

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap klinik & apotek Annisa Aulia di kabupaten Bogor, terdapat beberapa kesimpulan yang ditarik sebagai berikut :

1. Strategi yang digunakan oleh klinik & apotek Annisa Aulia saat ini adalah *low cost strategy – Best Value* dan *Strategi defensive – retrenchment*. Strategi tersebut ditandakan dengan klinik & apotek Annisa Aulia yang menghemat biaya untuk beberapa aspek, dilihat dari interior dan fasilitasnya yang sederhana dan tidak adanya kegiatan pemasaran khusus, Penghematan tersebut dilakukan dalam rangka menekan biaya operasional, sehingga harga layanan yang ditawarkan oleh klinik & apotek Annisa Aulia dibawah rata-rata industri kesehatan dan perusahaan pesaing lainnya. Akan tetapi, klinik & apotek Annisa Aulia tidak lupa memfokuskan pada kualitas pelayanannya, sebagaimana yang ditegaskan oleh pemilik dan pengelola klinik & apotek Annisa Aulia bahwa perusahaan sebisa mungkin menyediakan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau untuk semua jenis kalangan masyarakat.
2. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal klinik & apotek Annisa Aulia yang ditujukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan,

peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan, maka diketahui bahwa faktor-faktor tersebut mempengaruhi jalannya perusahaan. Faktor-faktor yang dimaksud adalah:

- Kekuatan (*Strenght*)
  - Kualitas pelayanan yang baik
  - Melayani BPJS Kesehatan
  - Lokasi yang strategis dan mudah diakses
  - Modal yang kuat
  - Mempunyai apotek yang juga merupakan kegiatan bisnis sekunder
  - Proses pengambilan keputusan yang mudah dan cepat dikarenakan hanya dilakukan oleh satu orang
- Kelemahan (*Weakness*)
  - Kurangnya fasilitas pelayanan kesehatan, yaitu laboratorium
  - Fungsi manajemen yang kurang baik
  - Tidak adanya kegiatan pemasaran khusus.
  - Tidak adanya divisi pengembangan atau aktivitas khusus terkait dengan penelitian dan pengembangan.
  - Ketersediaan obat yang tidak selalu lengkap
- Peluang (*Opportunity*)
  - Masyarakat semakin sadar akan kesehatan
  - *Demand* pelayanan kesehatan meningkat yang dikarenakan oleh dampak pencemaran lingkungan

- Pertumbuhan Penduduk
- Budaya *Medcal check up* yang mulai marak di Jakarta
- Ancaman (*Threats*)
  - Kebijakan BPJS kesehatan mengenai dana kapitasi yang merugikan klinik
  - Nilai tukar rupiah yang tidak stabil
  - Meningkatnya harga obat-obatan
  - Teknologi kesehatan yang berkembang dengan pesat, akan tetapi klinik & apotek Annisa Aulia belum mampu untuk mengikuti teknologi tersebut
  - Regulasi BPJS yang mewajibkan terakreditasinya klinik di Indonesia

3. Setelah melakukan analisis SWOT, berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal dengan menggunakan Matriks IFE, EFE, dan IE, klinik & apotek Annisa Aulia berada di kuadran V. Matriks IE menunjukkan faktor internal dan faktor eksternal klinik & apotek Annisa Aulia berada di posisi rata-rata, dimana hal tersebut juga menandakan bahwa klinik & apotek Annisa Aulia sedang berada di tahap menjaga dan mempertahankan. Di tahap ini, strategi yang bisa dilakukan oleh klinik & apotek Annisa Aulia adalah strategi intensif.

Strategi intensif yang dimaksud adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar diterapkan oleh perusahaan yang hendak meningkatkan pangsa pasarnya, sementara

strategi pengembangan produk diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk tertentu yang sudah ada di perusahaan melalui kegiatan pengembangan, perbaikan, inovasi serta modifikasi produk.

Untuk menentukan strategi mana yang lebih tepat serta menarik bagi perusahaan, maka dilakukanlah analisis kembali dengan menggunakan QSPM. Berdasarkan hasil analisis QSPM, strategi **Pengembangan Produk** menjadi strategi yang paling sesuai untuk diterapkan klinik & apotek Annisa Aulia. Didukung dengan peluang yang tersedia bagi klinik & apotek Annisa Aulia untuk dimanfaatkan seoptimal mungkin, yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, *trend* baru yang muncul di masyarakat, yaitu budaya *medical check up* serta meningkatnya *demand* pelayanan kesehatan akibat dampak dari pencemaran lingkungan. Maka dari itu, penerapan strategi ini merupakan upaya perusahaan yang paling sesuai untuk mempertahankan posisi perusahaan didalam persaingan.

