

**Rizki Zulfikar<sup>1</sup>**

## **PELAKSANAAN CHANNEL PEMASARAN KLINIK KESEHATAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN**

**Rizki Zulfikar<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, Universitas Komputer Indonesia, Indonesia, 40132  
[rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id](mailto:rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id)

### ***Abstract***

*As one of the elements of the general welfare of the Indonesian people, the government seeks several parties to realize optimal services for the community, Diana Clinic wants to participate in the field of health services to improve health services by actively participating in carrying out social functions so that the goals of health development in Bogor City are achieved. However, there are still obstacles, namely the use of digitalization for the Diana Clinic is not maximized and in determining what social media is used to run a business at the Diana Clinic for the types of goods to sell. The implementation of this PKM activity is carried out through the stages of observation/interview, seeking information and solutions to the obstacles that occur, as well as providing understanding to Partners regarding the development of marketing aspects using SWOT analysis. The results of this PKM activity, in which the marketing aspect at Diana Clinic has to carry out promotional activities both online and offline, the types of online promotional activities themselves are Platform and Social Media.*

**Keywords:** *Marketing Aspects, PKM, Use of Digitization.*

### **Abstrak**

Sebagai salah satu unsur kesejahteraan umum bangsa Indonesia pemerintah mengupayakan beberapa pihak untuk mewujudkan pelayanan yang optimal bagi masyarakat, Klinik Diana ingin berpartisipasi dalam bidang pelayanan kesehatan untuk meningkatkan pelayanan kesehatan berpartisipasi aktif dalam menjalankan fungsi sosial sehingga tujuan pembangunan kesehatan di Kota Bogor tercapai. Namun, masih terdapat hambatan yaitu belum maksimal dalam penggunaan digitalisasi bagi Klinik Diana dan menentukan media sosial apa yang digunakan dalam menjalankan usaha di Klinik Diana untuk jenis barang jualnya. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan melalui tahapan observasi/wawancara, mencari informasi dan solusi dari hambatan yang terjadi, serta memberikan pemahaman kepada Mitra terkait pengembangan aspek pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari kegiatan PKM ini, yang mana pada aspek pemasaran di Klinik Diana harus melakukan kegiatan promosi baik online maupun offline, jenis kegiatan promosi online itu sendiri yaitu Platform dan Media Sosial.

**Kata kunci :** Aspek Pemasaran, PKM, Penggunaan Digitalisasi.

**Corresponding author :** [rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id](mailto:rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Pembangunan kesehatan merupakan bagian dari pembangunan kesehatan masyarakat, dimana pembangunan kesehatan nasional bertujuan untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal dan tercapainya kemampuan hidup sehat bagi setiap penduduk guna mewujudkan derajat kesehatan masyarakat yang optimal. Sebagai salah satu unsur kesejahteraan umum bangsa Indonesia. Untuk mewujudkan hal tersebut, pemerintah mengupayakan beberapa pihak, baik dari pemerintah sendiri maupun pihak swasta, untuk mewujudkan pelayanan yang optimal bagi masyarakat, terutama masyarakat yang jauh dari jangkauan pelayanan kesehatan. Hal ini tentunya sangat membantu dan mengurangi kerja dan dana pemerintah, sehingga kegiatan kesehatan dapat bergeser dari kegiatan kuratif menjadi kegiatan preventif dan promotif. Pemantapan manajemen dan peraturan perundang-undangan sangat penting dalam rangka menyeimbangkan pembangunan pelayanan kesehatan, khususnya pelayanan yang diberikan oleh pihak swasta. Oleh karena itu, Klinik Diana ingin berpartisipasi dalam bidang pelayanan kesehatan untuk meningkatkan pelayanan kesehatan yang paripurna dan berpartisipasi aktif dalam menjalankan fungsi sosial sehingga tujuan pembangunan kesehatan di Kota Bogor tercapai.

## **LATAR BELAKANG MASALAH**

Klinik Kesehatan Diana merupakan lembaga yang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat dengan memberikan solusi terhadap masalah kesehatan yang dihadapi masyarakat. Selain memberikan pelayanan kepada masyarakat, klinik juga memiliki aspek pemasaran di dalamnya. Semakin besar klinik, semakin kompleks proses di dalamnya. Dan semakin banyak masalah, semakin mereka membutuhkan

penanganan yang tepat. Dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang berkualitas, Klinik Diana memberikan pelayanan yang baik. Untuk dapat meningkatkan pelayanan, diperlukan strategi dalam menciptakan dan memberikan nilai tambah kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui dan memiliki kesadaran akan citra baik Klinik Diana beserta fasilitasnya.

