

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Menurut data hasil penelitian yang sudah dibahas dalam bab hasil dan pembahasan tentang analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran di Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan internal Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan memiliki kekuatan dari segi fasilitas pelayanan, kemampuan SDM, promosi dan tarif pelayanan serta kelemahan yang meliputi sarana dan prasarana, kurangnya SDM, manajemen organisasi dan keuangan yang belum optimal.
2. Kondisi lingkungan eksternal Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan memiliki peluang dari segi keberadaan klinik di mata masyarakat, pelayanan 24 jam, pengembangan klinik dan kerja sama BPJS serta ancaman dari segi letak rawan bencana, dokter sering kosong, pendapatan masih minimal dan adanya pesaing.
3. Strategi yang tepat sesuai dengan posisi Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan saat ini adalah strategi bertumbuh (*Growth oriented strategy*), yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana Klinik Pratama PKU Muhammadiyah

Cangkringan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dapat dikembangkan melalui strategi S-O (*strength-opportunity strategy*), yaitu dengan menerapkan sistem dan prosedur secara professional, meningkatkan program pendidikan/ pelatihan terhadap SDM, memperluas pangsa pasar dan memperkuat kerjasama.

4. Alternatif strategi yang dapat diterapkan pada Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan adalah strategi S-T, W-O dan W-T. Strategi S-T (*strength-threath strategy*) dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain, meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan strategi harga/ tarif. Strategi W-O (*weakness-opportunity strategy*) dapat diterapkan dengan mengembangkan sarana & prasarana pelayanan, meningkatkan promosi, optimalisasi fungsi organisasi dan biaya. Sedangkan strategi W-T (*weakness-threath strategy*) melalui penambahan SDM, menyusun *Business Plan* sebagai pedoman penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran dan dengan membina loyalitas pasien.

B. Saran

1. Bagi Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan

Agar dapat bersaing dipasar persaingan yang semakin kompetitif hendaknya Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan harus mampu memprediksi peluang yang bisa dimanfaatkan dengan melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran saat ini.

Adapun rekomendasi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam memasarkan Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan adalah sebagai berikut:

- a. Strategi yang sesuai dengan posisi klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan saat ini dengan menerapkan sistem dan prosedur secara professional, meningkatkan program pendidikan atau pelatihan terhadap SDM, memperluas pangsa pasar dan memperkuat kerjasama.
- b. Sebagai alternatif strategi pilihan Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan, yaitu dengan menjalin kerja sama dengan pihak lain, meningkatkan kualitas pelayanan, menerapkan strategi harga atau tarif, mengembangkan sarana & prasarana pelayanan, meningkatkan promosi, optimalisasi fungsi

organisasi dan biaya, penambahan SDM, menyusun *Business Plan* sebagai pedoman penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran dan dengan membina loyalitas pasien.

2. Bagi Tenaga Kesehatan

Perlu komitmen serius dalam memberikan pelayanan untuk mencapai kualitas layanan yang memadai guna menarik loyalitas pelanggan untuk berkunjung di Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan.

3. Bagi Peneliti

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pemasaran, baik itu dalam hal *marketing mix*, kepuasan pasien, loyalitas pelanggan atau *Business Plan* sehingga dapat menemukan hal-hal baru lainnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan dapat terungkap secara lebih jelas.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu dalam menentukan waktu wawancara yang tepat. Hal ini dikarenakan hampir semua informan cukup sulit untuk ditemui dirumah mereka masing-masing.