## 6.2. Saran

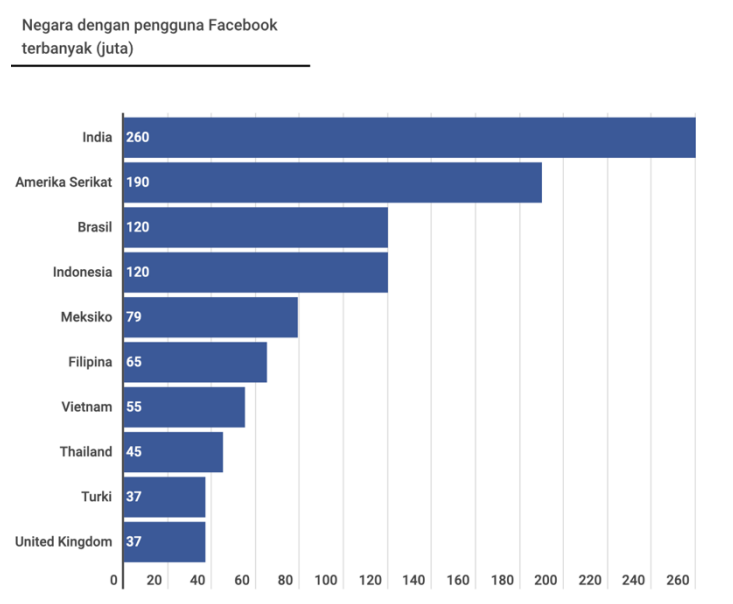
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada klinik & apotek Annisa Aulia, Peneliti mencoba untuk menyarankan beberapa tindakan yang dapat diambil klinik & apotek Annisa Aulia terkait dengan penerapan strategi Pengembangan Produk, yaitu:

1. Menambah produk layanan kesehatan baru. Untuk melakukan hal ini, diperlukan riset mengenai *trend* akan kebutuhan masyarakat sekitar

terkait kesehatan, sehingga kelak produk layanan kesehatan baru tersebut akan membawa konsumen (pasien) baru yang memang membutuhkan layanan kesehatan tersebut serta mempertahankan pasien tetap/lama sehingga pasien tidak perlu beralih ke tempat lain untuk mendapatkan layanan kesehatan tersebut.

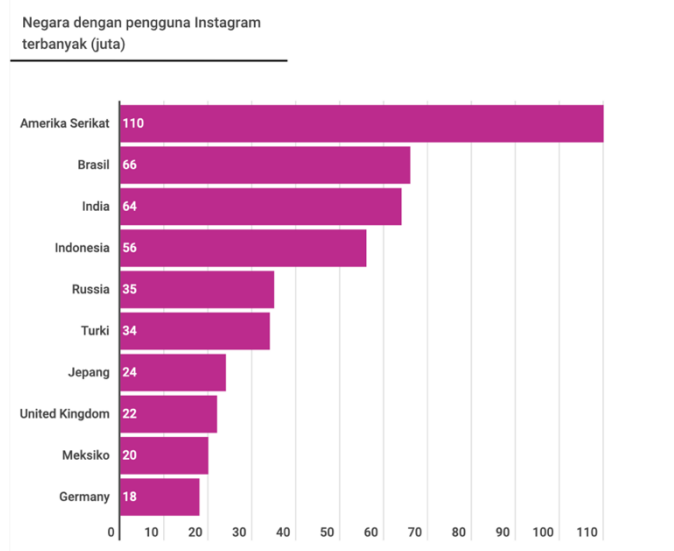
2. Mengadakan kegiatan pemasaran dalam rangka mengenalkan produk layanan kesehatan baru untuk masyarakat. Hal ini bisa dilakukan dengan pendekatan penyuluhan kesehatan di lingkungan-lingkungan setempat yang dianggap membutuhkan produk layanan kesehatan baru tersebut. Untuk mengetahui *demand* di setiap lingkungan sekitar klinik & Apotek Annisa Aulia, hal ini membutuhkan riset lebih lanjut dan pengeluaran modal kembali. Tetapi hal ini juga bisa dilakukan dengan riset yang sederhana, dimana pihak klinik dapat melakukan wawancara ringan mengenai kondisi lingkungan dari masing-masing pasien yang tinggal di lingkungan yang berbeda. Dari data yang didapat, pihak klinik dapat menganalisis lebih dalam mengenai kebutuhan pelayanan kesehatan apa yang sangat dibutuhkan di lingkungan sekitar. Jika melihat peluang seperti yang disebutkan di atas, Klinik & Apotek Annisa Aulia dapat menambahkan produk layanan kesehatan seperti *medical check up* dilihat dari *trend* yang ada serta tes kolesterol menurut *demand* yang paling tinggi saat ini di lingkungan sekitar Klinik & Apotek Annisa Aulia.

3. Memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media pemasaran klinik & apotek Annisa Aulia guna meningkatkan pangsa pasar sekaligus cara lain untuk mengenalkan produk layanan kesehatan baru ke masyarakat. Menurut Cuponation (2019), Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna *facebook* dan *Instagram* terbanyak di dunia.



**Gambar 6.1 Jumlah Pengguna Facebook Di Berbagai Negara**

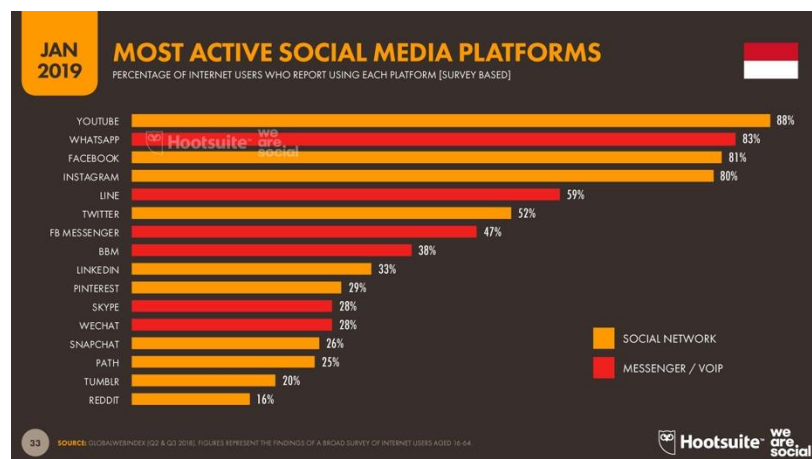
Sumber: Cuponation (2019)



**Gambar 6.2 Jumlah Pengguna Instagram Di Berbagai Negara**

Sumber: Ciponation (2019)

Hal ini juga didukung oleh riset yang dilakukan oleh *we are social* dimana sampai dengan Januari 2019, *Facebook* serta *Instagram* menduduki peringkat tiga dan empat sebagai *social media* yang paling banyak digunakan.



**Gambar 6.3 Platform Media Sosial yang Paling Aktif Digunakan Di Indonesia**

Sumber: We Are Social 2019

Dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran, diharapkan akan menciptakan pangsa pasar baru atau meningkatkan

pangsa pasar yang sudah ada. Maka dari itu, kegiatan pemasaran di media sosial tersebut harus dibuat kreatif dan seinformatif mungkin. Tidak hanya itu, pemanfaatan media sosial tidak hanya terbatas sebagai media pemasaran saja, akan tetapi dapat menciptakan jalur komunikasi antara klinik & apotek Annisa Aulia dengan masyarakat atau pasien. Sikap komunikatif ini dapat memberi nilai *plus* dalam pelayanan., yang juga di kemukakan dalam jurnal Komunikasi Efektif



## DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan  
(pasal 4)
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2013 tentang  
Pelayanan Kesehatan Pada Jaminan Kesehatan Nasional
- Peraturan Menteri kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang  
Klinik
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2015 Tentang  
Akreditasi puskesmas, Klinik Pratama, Tempat Praktik Mandiri Dokter  
dan Tempat Praktik Mandiri Dokter Gigi
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 28 Tahun 2011 tentang Klinik
- Abdullah, F. (2014). Analisis Kelayakan Investasi Aktiva Tetap Pembelian Mesin  
Printing Pada PT. Radja Digital Printing Samarinda. *Journal Ilmu  
Administrasi Bisnis*, 3(2), 297-310.
- Agustin, S. (2019, Oktober 14). *Sampah Numpuk di Bawah Flyover Cibinong,  
DLH Minta RT/RW Tanggung Jawab*. Retrieved November 2019, from  
detikNews: <https://news.detik.com/berita/d-4745820/sampah-numpuk-di-bawah-flyover-cibinong-dlh-minta-rtrw-tanggung-jawab>
- Alnaser, F. M., Ghani, M. A., Rahi, S., & Mansour, M. (2017). The Influence of  
Services Marketing Mix (7 Ps.) and Subjective Norms on Customer's  
Satisfaction in Islamic Banks of Palestine. *European Journal of Business  
and Management*, 9(27), 20-25.

- ANTARA. (2019, Maret 5). *Angka Kemiskinan Kabupaten Bogor 7,14 Persen*. Retrieved November 2019, from ANTARA News: <https://megapolitan.antaranews.com/berita/53753/angka-kemiskinan-kabupaten-bogor-714-persen>
- APJII. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Berutu, S. A. (2019, Agustus 23). *Sungai Cileungsi Diduga Hitam Tercemar Limbah, Bupati Bogor Akan Laporkan Polisi*. Retrieved November 2019, from detikNews: <https://news.detik.com/berita/d-4678225/sungai-cileungsi-diduga-hitam-tercemar-limbah-bupati-bogor-akan-lapor-polisi>
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic management; concepts and cases*. New Jersey: Prentice Hall.
- Faulkner, D., & Johnson, G. (1995). *Strategi Manajemen*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Halodoc. (n.d.). *Aplikasi Halodoc*. Retrieved November 2019, from Halodoc: <https://www.halodoc.com/aplikasi-halodoc>
- Harsono, F. H. (2019, Agustus 09). *3 Kunci Tentukan Kemunculan Tren Teknologi Kesehatan di Indonesia*. Retrieved November 2019, from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/health/read/4032772/3-kunci-tentukan-kemunculan-tren-teknologi-kesehatan-di-indonesia>

- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hidayati, N., & Warnana, D. D. (2017). Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Kelas Alam terbuka Kebumian dan Lingkungan Berkonsep Rekreasi dan Inspirasi Untuk Anak di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK ke-3*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2001). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. Nashville: South-Western College Pub.
- Indonesia, B. (2019). *Informasi Kurs: Kurs Transaksi Bank Indonesia*. Retrieved November 2019, from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/moneter/informasi-kurs/transaksi-bi/Default.aspx>
- Karawang, R. (2019, Maret 2). *2021 Semua Klinik Wajib Terakreditasi*. Retrieved November 2019, from Radar Karawang: <https://radarkarawang.id/metropolis/2021-semua-klinik-wajib-terakreditasi/>
- Kesehatan, B. (2019, Oktober 31). *Jumlah Peserta JKN-KIS BPJS Kesehatan*. Retrieved November 2019, from BPJS Kesehatan: <https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/jumlahPeserta>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Manajemen Pemasaran (Vol. 2)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 12th Edition*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. M. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson/Prentice Hall.
- Kusnandar, V. B. (2019, Juli 17). *Jumlah Penduduk Kabupaten Bogor Terbanyak di Jawa Barat*. Retrieved November 2019, from Databoks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/17/jumlah-penduduk-kabupaten-bogor-terbanyak-di-jawa-barat>
- Lin, S.-M. (2011, October 28). Marketing mix (7P) and performance assessment of western fast food industry in Taiwan: An application by associating DEMATEL and ANP. *African Journal of Business Management*, 5(26), 10634-10644.
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih M, M. (2016, Maret). Studi Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2(2).
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995). *Designing Qualitative Research*. California: SAGE Publications.
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23-48.
- Nasution, S. (1988). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsiti.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ong, S. T., & Thum, C. H. (2013, February). Net Present Value and Payback Period for Building Integrated Photovoltaic Projects in Malaysia.

*International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(2).

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2005). *Strategic Management: Formulation, Implemenrarion and Control* (Vol. 9). New York: McGraw-Hill.