## **TUJUAN DAN SASARAN**

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan aspek pemasaran yang telah dilakukan oleh Mitra saat ini, mengetahui hambatan dalam kegiatan usaha Mitra, mencari solusi atas hambatan dalam kegiatan usaha Mitra, dan memberikan pemahaman kepada Mitra terkait pengembangan aspek pemasaran dengan menggunakan Analisis Bauran Pemasaran. Dalam kegiatan ini yang menjadi sasaran adalah Klinik Kesehatan Diana di Kota Bogor. Lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berada di Jl. Cimanggu Pabuaran No. 35 RT 002/005 Kelurahan Kedung Waringin Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor Provinsi Jawa Barat 16164.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu, melakukan observasi dan wawancara terkait pengembangan aspek pemasaran yang telah dilakukan oleh Mitra saat ini, mencari informasi atas hambatan yang terjadi dalam kegiatan usaha Mitra, mencari solusi atas hambatan yang terjadi dalam kegiatan usaha Mitra, memberikan pemahaman kepada Mitra terkait pengembangan aspek pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT.

## MATERI

Analisa SWOT merupakan salah satu instrumen yang dapat digunakan dalam menganalisa faktor internal dan eksternal organisasi baik organisasi profit maupun nonprofit, seperti pemerintah. Analisa SWOT yang diungkapkan Kotler (2000) diartikan sebagai “evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut dibagi kedalam dua lingkungan analisa, yaitu lingkungan internal organisasi dan lingkungan eksternal organisasi”. Menurut Suharto (2004) “analisa SWOT yang dilakukan oleh organisasi mempunyai tujuan yaitu untuk mengkaji dan menambah kekuatan (*strengths*), mengurangi kelemahan (*weakness*), memperluas peluang (*opportunities*) dan mengeliminasi ancaman dari luar (*threats*). Dengan adanya analisa tersebut maka suatu organisasi tidak hanya dapat mengeliminasi ancaman yang ada tetapi organisasi juga dapat mengantisipasi ancaman-ancaman yang akan timbul di masa yang akan datang”. Dirgantoro (2004) mengatakan “analisa lingkungan adalah suatu proses monitoring terhadap lingkungan organisasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*) yang mempengaruhi organisasi untuk mencapai tujuannya. Struktur lingkungan pada dasarnya dapat dibagi atau dibedakan menjadi dua, yaitu: (1) lingkungan internal (*strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan)), dan (2) lingkungan eksternal (*opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman atau tantangan)). Kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) merupakan faktor internal perusahaan yang sepenuhnya berada dalam kendali perusahaan. Sehingga faktor internal ini bersifat *controllable*. Strength adalah kekuatan (keunggulan) yang secara komparatif dimiliki perusahaan sehingga semakin besar elemen kekuatan ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Sedangkan *weakness* adalah kelemahan yang secara komparatif dimiliki oleh perusahaan sehingga semakin besar elemen ini akan memberikan dampak negatif bagi perusahaan”. Lingkungan internal terdiri dari komponen-komponen atau variabel-variabel yang berasal atau berada di dalam organisasi itu sendiri. Komponen-komponen dari lingkungan internal cenderung lebih mudah untuk dikendalikan oleh organisasi atau berada di dalam jangkauan intervensi suatu organisasi. Lingkungan internal terdiri dari indikator-indikator, diantaranya organisasi, keuangan, teknologi, dan sumber daya manusia. Peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) merupakan faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan perusahaan (*uncontrollable*). Pada dasarnya *Opportunity* adalah suatu peluang sukses bagi perusahaan. Sedangkan *Threats* adalah ancaman yang datang dari luar yang berpotensi mengganggu kelangsungan hidup perusahaan. Lingkungan eksternal dapat dikatakan sebagai komponen-komponen atau variabel lingkungan yang berada atau berasal dari luar organisasi. Dalam rangka pencapaian tujuan, sasaran dan dalam mengemban misi organisasi, tidak dapat dielakan lagi bahwa sangat diperlukannya interaksi antara organisasi dengan lingkungan eksternalnya. Faktor eksternal terdiri beberapa indikator, dimana indikator tersebut dapat menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman atau tantangan (*threats*). Lingkungan eksternal terdiri dari indikator, diantaranya teknologi, ekonomi, dan sosial. Model bisnis adalah rencana mengenai bagaimana sebuah bisnis bisa menghasilkan keuntungan. Rencana ini terdiri dari penjelasan mengenai produk/jasa apa yang akan ditawarkan kepada masyarakat, cara untuk menawarkannya, serta biaya yang dibutuhkan untuk menjalankannya. Berikut ini merupakan hal penting dalam pengembangan aspek pemasaran klinik yakni: (1) membuat klinik menjadi lebih terarah mengenai

