

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN
DI KLINIK PRATAMA PKU MUHAMMADIYAH CANGKRINGAN**

TESIS

Diajukan guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Strata 2

Program Studi Manajemen Rumah Sakit



Zakaria
20151030090

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017

TESIS

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN
STRATEGI PEMASARAN DI KLINIK PRATAMA
PKU MUHAMMADIYAH CANGKRINGAN**

Diajukan Oleh

Zakaria

20151030090

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Susanto, M.S.

Tanggal 29 April 2017



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 29 April 2017

Yang Membuat Pernyataan:

Yang Membuat Pernyataan:



Zakaria
Zakaria
20151030090

20151030090

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ *Sesungguhnya manusia punya “Rencana” tapi Allah SWT punya “Bisa”*
- ❖ *“Allah SWT tak pernah menjanjikan langit selalu biru, jalan hidup tanpa batu, matahari tanpa hujan, kebahagiaan tanpa kesedihan, sukses tanpa perjuangan, tetapi Allah SWT janjikan kekuatan dari kelemahan, Dia berikan cahaya untuk terangi kegelapan. Dia berikan rahmat-Nya dari segala ujian. Dia berikan pertolongan untuk segala kesusahan.” (Q. S. Al Baqarah: 124)*

Persembahan

Kudedikasikan Karyaku ini untuk :

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Adik dan Kakaku Tersayang

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘aalamin. Puji syukur saya panjatkan kehadiran Ilahi Robbi, atas segala petunjuk dan pertolongan-Nya sehingga telah terselesaikannya tesis yang berjudul” Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran di Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan” tepat pada waktunya.

Penulisan tesis ini adalah dalam rangka memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata 2 pada Program Studi Manajemen Rumah Sakit Program Pascasarjana UMY. Di sisi lain, penelitian ini dilaksanakan mengingat pentingnya suatu strategi pemasaran dalam mempromosikan produk atau layanan yang ada dalam rangka menarik minat pelanggan untuk berkunjung yang pada akhirnya saya berharap dapat bermanfaat khususnya bagi Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan dan pelayanan kesehatan pada umumnya. Tidak bisa dipungkiri, bahwa persaingan dalam dunia bisnis terutama yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kesehatan begitu ketat sehingga perlu mengetahui posisi klinik untuk menyusun strategi yang tepat bagi klinik, oleh karenanya segala upaya yang bersifat positif dalam rangka menarik minat pelanggan. Dalam penelitian ini, didapatkan beberapa elemen penting analisis SWOT yang berpengaruh dalam merumuskan strategi pemasaran.

Penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M. P., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas seluruh jasa dan dedikasi dalam memimpin Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Dr. Achmad Nurmadi, M. Sc, Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mengesahkan tesis ini.
3. Dr. dr. Arlina Dewi, M. Kes., AAK. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan izin dalam penyusunan tesis ini.
4. Dr. Susanto, M. S. Selaku dosen pembimbing tesis yang telah bersedia meluangkan dan merelakan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal sampai akhir penyusunan tesis.
5. Almarhum dr. Erwin Santosa, Sp. A., M. Kes., selaku Mantan Ketua Pengelola Program Pascasarjana Manajemen Rumah Sakit yang begitu berjasa dalam perkembangan Muhammadiyah.
6. Seluruh Dosen Prodi MMR UMY atas seluruh ilmu yang dicurahkan kepada kami.
7. Direktur dan segenap karyawan Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangrangan yang telah memberikan dukungan dan kesempatan yang sangat luas dalam penelitian ini.
8. Orang tua dan segenap keluarga besar atas doa dan dukungannya.
9. Rekan-rekan seperjuangan di Prodi MMR atas semangat dan kebersamaanya.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, yang telah berjasa baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Besar harapan saya, tesis ini memberikan manfaat seluas-luasnya kepada seluruh pihak. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan dari tesis ini nantinya.

Yogyakarta, 29 April 2017

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical lines and a long horizontal stroke extending to the right.

Zakaria

20151030090

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Telaah Pustaka.....	8
1. Konsep Klinik.....	8
2. Konsep Pemasaran.....	9
B. Penelitian Pendahuluan.....	23
C. Kerangka Teori.....	25
D. Kerangka Penelitian.....	27
E. Pertanyaan Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis dan Rancangan Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
D. Definisi Operasional.....	34

E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Keabsahan Data.....	36
G. Analisis Data	37
H. Tahapan Penelitian.....	41
I. Etika Penelitian.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian.....	46
1. Profil Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan.....	46
2. Analisis Data.....	54
B. Pembahasan.....	65
1. Analisis Lingkungan Internal.....	65
2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	71
3. Rencana Strategi.....	76
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
PENELITIAN.....	80
1. Simpulan.....	80
2. Saran.....	82
3. Keterbatasan Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Angka Kunjungan Pasien.....	4
Tabel 2.1	Matriks SWOT atau TOWS.....	19
Tabel 2.2	Penelitian Pendahuluan.....	23
Tabel 3.1	Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
Tabel 3.2	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	33
Tabel 3.3	Definisi Operasional.....	34
Tabel 4.1	Jenis Pelayanan.....	51
Tabel 4.2	Sumber Daya Manusia.....	51
Tabel 4.3	Analisis Lingkungan Internal.....	55
Tabel 4.4	Analisis Lingkungan Eksternal.....	56
Tabel 4.5	Analisis Matriks SWOT.....	57
Tabel 4.6	Matriks IFE SWOT.....	59
Tabel 4.7	Matriks EFE SWOT.....	60
Tabel 4.8	Koordinat Analisis Internal dan Eksternal.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh Model Sederhana Dari Proses Pemasaran.....	12
Gambar 2.2	Matriks Internal Eksternal Analisis SWOT.....	21
Gambar 2.3	Kerangka Teori.....	25
Gambar 2.4	Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.2	Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2013.....	52
Gambar 4.3	Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2014.....	52
Gambar 4.4	Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2015.....	53
Gambar 4.5	Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2016.....	53
Gambar 4.6	Jumlah Kunjungan Pasien Tahun 2013 - 2016.....	54
Gambar 4.7	Matriks Internal dan Eksternal	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Persetujuan (<i>Informed Consent</i>).....	90
Lampiran 2	Pedoman Wawancara Mendalam.....	91
Lampiran 3	Kuesioner Riset SWOT.....	94
Lampiran 4	Transkrip Wawancara.....	98
Lampiran 5	Pembuatan Kode (Coding).....	119
Lampiran 6	Data Mentah Penelitian.....	127
Lampiran 7	Hasil Analisis SWOT.....	129
Lampiran 8	Dokumentasi Penelitian.....	133
Lampiran 9	Surat Penelitian.....	138
Lampiran 10	<i>Curriculum Vitae</i> Peneliti.....	142