 2020)

Agar dapat bersaing dengan rumah sakit yang lain, maka Rumah Sakit Jantung Dan Pembuluh Darah Harapan Kita Jakarta harus memiliki pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi. Dengan pelanggan yang loyal maka mengindikasikan bahwa rumah sakit tersebut memiliki kinerja yang baik yang ditunjukkan dari tingkat kepuasan pasien ketika melakukan pemeriksaan. Hal ini dapat terlihat dari data pelanggan yang dari period eke periodenya menunjukkan peningkatan. Dalam dua tahun terakhir pertumbuhan terdapat pertumbuhan jumlah pelanggan (pasien) yang datang ke Rumah Sakit Jantung Dan Pembuluh Darah Harapan Kita Jakarta pada *weekend service*, namun terdapat beberapa periode (bulan) yang mengalami penurunan jumlah pelanggan pada tahun 2019 dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya seperti yang tersaji dalam tabel berikut.

**Tabel 1. Data Pelanggan Weekend Service RS.Jantung Harapan Kita**

Bulan	Tahun		Pertumbuhan
	2018	2019	
Januari	38	36	-5.26%
Februari	18	21	16.67%
Maret	25	40	60.00%
April	36	47	30.56%
Mei	36	37	2.78%
Juni	38	39	2.63%
Juli	26	33	26.92%
Agustus	30	35	16.67%
September	27	48	77.78%
Oktober	33	37	12.12%
Nopember	38	46	21.05%
Desember	39	29	-25.64%
Jumlah	384	448	16.67%

Sumber : Rumah Sakit Harapan Kita Jakarta WES (2019)

Data di atas menunjukkan bahwa secara keseluruhan jumlah pasien tahun 2019 lebih besar daripada tahun 2018 dengan persentase pertumbuhan yaitu 16,67%. Meskipun secara keseluruhan menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan, namun pada periode Januari menunjukkan adanya penurunan jumlah pelanggan sebesar 5,26% bahkan pada periode Desember mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu 25,64%. Hal ini tentunya mengindikasikan bahwa tingkat kunjungan pasien masih rendah, mengingat proses pengobatan/pemeriksaan ini dilakukan dalam beberapa periode berjalan. Untuk menyusun rencana dan strategis menyikapi penurunan jumlah

kunjungan pasien, diperlukan sebagai pendekatan untuk mengetahui atau memahami sejumlah informasi yang diperlukan, baik aspek internal maupun aspek eksternal. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis "SWOT" (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor-faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar dan strategi yang menyajikan kombinasi terbaik di antara keempatnya.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah ditemukan diatas, maka peneliti mengambil pokok masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh RS. Jantung Harapan Kita.
2. Kesempatan dan ancaman yang muncul terhadap RS. Jantung Harapan Kita.
3. Strategi SWOT RS. Jantung Harapan Kita agar tetap bisa bersaing

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat-manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

^ Bagi penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa kuliah dan mengaplikasikannya khususnya dalam penerapan SWOT di perusahaan.

^ Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi rumah sakit dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien.

^ Bagi peneliti selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi penulis lain dalam melakukan penelitian dengan masalah yang sama serta mengembangkan penelitian selanjutnya.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Pada intinya pemasaran (*marketing*) berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Suryana (2008: 135) yang mengatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Kotler dalam Sunyoto, 2014: 220). Pemasaran menjadi kegiatan yang penting untuk dilakukan oleh suatu organisasi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang, sekaligus mendapatkan laba yang maksimal, karena dengan pemasaran produk dapat dikenal dan memungkinkan untuk dapat dipasarkan secara luas.