bagaimana, dimana dan kapan produk/jasa berjalan dengan maksimal; (2) mendeteksi kelemahan produk/jasa jika dibandingkan dengan produk/jasa klinik lainnya; (3) melakukan riset pada aspek pemasaran; (4) menentukan strategi pada aspek pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Dampak/Hasil yang Dicapai

Berdasarkan hasil observasi dan juga wawancara kepada pemilik Klinik Diana terkait dengan aspek pemasaran, didapatkan hasil yang ditunjukkan melalui analisis TOWS. Analisis TOWS merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis Klinik Diana. Analisis ini akan menekankan bagaimana keadaan faktor eksternal dari pada internal. Faktor eksternal tersebut meliputi peluang dan ancaman yang dianggap lebih dinamis dan bersaing. Jika peluang dan ancaman sudah dianalisis, maka selanjutnya akan dianalisis faktor internal. Analisis TOWS memungkinkan manajemen untuk memilih beberapa opsi strategi yang paling efektif untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Faktor lingkungan eksternal dan internal dari Klinik Kesehatan Diana berdasarkan analisa, maka matriks analisa TOWS (*Threats, Opportunity, Weakness, Strength*) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis TOWS pada Klinik Kesehatan Diana

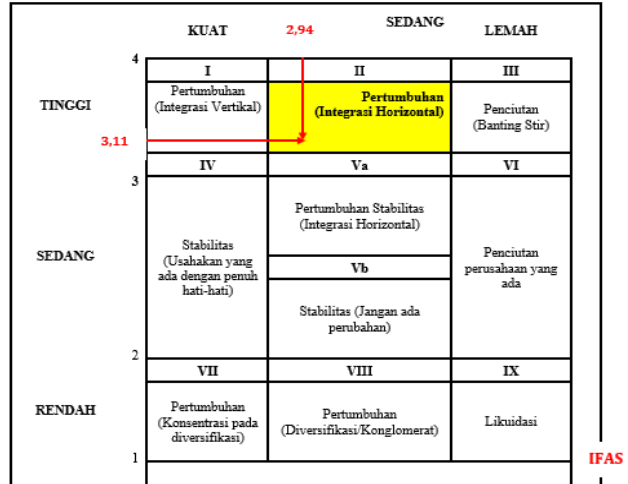
ANALISIS TOWS			
ANCAMAN ( <i>THREAT</i> )		KELEMAHAN ( <i>WEAKNESS</i> )	
1	Masih tingginya minat calon pasien yang ingin	1	Sarana dan fasilitas yang dimiliki Klinik

