

Rencana strategis rawat jalan sub bagian Genekologi Onkologi Departemen Obstetri -- Genekologi RSPAD Gatot Soebroto Jakarta 2002

Lukman Hakim Muchsin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71675&lokasi=lokal>

Abstrak

Telah dilakukan penelitian rencana strategis rawat jalan Sub Bagian Ginekologi Onkologi RSPAD Gatot Soebroto, dengan ruang lingkup penelitian meliputi analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal, membuat alternatif strategi dan penetapan strategi terpilih, serta kemungkinan penyempurnaan Misi dan Visi RSPAD Gatot Subroto.

Agar mencapai tujuan, dalam penelitian bersifat operasional dengan analisis deskriptif - kualitatif yang meliputi tahap sebagai berikut:

Tahap I (input) meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal.

Tahap II (matching stage) dimana hasil tahap I dianalisis dengan menggunakan internal - eksternal (IE) matriks.

Tahap III (decision stage) dengan menggunakan QSPM.

Dan hasil penelitian, berdasarkan analisis lingkungan eksternal diidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman, analisis lingkungan internal diidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan organisasi.

Berdasarkan analisis dengan menggunakan TOWS Matriks dan IE Matriks, posisi pelayanan rawat jalan Sub Bagian Ginekologi Onkologi berada pada posisi 'hold and maintain' kemudian dengan penyesuaian (matching) antara ketiga analisis tersebut diperoleh alternatif strategi yang dianjurkan yakni market penetration, market development dan product development.

Strategi terpilih sebagai prioritas dari analisis menggunakan QSPM adalah market penetration. Strategi penetrasi pasar yang perlu dikembangkan dalam strategi operasional dikaitkan dengan bauran pemasaran adalah meliputi kehandalan produk, kelengkapan sarana parasarana dan pengembangan sumber daya manusia, standarisasi mutu pelayanan, serta promosi sesuai target pasar. Strategi operasional yang dibahas telah berorientasi kepada peningkatan penjualan atau pengsa pasar, dapat segera dilanjutkan dalam kebijakan-kebijakan pemasaran yang komprehensif dan konsisten untuk dapat diimplementasikan. Oleh karena itu, perlu untuk membentuk departemen pemasaran tersendiri agar ruang gerak RSPAD lebih besar dan dapat bersaing dengan pesaingnya.

Perlu pemahaman mendalam tentang posisi pasar agar pihak manajemen mampu melakukan fungsional organisasi dengan lebih efektif untuk mencapai tujuan. Hal ini disertai dengan penyempurnaan Visi dan Misi yang dilakukan dengan proses komunikasi yang matang di antara para stake holder.

<hr>

Strategic Planning of Outpatient at Sub Division of Gynecology Oncology Department of Obstetric -

Gynecology RSPAD Gatot Soebroto Jakarta 2002 We have conducted strategic planning of outpatient at Sub Division of Gynecology Oncology RSPAD Gatot Soebroto, with research scope that comprises external environment analyzes, internal environmental analyzes, preparation of chosen strategy, and the possibility of Mission and Vision RSPAD Gatot Subroto achievement.

To achieve target, this research is made on operational basis with descriptive-qualitative analyzes which comprises the following steps:

Step I (input) which covers the external and internal environment analyzes.

Step II (matching stage) where the result of Step I is analyzed by applying internal-external (IE) matrix.

Step III (decision stage) by applying QSPM.

Based on research result, opportunity and threat factors identify external environment analyzes, organization weakness and strength factors identify the internal environment analyzes.

Based on analyzes by using TOWS and IE, the position of outpatient service at Sub Division of Gynecology Oncology is on the position of hold and maintain and then by matching those three analyzes, a recommended alternative strategy is obtained namely market penetration, market development and product development. Strategy is chosen as priority of analyzes by applying QSPM which is market penetration.

Market penetration strategy to be developed on operational strategy basis and is related to marketing integration are namely product reliability, completion of infra structure facility and human resources development, service qualification standard, and promotion which is in accordance with market target.

The discussed operational strategy is oriented on market segment or sale increase basis, which can immediately be continued in a comprehensive and consistent marketing policy for implementation purposes. Therefore, it is important to establish a separate marketing department so that it may create a larger RSPAD scope of activity and they are able to compete with their competitors. We need to recognize thoroughly the market position so that management may conduct organization function on a more effective basis in order to achieve target. And we also need to achieve target of Vision and Mission that is applied through an outstanding stakeholders communication process.