Agar pemasaran dapat dilakukan dengan efektif maka perlu adanya manajemen pemasaran yang dapat merumuskan strategi dalam pemasaran tersebut. Manajemen pemasaran yaitu analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (*target buyers*) dengan maksud untuk

mencapai tujuan-tujuan organisasional (Sunyoto, 2014; 221). Selain itu agar manajemen lebih terarah kepada orientasi target maka perlu adanya suatu konsep. Menurut Assauri (2010: 81) konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika dilihat dari angka penurunan jumlah pasien aspek yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini mencakup 3 kategori utama yang menjadi acuan untuk dianalisa dengan pesaing, ketiganya adalah :

### **Harga**

Harga merupakan salah satu instrument yang dijadikan sebagai tolak ukur oleh konsumen untuk menentukan kualitas barang dan pelayanan yang didapatkan. Terdapat beberapa pendapat yang mengatakan bahwa ada harga ada kualitas dan sebaliknya. Hal ini yang menyebabkan bahwa penerapan harga terhadap bentuk suatu pelayanan kesehatan sangat memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pilihan konsumen untuk menentukan pilihannya dalam pemeriksaan kesehatan jantungnya. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

### **Produk Layanan**

Menurut Jerome Mc.Charty yang dikutip oleh Kotler dan Armstrong (2014: 76), *“product means the goods and service combination the company offers to the target market”*. Artinya produk merupakan kombinasi barang dan jasa perusahaan yang ditawarkan ke target pasar. Dengan kata lain, suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Untuk itu, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

### Analisis SWOT

Rangkuti, Freddy. (2006) mengatakan analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.

**Tabel 2. Matrik IFAS dan EFAS**

	IFAS	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
EFAS			
Peluang ( <i>Opportunity</i> )		<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman ( <i>Threats</i> )		<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Analisa diagram matriks SWOT diatas sebagai berikut

1. Strategi SO (*Strength and Opportunity*).

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strength and Threats*).

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*).

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada

4. Strategi WT (*Weakness and Threats*).

Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

Sumber <https://dinastipub.org/DIJEFA/article/view/143/102> . (dikutip 21 Maret 2020)

### Latar Belakang RS. Jantung Harapan Kita

Rumah Sakit Jantung dan Pembuluh Darah Harapan Kita (RSJPDHK) merupakan rumah sakit khusus yang menjadi Pusat Rujukan Nasional untuk penanganan penyakit jantung dan pembuluh darah (kardiovaskular). Rumah sakit ini didirikan oleh Yayasan Harapan Kita diatas tanah seluas 22.389 m<sup>2</sup> di Jl. S. Parman kavling 87 Slipi, Jakarta Barat dan diresmikan pada tanggal 9 Nopember 1985. Pada tanggal 27 Maret 1985 Yayasan Harapan Kita melalui Surat Keputusan No.02/1985

menyerahkan kepemilikan rumah sakit ini kepada pemerintah dalam hal ini Departemen Kesehatan, tetapi pengelolaannya diserahkan kepada Yayasan Harapan Kita berdasarkan SK No. 57/Menkes/SK/II/1985. Pada tanggal 31 Juli 1997 Yayasan Harapan Kita menyerahkan kembali pengelolaan Rumah Sakit Jantung Harapan Kita kepada Departemen Kesehatan Republik Indonesia dan selanjutnya melalui Peraturan Pemerintah nomor 126 tahun 2000, status Rumah Sakit Jantung Harapan Kita pun berubah menjadi Perusahaan Jawatan dibawah naungan Kementerian BUMN. Pada tanggal 13 Juni 2005, ditetapkan Peraturan Pemerintah nomor 23 tahun 2005 tentang Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum, yang menyebutkan perubahan status rumah sakit yang semula berstatus Perusahaan Jawatan (Badan Usaha Milik Negara) menjadi Badan Layanan Umum (pasal 37 ayat 2) Sumber <https://www.pjnhk.go.id/profil/tentang-kami> (dikutip 20 Maret 2020).

Kesehatan menjadi salah satu kebutuhan pokok (primer) selain dari kebutuhan pokok yang biasa kita dengar seperti sandang, pangan dan papan hal ini yang menyebabkan setiap manusia akan selalu ingin memperhatikan dan memberikan perhatian khusus terhadap kesehatannya. Setiap orang akan selalu ingin melakukan tindakan cepat dan berkualitas terhadap kesehatannya terutama yang berkaitan dengan kesehatan jantungnya. Pelanggan akan selalu mencari rumah sakit yang bisa memberikan pelayanan yang berkualitas dan terpercaya dan profesional dibidangnya meskipun ada konsekuensi harga yang akan dibayar lebih mahal. Hal ini yang menyebabkan persaingan setiap rumah sakit baik pemerintah ataupun swasta.