ANALISIS TOWS			
	berobat ke rumah sakit yang sudah memiliki nama besar.		Kesehatan Diana dalam proses peningkatan layanan Kesehatan masih terbatas dalam menunjang operasional.
2	Masih tingginya minat tenaga kerja medis untuk menjadi tenaga kerja medis di rumah sakit yang lebih besar.	2	Sumber dana/modal yang masih terbatas sehingga sulit untuk meningkatkan aktivitas yang membutuhkan dana besar, seperti promosi, pelatihan, studi banding.
3	Kepercayaan masyarakat yang masih kurang terhadap kualitas Klinik Kesehatan terutama yang berada di daerah kecil.	3	Kerjasama yang telah dijalin belum berjalan optimal.
4	Klinik Kesehatan lain yang konsisten dengan kualitas dan memiliki nama besar.	4	Kompetensi tenaga medis belum diarahkan secara optimal.
5	Kondisi persaingan antar Klinik Kesehatan yang kompetitif.	5	Penggunaan Teknologi sistem informasi (ICT) masih lemah, sehingga menghambat pelayanan dan pelaporan.
6	Kemunculan Klinik-Klinik Kesehatan dengan kompetensi tinggi dan fokus serta dukungan finansial.	6	Kekurangan tenaga kerja medis untuk melayani pasien.
7	Masuknya tenaga kerja asing akibat komunitas ekonomi ASEAN.	7	Belum memiliki struktur organisasi yang teruji.
8	Penurunan perekonomian nasional.		
PELUANG ( <i>OPPORTUNITY</i> )		KEKUATAN ( <i>STRENGTH</i> )	
1	Banyaknya orang yang membutuhkan tenaga medis setiap tahun dari berbagai daerah di Indonesia.	1	Lokasi klinik berada pada tempat yang strategis dan mudah diakses.
2	Jumlah penduduk yang padat.	2	Jaringan operasional dan kemitraan sudah terbentuk
3	Meningkatnya kesadaran akan kesehatan di masyarakat.	3	Sumber Daya Manusia sebagian cukup memadai.
4	Kemitraan dengan Lembaga Kesehatan yang lebih besar.	4	Kemampuan melakukan kegiatan kerja sama dengan pihak perusahaan/instansi terkait di lingkungan

ANALISIS TOWS		
		Pemerintah Daerah dan sesama Perusahaan.
5	Peluang penyerapan tenaga kerja cukup tinggi.	5 Fasilitas fisik yang lengkap
6	Regulasi pemerintah dalam mengembangkan Kesehatan di masyarakat.	6 Lokasi dan aset tanah yang luas.
7	Kerjasama yang baik dengan pemerintah regional dan nasional.	

Sumber: Data diolah Penulis

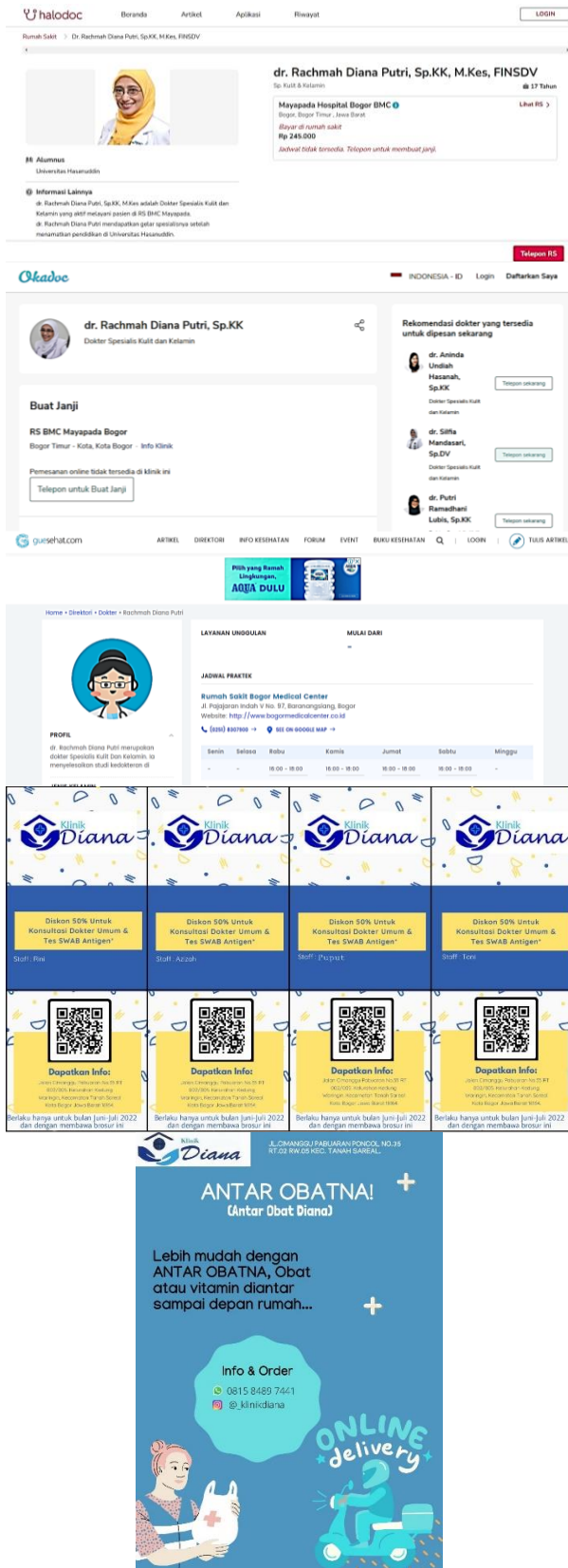
Berdasarkan Analisa lingkungan eksternal (ancaman dan peluang) serta Analisa lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dapat dihitung matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factor Analysis Summary). Pada matriks EFAS dan IFAS, masing-masing factor diidentifikasi bobot dan ratingnya berdasarkan derajat prioritas untuk kemudian dihitung skor dari masing-masing indicator. Hasil penjumlahan masing-masing factor (ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan) akan menentukan kuadran dari rekomendasi strategi yang dapat diambil oleh Klinik Kesehatan Diana. Berdasarkan penghitungan dengan menggunakan matriks EFAS dan IFAS pada lampiran, maka didapatkan hasil 3,11 (EFAS) dan 2,94 (IFAS). Dengan demikian IE Matriks berada pada kuadran ke II dengan rekomendasi strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal. IE Matriks dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Sumber: Data diolah Penulis

