

Rencana strategis bisnis RSIA Sammarie Basra tahun 2013-2017 = The strategic business plan of RSIA Sammarie Basra year 2013-2017 / Yuyun Umniyatun

Yuyun Umniyatun, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348739&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

RSIA SamMarie Basra didirikan pada tahun 2010, merupakan rumah sakit ibu dan anak dengan keunggulan pelayanan fertilitas. Selama lebih dari 2 tahun berjalan, RSIA SamMarie Basra belum mempunyai rencana strategis bisnis. Rencana strategis bisnis adalah sebuah petunjuk/pedoman yang dapat digunakan organisasi dari kondisi saat ini untuk mencapai tujuan usaha dalam waktu beberapa tahun ke depan. Rencana strategis bisnis memuat strategi-strategi perusahaan yang selanjutnya menjadi dasar bagi penyusunan program kerja. Dengan demikian arah pengembangan perusahaan menjadi jelas dan terarah sehingga perusahaan menghasilkan kinerja yang lebih baik dan mampu bersaing di dalam bisnis serupa. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menyusun rencana strategis bisnis RSIA SamMarie Basra Tahun 2013-2017. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Melalui kerangka kerja analisis perumusan strategi Fred R. David, maka terdapat tiga (3) tahapan yang dilakukan. Tahap pertama adalah tahap input stage, yaitu melakukan analisis faktor eksternal dan internal dengan menggunakan matriks EFE (external factor evaluation) dan matriks IFE (internal factor evaluation). Tahap kedua adalah tahap matching stage, yaitu menentukan posisi rumah sakit dengan menggunakan matriks IE (Internal External). Kemudian dengan matriks IE dan matriks TOWS menentukan strategi alternatif yang dapat dilakukan. Tahap ketiga adalah tahap decision stage, yaitu menentukan strategi prioritas dengan menggunakan matriks QSPM (Quantitatif Strategic Planning Matrix). Penelitian ini menghasilkan skor EFE sebesar 3.8 dan skor IFE sebesar 2.725, sehingga diketahui posisi RSIA SamMarie Basra berada pada sel II yang menunjukkan tahap tumbuh dan membangun. Pada tahap ini strategi alternatif yang dikembangkan adalah market penetration, market development dan product development. Strategi prioritas yang dihasilkan adalah : 1) Pengembangan dan Penetrasi Pasar dengan Meningkatkan Upaya-Upaya Pemasaran (Skor 4.35); 2) Pembukaan Ruang NICU/PICU (Skor 4.00); 3) Pengembangan Ruang Rawat Inap (Skor 3.95); 4) Penambahan Layanan Radiologi (Skor 3.65); 5) Pengembangan Area Parkir dan Akses Masuk (Skor 2.375) Untuk merencanakan penerapan strategi, maka disusun sasaran dan target sesuai dengan visi, misi dan tujuan rumah sakit. Di dalam penelitian ini, sasaran dan target yang disusun adalah sasaran strategis pemasaran berupa proyeksi data kunjungan tahun 2013 – 2017, sasaran dan target sumber daya manusia berupa proyeksi jumlah sumber daya manusia tahun 2013 – 2017 dan sasaran dan target keuangan berupa proyeksi pendapatan dan laba tahun 2013 – 2017.

<hr>

ABSTRACT

RSIA SamMarie Basra, a mother and child hospital established in 2010, is profound for its excellence in fertility care. Within its two-year service, RSIA SamMarie has yet had a strategic business plan. A business strategic plan provides guidance for an organization in striving to achieve its future business goals. The

business strategic plan consists of business strategies from which it leads to the basis for the preparation of the work program. The ultimate aim is to possess a clear and focused direction of company development as to produce better performance and stronger competition. Therefore, this study aims to develop a strategic business plan of RSIA SamMarie Basra Year 2013-2017. This qualitative descriptive analysis research study employed Fred R. David's framework of strategy formulation analysis which consisted of three stages. The first stage, Input Stage, was to analyze the external and internal factors by using EFE Matrix (External Factor Evaluation) and IFE Matrix (Internal Factors Evaluation). The second stage, Matching Stage, was to determine the position of the hospital by using IE Matrix (Internal External). Then, IE Matrix and TOWS Matrix were employed to determine the possible alternative strategies. The last stage, Decision Stage, was to determine the priority strategies by using QSPM Matrix (Quantitative Strategic Planning Matrix). The findings of the research study revealed an EFE score of 3.8 EFE and IFE score of 2,725. This means that RSIA SamMarie Basra' position can be decided in the cell II of growing and developing stage. At this stage, the developing alternative strategies are market penetration, market development and product development. The resulting strategic priorities are: 1) Market Development and Market Penetration to Increase Marketing Efforts (Score 4.35); 2) Opening NICU / PICU Rooms (Score 4.00); 3) Development of Inpatient Rooms (Score 3.95); 4) Addition of Radiology Services (score 3.65); 5) Parking and Access Area Development Log (Score 2.375) In planning for the strategy implementation, the objectives and targets are formulated in accordance with the vision, mission and goals of the hospital. In this research study, the goals and targets composed are marketing strategies in the form of traffic data projection 2013 - 2017, human resources in the form of the number of human resources projection in 2013 – 2017, and finance in the form of revenues and earnings projection 2013 - 2017.