### **Analisa SWOT pada RS. Jantung Harapan Kita.**

#### **1. Kekuatan (*Strength*).**

Merupakan hal-hal yang dapat menjadi kekuatan, yang dimiliki oleh perusahaan, biasanya berwujud sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan baik sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya. Termasuk di dalamnya tenaga kerja, goodwill, modal, mesin dan sebagainya.

Kekuatan RS. Jantung Harapan Kita.

- ♣ Menjadi pelopor rumah sakit dalam penyakit jantung dan pembuluh darah, memiliki sarana serta peralatan medis berteknologi tinggi.
- ♣ Sumber daya manusia (SDM) tim medis baik dokter dan perawat memiliki kompetensi tinggi dibidang pemeriksaan serta tindakan medis penyakit jantung
- ♣ Manajemen yang profesional dan transparan yang selalu mengikuti kebijakan dan regulasi sesuai standarisasi nasional maupun internasional.

#### **2. Kelemahan (*Weakness*).**

Merupakan segala sesuatu yang menjadi kelemahan atau kendala-kendala yang menyebabkan perusahaan sulit untuk berkembang atau meningkatkan kinerja perusahaannya. Seperti halnya kekuatan, kelemahan ini juga berasal dari dalam perusahaan atau dapat dikatakan sesuatu yang dibutuhkan untuk pengembangan perusahaan namun tidak dimiliki atau sangat kurang kapasitasnya.

Kelemahan RS. Jantung Harapan Kita.

- ♣ Pelayanan kesehatan yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi perlu disempurnakan untuk mengurangi rasa ketidaknyamanan terhadap pasien yang berkunjung.
- ♣ Sistem pelayanan yang belum berorientasi pada one stop service membuat

banyak pasien malas untuk datang konsultasi dan tindakan medis.

- ♣ Kapasitas kamar perawatan VIP yang terbatas, sehingga sulit melakukan ekspansi perawatan selain pengguna BPJS

### 3. Kesempatan (*Opportunity*)

Peluang merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk berkembang. Peluang yang ada tersedia di lingkungan perusahaan dan umumnya tidak bias disediakan oleh perusahaan.

Peluang RS. Jantung Harapan Kita

- ♣ Sejalan dengan tekad pemerintah membantu ikut serta dalam melayani masyarakat dalam bidang penyakit jantung.
- ♣ Menjadi pusat rujukan nasional dalam bidang penyakit jantung, sehingga peluang jumlah pasien yang datang semakin bertambah.
- ♣ Kecepatan kemajuan teknologi informasi sangat mendukung dalam pencapaian visi dan misi RS. Jantung Harapan Kita.

### 4. Hambatan (*Threat*)

Ancaman adalah suatu situasi yang dapat mengurangi kemampuan bisnis atau perusahaan untuk melindungi dan memperbaiki kedudukannya dalam pasar. Ancaman termasuk ke dalam variable yang juga tidak dapat diciptakan oleh perusahaan.

Faktor ancaman RS. Jantung Harapan Kita.

- ♣ Perkembangan dunia bisnis rumah sakit semakin kompleks dengan tingkat persaingan yang tinggi
- ♣ Masyarakat cenderung meminati layanan rumah sakit yang simple dan menawarkan berbagai fleksibilitas tetapi kualitas pelayanan tetap prima.
- ♣ Harga produk dan pelayanan yang semakin bersaing dengan kompetitor.