Gambar 1. IE Matriks Analisis TOWS pada Klinik Kesehatan Diana

Dapat dilihat pada gambar 1, hasil matriks IFAS dan EFAS menunjukkan hasil yang tergambar pada kuadran II yaitu pertumbuhan dengan strategi Integrasi Horizontal yang mana pada aspek pemasaran di Klinik Diana, harus melakukan kegiatan promosi baik online maupun offline, jenis kegiatan promosi online itu sendiri yaitu Platform dan Media Sosial. Platform yang sudah digunakan Klinik Diana antara lain Alodokter, Halodoc, Okadoc, dan Guesheath. Kemudian, Media Sosial yang harus digunakan Klinik Diana antara lain Facebook, Instagram, dan Tik Tok sedangkan media yang sudah digunakan yaitu Whatsapp. Jenis kegiatan promosi offline yang dilakukan Klinik Diana yaitu melalui media seperti pamflet dan brosur.



## Hambatan

Belum maksimal dalam penggunaan digitalisasi bagi Klinik Diana, yakni dalam prosesnya menjalankan digitalisasi pada bidang anggaran pemasaran yang terbatas, keterbatasan infrastruktur, serta rendahnya tingkat pengetahuan mengenai teknologi. Kemudian, hambatan menentukan media sosial apa yang digunakan dalam menjalankan usaha di Klinik Diana untuk jenis barang jualnya, karakteristik konsumen apa yang dimiliki disesuaikan dengan kebutuhan Klinik Diana.

## Solusi

Melakukan rangkaian bimbingan strategi pemasaran pada media sosial, yang mana nantinya diharapkan karyawan Klinik Diana memiliki keahlian dalam pemasaran media (Media Marketing) yang hendak memperluas pemasaran jualnya dan sebagai alat pemasaran yang menguntungkan bagi Klinik Diana. Kemudian, dapat lebih mendalami keilmuan dalam menggunakan digitalisasi melalui media sosial (seperti Facebook, Instagram, Tik Tok) sebagai alat pemasaran.

## REKOMENDASI

Strategi yang telah/sedang dijalankan oleh Pemilik Klinik Diana telah berjalan dengan baik. Namun demikian, agar klinik dapat berkembang, dibutuhkan strategi baru untuk meningkatkan kinerja sehingga dapat menjadikan klinik tersebut lebih kompetitif. Dengan adanya strategi Integrasi Horizontal menggunakan Analisis TWOS yang diusulkan kepada mitra, diharapkan dapat menambah opsi strategi untuk dilakukan di masa yang akan datang sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja klinik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dirgantoro. 2004. Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, dan Implementasi. Jakarta: PT. Gramedia
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta: Prenhalindo