Porter, M. E. (1994). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Prasasti, G. D. (2019, Oktober 23). *Dibanding Negara Lain, Pertumbuhan Peserta JKN di Indonesia Terbilang Cepat*. Retrieved November 2019, from <https://www.liputan6.com/health/read/4093189/dibanding-negara-lain-pertumbuhan-peserta-jkn-di-indonesia-terbilang-cepat>

Prihatsanti, U., Suryanto, & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126-136.

Purnatiyo, D. (2014). Analisis Kelayakan Investasi Alat DNA Real Time Thermal Cycler (RT-PCR) Untuk Pengujian Gelatin. *Jurnal PASTI*, VIII(2), 212-226.

Rafiq, M., & Ahmed, P. K. (1995). Using the 7Ps as a generic marketing mix: An exploratory survey of UK and European marketing academics. *Marketing Intelligence & Planning*, 4-15.

Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*, 5(9), 1-8.

Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- RI, D. K. (2019, Februari 26). *Indonesia Dukung Kesehatan Digital untuk Perkuat Sistem Kesehatan Nasional*. Retrieved November 2019, from Kementerian Kesehatan Republik Indonesia: <https://www.depkes.go.id/article/view/19022700001/indonesia-dukung-kesehatan-digital-untuk-perkuat-sistem-kesehatan-nasional.html>
- Rowe, A. J., Mason, A. J., Dickel, K. E., Mann, R. B., & Mockler, R. J. (1994). *Strategic Management : A Methodological Approach*. Reading (Mass.) : Addison-Wesley.
- Setyawan, B. (2014). Studi Kelayakan Investasi Proyek Automasi Pabrik Kelapa Sawit di PT.XY. *Jurnal PASTI*, VIII(1), 96-108.
- Starman, A. B. (2013). The Case Study as A Type of Qualitative Research. *Journal of Contemporary Educational Studies*, 28-43.
- Statistik, B. P. (2018, June 28). *Unmet Need Pelayanan Kesehatan Menurut Provinsi, 2015-2018*. Retrieved October 2019, from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/06/28%2013:44:35.491842/1488/unmet-need-pelayanan-kesehatan-menurut-provinsi-2015-2016.html>
- Sugianto, D. (2019, Juli 02). *95% Bahan Baku Obat di RI Masih Impor*. Retrieved November 2019, from Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4608878/95-bahan-baku-obat-di-ri-masih-impor#>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Alfabeta.
- Sukmana, Y. (2019, September 13). *Jeritan Rumah Sakit hingga Klinik untuk BPJS Kesehatan Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul*

"*Jeritan Rumah Sakit hingga Klinik untuk BPJS Kesehatan*",  
<https://money.kompas.com/read/2019/09/13/101800426/jeritan-rumah-sakit-hingga-klinik-untu>. Retrieved November 2019, from Money Kompas: <https://money.kompas.com/read/2019/09/13/101800426/jeritan-rumah-sakit-hingga-klinik-untuk-bpjs-kesehatan?page=all>

Sulistyawati, L. (2019, Januari 08). *Pasien BPJS Antre Panjang, Menkes: Ada Kesadaran Berobat*. Retrieved November 2019, from Republika: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4608878/95-bahan-baku-obat-di-ri-masih-impor#>

Susilawati, D. (2019, Juli 09). *Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Pentingnya Medical Check Up*. Retrieved November 2019, from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/19/07/09/pudgzs414-masyarakat-indonesia-mulai-sadar-pentingnya-medical-check-up>

Sutrisno. (2009). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Syafei, M., & Hidayati, R. (2014, Mei 2). Pengaruh Ketinggian Tempat dan Curah Hujan Pada Penyakit Diare (Studi Kasus: Kabupaten Bogor). *Agromet*, 28(1), 33-39.

Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan manajemen*, 4(3), 395-406.

- UNICEF. (2015). *SWOT AND PESTEL*. Retrieved November 2019, from Unicef: Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung)
- Wareza, M. (2019, Agustus 20). *Gara-gara Bahan Baku Mayoritas Impor, Harga Jual Obat Naik*. Retrieved November 2019, from CNBC Indonesia: Gara-gara Bahan Baku Mayoritas Impor, Harga Jual Obat Naik
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management And Business Policy : Toward Global Sustainability*. New Jersey: Prentice Hall.
- Williams, K. (2010). *Brilliant Business Plan*. Pearson.
- Yudiaris, I. G. (2015). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, 5(1).
- Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103-114.