## Matrik SWOT

### RS. Jantung Harapan Kita

<b><u>Faktor Internal</u></b>	<b>Strength (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
<b>SWOT</b>	1. Menjadi pelopor rumah sakit dalam penyakit jantung dan pembuluh darah, memiliki sarana serta peralatan medis berteknologi tinggi.	1. Pelayanan kesehatan yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi perlu disempurnakan untuk mengurangi rasa ketidaknyamanan terhadap pasien yang berkunjung.
	2. Sumber daya manusia (SDM) tim medis baik dokter dan perawat memiliki kompetensi tinggi dibidang pemeriksaan serta tindakan medis penyakit jantung	2. Sistem pelayanan yang belum berorientasi pada one stop service membuat banyak pasien malas untuk datang konsultasi dan tindakan medis.
<b><u>Faktor Eksternal</u></b>	3. Manajemen yang profesional dan transparan yang selalu mengikuti kebijakan dan regulasi sesuai	3.3. Kapasitas kamar

	standarisasi nasional maupun internasional.	perawatan VIP yang terbatas, sehingga sulit melakukan ekspansi perawatan selain pengguna BPJS
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <p>1. Sejalan dengan tekad pemerintah membantu ikut serta dalam melayani masyarakat dalam bidang penyakit jantung.</p> <p>2. Menjadi pusat rujukan nasional dalam bidang penyakit jantung, sehingga peluang jumlah pasien yang datang semakin bertambah.</p> <p>3. Kecepatan kemajuan teknologi informasi sangat mendukung dalam pencapaian visi dan misi RS. Jantung Harapan Kita.</p>	<p>Strategi strength-opportunities (SO)</p> <p>1. Mempertahankan dan meningkatkan sumber daya manusia dengan melakukan pendidikan serta pelatihan secara berkala.</p> <p>2. Menyediakan dan mendukung pembangunan infrastruktur berbasis teknologi.</p> <p>3. Mempertahankan sistem manajemen berbasis transparansi serta akuntabilitas kepada karyawan dan pelanggan</p>	<p>Strategi weaknesses-opportunities (WO)</p> <p>1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mengikuti pelatihan berbasis teknologi</p> <p>2. Meningkatkan kualitas dari produk pelayanan yang berorientasi pada sistem one stop service</p> <p>3. Melakukan Penambahan ruang rawat vip dengan cara pembangunan gedung baru</p>
<p><b>Threats (T)</b></p> <p>1. Perkembangan dunia bisnis rumah sakit semakin kompleks dengan tingkat persaingan yang tinggi</p> <p>2. Masyarakat cenderung meminati layanan rumah sakit yang simple.</p> <p>3. Harga produk dan pelayanan yang semakin bersaing dengan kompetitor</p>	<p>Strategi strength-threats (ST)</p> <p>1. Meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa puas dan loyal</p> <p>2. Mengembangkan produk pelayanan dengan meningkatkan daya saing RS. Jantung Harapan Kita.</p> <p>3. Menerapkan kebijakan tarif paket pelayanan yang menarik pelanggan.</p>	<p>Strategi weaknesses-threats (WT)</p> <p>1. Melakukan pelatihan dan pendidikan berbasis pengembangan kualitas SDM</p> <p>2. Menjalin hubungan baik dengan konsumen</p> <p>3. Menjaga kualitas pelayanan dan menjaga brand image RS. Jantung Harapan Kita</p>

## METODE PENELITIAN

Data adalah segala sesuatu yang diketahui atau dianggap mempunyai sifat bisa memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Menurut sumbernya data terbagi menjadi dua yaitu:

### 1. Data Primer

Menurut Azwar (2017: 132), data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari subjek atau dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data.

### 2. Data Sekunder

Menurut Azwar (2017: 132), data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitian. Data sksekunder dalam penelitian ini berkaitan dengan data pelanggan yang diperoleh melalui instansi Rs.Jantung Dan Pembuluh Darah Harapan Kita.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