LAMPIRAN

Tabel 2. Matriks EFAS dan IFAS

ANALISIS TOWS									
External Factor Analysis Summary (EFAS)					Internal Factor Analysis Summary (IFAS)				
THREAT		Bobot	Rating	SKOR	WEAKNESS		Bobot	Rating	SKOR
1	Masih tingginya minat calon pasien yang ingin berobat ke rumah sakit yang sudah memiliki nama besar.	0,08	4	0,32	1	Sarana dan fasilitas yang dimiliki Klinik Kesehatan Diana dalam proses peningkatan layanan Kesehatan masih terbatas dalam menunjang operasional.	0,09	1	0,09
2	Masih tingginya minat tenaga kerja medis untuk menjadi tenaga kerja medis di rumah sakit yang lebih besar.	0,04	2	0,08	2	Sumber dana/modal yang masih terbatas sehingga sulit untuk meningkatkan aktivitas yang membutuhkan dana besar, seperti promosi, pelatihan, studi banding.	0,07	4	0,28
3	Kepercayaan masyarakat yang masih kurang terhadap kualitas Klinik Kesehatan terutama yang berada di daerah kecil.	0,05	2	0,10	3	Kerjasama yang telah dijalin belum berjalan optimal.	0,06	4	0,24
4	Klinik Kesehatan lain yang konsisten dengan kualitas dan memiliki nama besar.	0,07	2	0,14	4	Kompetensi tenaga medis belum diarahkan secara optimal.	0,07	3	0,21
5	Kondisi persaingan antar Klinik Kesehatan yang kompetitif.	0,06	2	0,12	5	Penggunaan Teknologi sistem informasi (ICT) masih lemah, sehingga menghambat pelayanan dan pelaporan.	0,06	2	0,12
6	Kemunculan Klinik-Klinik Kesehatan dengan kompetensi tinggi dan fokus serta dukungan finansial.	0,07	4	0,28	6	Kekurangan tenaga kerja medis untuk melayani pasien.	0,07	1	0,07
7	Masuknya tenaga kerja asing akibat komunitas ekonomi ASEAN.	0,08	4	0,32	7	Belum memiliki struktur organisasi yang teruji.	0,08	3	0,24
8	Penurunan perekonomian nasional.	0,05	3	0,15					
		<b>0,50</b>	<b>29</b>	<b>1,51</b>			<b>0,50</b>	<b>33</b>	<b>1,25</b>
OPPORTUNITY		Bobot	Rating	SKOR	STRENGTH		Bobot	Rating	SKOR
1	Banyaknya orang yang membutuhkan tenaga medis setiap tahun dari berbagai daerah di Indonesia.	0,08	4	0,32	1	Lokasi klinik berada pada tempat yang strategis dan mudah diakses.	0,08	2	0,16
2	Jumlah penduduk yang padat.	0,07	2	0,14	2	Jaringan operasional dan kemitraan sudah terbentuk	0,09	4	0,36
3	Meningkatnya kesadaran akan kesehatan di masyarakat.	0,07	2	0,14	3	Sumber Daya Manusia sebagian cukup memadai.	0,09	4	0,36
4	Kemitraan dengan Lembaga Kesehatan yang lebih besar.	0,08	4	0,32	4	Kemampuan melakukan kegiatan kerja sama dengan pihak perusahaan/instansi	0,08	3	0,24

## Rizki Zulfikar<sup>1</sup>

ANALISIS TOWS									
External Factor Analysis Summary (EFAS)					Internal Factor Analysis Summary (IFAS)				
						terkait di lingkungan Pemerintah Daerah dan sesama Perusahaan.			
5	Peluang penyerapan tenaga kerja cukup tinggi.	0,08	4	0,32	5	Fasilitas fisik yang lengkap	0,09	4	0,36
6	Regulasi pemerintah dalam mengembangkan Kesehatan di masyarakat.	0,06	3	0,18	6	Lokasi dan aset tanah yang luas.	0,07	3	0,21
7	Kerjasama yang baik dengan pemerintah regional dan nasional.	0,06	3	0,18					
		<b>0,50</b>	<b>36</b>	<b>1,60</b>			<b>0,5</b>	<b>35</b>	<b>1,69</b>
<b>IE MATRIKS</b>				<b>3,11</b>	<b>IE MATRIKS</b>				<b>2,94</b>