

**ANALISIS SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN
PADA RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT
BAITURRAHMAH PADANG**

TESIS



HANIM KHALIDA ZIA

1620322023

PEMBIMBING 1: DR.DR. RIMA SEMIARTY, MARS

PEMBIMBING 2: DR. RATNI PRIMA LITA, SE, MM

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ANDALAS

2019

ANALISIS SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT BAITURRAHMAH PADANG

Oleh: Hanim Khalida Zia (1620322023)
(Di bawah bimbingan: Dr.dr.Rima Semiarty, MARS dan
Dr. Ratni Prima Lita, SE,MM)

Abstrak

Jumlah kunjungan pasien Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah Padang pada tahun 2016 yaitu 27.933 kunjungan. Pada tahun 2017 mengalami penurunan (41,7%) yaitu 16.288 kunjungan. Sedangkan, pada tahun 2018 mengalami sedikit peningkatan (3,7%) yaitu 16.884 kunjungan. Setiap rumah sakit harus dapat membuat suatu strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bersaing di masa sekarang dan akan datang. Salah satu upaya strategi pemasaran adalah analisis SWOT. Analisis SWOT mengidentifikasi *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) pada aspek internal serta *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) pada aspek eksternal perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah Padang berdasarkan analisis SWOT. Jenis penelitian adalah kualitatif. Penentuan informan dengan teknik *purposive sampling* terdiri dari Pemilik, Direktur, Wakil Direktur, Karyawan, Mahasiswa, Pasien dan Masyarakat yang tinggal di sekitar Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi SO (*Strengths Opportunities*): meningkatkan kualitas kesehatan pelayanan gigi dan mulut, menjalin kerja sama dengan instansi di bidang kesehatan, menggunakan alat dan bahan terbaru dan menjadi pusat rujukan pelayanan kesehatan gigi dan mulut. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*): menyelesaikan proses akreditasi, pengaturan jadwal dan tarif dokter, melakukan promosi melalui berbagai media dan menambah jumlah SDM untuk kegiatan pemasaran. Strategi ST (*Strengths Threats*): meningkatkan pelayanan unggulan di bidang Periodonsia dengan pelatihan kepada karyawan dan membuat pendaftaran *online*. Sedangkan, strategi WT (*Weaknesses Threats*): membentuk bagian pemasaran untuk meningkatkan kegiatan promosi.

Kata Kunci: analisis SWOT, strategi pemasaran, Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah Padang

**SWOT ANALYSIS AS DETERMINING THE MARKETING STRATEGY
IN BAITURRAHMAH PADANG
DENTAL HOSPITAL**

**By: Hanim Khalida Zia (1620322023)
(Supervised by: Dr.dr.Rima Semiarty, MARS and
Dr. Ratni Prima Lita, SE,MM)**

Abstract

The number of outpatient visits at Baiturrahmah Padang Dental Hospital in 2016 was 27,933 visits. In 2017 there was a decrease by (41,7%) to 16,288 visits. Whereas, in 2018 there was a little increase by (3,7%) to 16,884 visits. Every hospital has to be able to make an appropriate marketing strategy to be able to compete in the present and future. One of the marketing strategy effort is SWOT analysis. SWOT analysis identify the strengths and weaknesses in the internal aspects, opportunities and threats in the external aspects of the company.

This study aimed to determine the marketing strategy that could be done by Baiturrahmah Padang Dental Hospital based on SWOT analysis. This research was qualitative study. The informant was choosed with purposive sampling that consisted of the Owner, Director, Deputy Director, Employees, Students, Patients and Societies who stay around Baiturrahmah Padang Dental Hospital.

The results showed that SO strategy (Strengths Opportunities): improve the quality of oral and dental health services, establish cooperation with relevant agencies, use the latest tools and materials and become a reference center for oral and dental health services. WO strategy (Weaknesses Opportunities): complete the accreditation process, set the doctor's fee and schedule, do promotion through various media and add the number of human resources for marketing activities. ST strategy (Strengths Threats): improves superior medical in Periodonsia by training employees and make online registration. WT strategy (Weaknesses Threats): forming a marketing department to improve promotion activities.

Keywords: SWOT analysis, marketing strategy, Baiturrahmah Padang Dental Hospital