### 1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### 2. Studi Pustaka

Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Metode pengukuran dari data analisis diatas menggunakan metode faktor-faktor internal RS. Jantung Harapan Kita dengan tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Kekuatan (*Strength*) and Kelemahan (*Weaknesses*) pada perusahaan, Rangkuti (2016). Metode pengumpulan data diambil dari 29 jumlah pasien yang telah melakukan pelayanan weekend service selama bulan desember 2019, metode kuisisioner dilakukan melalui telpon berdasarkan data nomor seluler yang terdaftar dan pengambilan dilakukan dalam 1 minggu dibulan maret 2020. Penilaian nilai rating untuk variabel kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Untuk ratin nilai 1 diberikan jika kemungkinan indikator kinerja semakin menurun jika dibandingkan dengan pesang, jika nilai indikator kinerjanya sama dengan pesain maka rating yang diberikan adalah 2, sedangkan rating 3 dan 4 diberikan bila nilai indikator kinerja lebih baik bila dibandingkan dengan pesaing. Sedangkan untuk rating penilaian kelemahan diberikan ratin 1 sampai 4, dimana untuk nilai rting 1 jika indikator kelemahan lebih banyak bila dibandingkan oleh pesaing dan sebaliknya dineri nilai 4 jika kelemahan semakin menurun bila dibandingkan dengan pesaing.

Tabel 3. Matrik IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
<b>Kekuatan</b>			
1. Menjadi pelopor rumah sakit dalam penyakit jantung dan pembuluh darah, memiliki sarana serta peralatan medis berteknologi tinggi.	0,2	4	0,8
2. Sumber daya manusia (SDM) tim medis baik dokter dan perawat memiliki kompetensi tinggi dibidang pemeriksaan serta tindakan medis penyakit jantung	0,15	3	0,45
3. Manajemen yang profesional dan transparan yang selalu mengikuti kebijakan dan regulasi sesuai standarisasi nasional maupun internasional.	0,16	3	0,48
Jumlah	0,51		1,73
<b>Kelemahan</b>			
1. Pelayanan kesehatan yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi perlu disempurnakan untuk mengurangi rasa ketidaknyamanan terhadap pasien yang berkunjung.	0,16	3	0,48
2. Sistem pelayanan yang belum berorientasi pada one stop service membuat banyak pasien malas untuk datang konsultasi dan tindakan medis.	0,14	2	0,28
3. Kapasitas kamar perawatan VIP yang terbatas, sehingga sulit melakukan ekspansi perawatan selain pengguna BPJS	0,19	2	0,38
Jumlah	0,49		1,14
Jumlah Bobot dan Nilai	1		2,87

Sedangkan metode untuk mengukur faktor eksternal RS. Jantung Harapan Kita dengan tabel EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) terhadap perusahaan, Rangkuti (2016).

Tabel 4. Matrik EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
<b>Peluang</b>			
1. Sejalan dengan tekad pemerintah membantu ikut serta dalam melayani masyarakat dalam bidang penyakit jantung.	0,11	3	0,33
2. Menjadi pusat rujukan nasional dalam bidang penyakit jantung, sehingga peluang jumlah pasien yang datang semakin bertambah	0,2	4	0,8
3. Kecepatan kemajuan teknologi informasi sangat mendukung dalam pencapain visi dan misi RS. Jantung Harapan Kita.	0,1	3	0,3
<b>Jumlah</b>	0,41		1,43
<b>Ancaman</b>			
1. Perkembangan dunia bisnis rumah sakit semakin kompleks dengan tingkat persaingan yang tinggi	0,25	2,5	0,63
2. Masyarakat cenderung meminati layanan rumah sakit yang simple.	0,2	3	0,6
3. Harga produk dan pelayanan yang semakin bersaing dengan kompetitor	0,14	2	0,28
<b>Jumlah</b>	0,59		1,51
<b>Jumlah Bobot dan Nilai</b>	1		2,94

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kedua tabel matrik IFAS dan EFAS dapat ditarik kesimpulan, kedua tabel ini menunjukkan jika dilihat dari bentuk badan usaha yang dijalankan oleh RS. Jantung Harapan Kita yang bergerak dalam sektor pelayanan jasa kesehatan dimana faktor yang berkaitan dengan harga, produk layanan serta kualitas pelayanan menjadi tolak ukur yang paling signifikan bila dibandingkan dengan faktor lain. Dari hasil observasi penelitian berdasarkan nilai yang dihasilkan dari kedua tabel ini menunjukkan tabel IFAS (Faktor Internal) menunjukkan angka total nilai bobot = 1 dengan nilai total score = 2,87. dibawah nilai maksimal 5. Sedangkan tabel EFAS (Faktor Eksternal) menunjukkan hasil total nilai bobot = 1 dan hasil nilai score = 2,94 dibawah nilai maksimal 5. Hasil analisa ini menunjukkan bahwa penurunan jumlah pasien di Weekend Service RS. Jantung Harapan Kita disebabkan oleh faktor eksternal yang lebih besar, sehingga hal ini dapat menjadi perhatian untuk manajemen memperbaiki masalah ini.

Berdasarkan hasil dari metode penelitian maka dapat dilakukan beberapa strategi dalam mengatasi penurunan jumlah pasien pada Weekend Service RS. Jantung Harapan Kita. Melalui strategi SWOT.

**Strategi SO (Strengths – Opportunities)**

1. Mempertahankan dan meningkatkan sumber daya manusia dengan melakukan pendidikan serta pelatihan secara berkala.
2. Menyediakan dan mendukung pembangunan infrastruktur berbasis teknologi.
3. Mempertahankan sistem manajemen berbasis transparansi serta akuntabilitas kepada karyawan dan pelanggan

**Strategi ST (Strengths – Threats)**

1. Meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa puas dan loyal
2. Mengembangkan produk pelayanan dengan meningkatkan daya saing RS. Jantung Harapan Kita.
3. Menerapkan kebijakan tarif paket pelayanan yang menarik pelanggan.

**Strategi WO (Weaknesses – Opportunities)**

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mengikuti pelatihan berbasis teknologi
2. Meningkatkan kualitas dari produk pelayanan yang berorientasi pada sistem one stop service
3. Melakukan Penambahan ruang rawat vip dengan cara pembangunan gedung baru

**Strategi WT (Weaknesses – Threats)**

1. Melakukan pelatihan dan pendidikan berbasis pengembangan kualitas SDM
2. Menjalin hubungan baik dengan konsumen
3. Menjaga kualitas pelayanan dan menjaga brand image RS. Jantung Harapan Kita

**KESIMPULAN DAN SARAN****Kesimpulan**

Metode analisa SWOT hanya dapat membantu menganalisa situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan atau sebuah organisasi. Dan metode ini bukan sebuah jawaban pasti yang mampu memberikan solusi pada tiap masalah yang sedang dihadapi, namun minimal akan memecah persoalan yang ada dengan mengurainya menjadi bagian-bagian kecil yang akan lebih tampak sederhana agar visi dan misi RS. Jantung Harapan Kita dapat tercapai.

**Saran**

Memasuki era industri 4.0 persaingan dunia industri khususnya rumah sakit menjadi semakin tinggi kompleksitasnya. Selain itu tuntutan akan kebutuhan pelayanan yang prima dari semua pelanggan mengharuskan RS. Jantung Harapan Kita harus terus berusaha memenuhi harapan pelanggan agar dengan meningkatkan produk serta kualitas pelayanan agar tetap menjadi pilihan utama dalam pelayanan kesehatan, khususnya penyakit jantung.

## DAFTAR PUSTAKA

Data Resmi Penderita Jantung. <https://www.jpn.com>

Data pasien weekend service, [platinum.blogspot.co.id](http://platinum.blogspot.co.id)

Assauri, Sofjan. 2010. Manajemen Produksi dan Operasi, ed. Revisi. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta: Andi.

Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta : CAPS

Rangkuti, Freddy. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Analisa diagram matriks <https://dinastipub.org/DIJEFA/article/view/143/102> . (dikutip 21 Maret 2020)

Latar belakan rumah sakit <https://www.pjnhk.go.id/profil/tentang-kami> (dikutip 20 Maret 2020)

Ali,Hapzi 2018. Modul Manajeen Strategic, UMB Jakarta.

Azwar, Saifuddin. 2017. Metode Penelitian Psikologi; Edisi II. Yogyakarta: Pustaka

Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.