



Analisis SWOT Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat YARSI Sumatera Barat

Meri Herliza^{1*}, Yusmia Rahdiani²

¹⁻²Adiministrasi Rumah Sakit, Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi, Indonesia

Alamat: Jl. Tan Malaka, Bukit Cangang Kayu Ramang, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26138

*Korespondensi penulis: herliza.meri@yahoo.com

Abstract. *This research aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) and find out the marketing strategies that can be carried out by Ibnu Sina Islamic Hospital Simpang Empat. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data were collected through observation, interviews with hospital management and staff, and documentation studies. The results of the SWOT analysis showed that Ibn Sina Simpang Empat Islamic Hospital has a strategic location, and has been accredited with 5-star plenary twice. Weaknesses found include not having a complete permanent doctor, not being able to refuse policies from the Regional Government, limited hospital land making it difficult to develop, difficult to make strategic policies related to human resources and finance. medical services that are not updated and others. Opportunities that can be utilized include the many opportunities for cooperation with other companies, the only private general hospital in West Pasaman, a strategic location in the government area, the population of the West Pasaman community of around 441,773, a fairly good community economy, the UHC (Universal Health Coverage) system from the government, and Yarsi branding. Based on the results of the SWOT analysis, this study recommends several strategies to improve the competitiveness of the Ibn Sina Simpang Empat Islamic Hospital, namely with aggressive strategies such as improving financial management, strengthening promotion and marketing, developing the competitiveness of the hospital.*

Keywords: *Competitiveness, Health Services, Hospital, SWOT Analysis.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) serta mengetahui strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan manajemen dan staf rumah sakit, serta studi dokumentasi. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat memiliki lokasi strategis, dan terakreditasi paripurna bintang 5 sebanyak 2 kali. Kelemahan yang ditemukan meliputi belum memiliki dokter tetap yang lengkap, tidak bisa menolak kebijakan dari Pemda, lahan rumah sakit yang terbatas sehingga sulit melakukan pengembangan, sulit mengambil kebijakan strategis terkait SDM dan keuangan. jasa medis yang tidak di-update dan lain-lain. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi banyaknya peluang kerjasama dengan perusahaan lain, satu-satunya rumah sakit umum swasta di Pasaman Barat, lokasi strategis di kawasan pemerintahan, jumlah penduduk masyarakat Pasaman Barat sekitar 441.773, ekonomi masyarakat cukup baik, istem UHC (Universal Health Coverage) dari pemerintah, dan branding Yarsi. Berdasarkan hasil analisis SWOT, penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi untuk meningkatkan daya saing Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat yaitu dengan strategi agresif seperti meningkatkan pengelolaan keuangan, memperkuat promosi dan pemasaran, mengembangkan inovasi pelayanan, dan menjalin kerjasama strategis dengan pihak lain

Kata Kunci: Analisis SWOT, Daya Saing, Pelayanan Kesehatan, Rumah Sakit.

1. LATAR BELAKANG

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat merupakan institusi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan yang merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan membuat program pelayanan kesehatannya, Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat berorientasi pada kepuasan pelanggan atau pengguna jasa dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan didukung oleh tenaga profesional tanpa melupakan unsur kesejahteraan. Karena tanpa adanya rasa memiliki dan tanggung jawab maka pelayanan yang optimal tidak akan pernah tercapai. (Rumah et al., n.d.)

Setiap institusi harus mampu menyusun strategi pemasaran yang tepat dan mampu membuat perencanaan agar mampu bersaing saat ini dan di masa yang akan datang (Fatiya & Musfiroh, 2024). Persaingan adalah salah satunya faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran produk atau layanan. Jika persaingan semakin ketat maka semakin kecil kemungkinannya aktivitas, akuisisi perusahaan pemasaran. Persaingan adalah fenomena umum di dunia bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang baik (Sapitri, 2016). Selain itu, ada strategi yang mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang, khususnya lima Tahun (Rahayu, 2016). Keunggulan bersaing adalah kemampuan bisnis menciptakan keunggulan agar bisa bersaing dengan kompetitor. Indikator keunggulan kompetitif dikembangkan oleh sejumlah ahli, artinya harga yang kompetitif, kemampuan manajemen, keunggulan, posisi dan lokasi strategis akan memenangkan kompetisi yang ada (Dalimunthe, 2017).

Perusahaan yang bergerak dalam industri pemasaran jasa juga perlu menyusun strategi untuk meningkatkan daya saing antarperusahaan sejenis. Usaha ini tidak mudah karena perusahaan harus mengembangkan strategi bersaing yang tepat untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Yusuf & Sukma, 2021). Perubahan perkembangan dapat menciptakan peluang bagi kemajuan bisnis atau bahkan menjadi ancaman bagi perusahaan termasuk rumah sakit. Salah satu cara untuk mengetahui strategi yang tepat rumah sakit adalah dengan melakukan analisis SWOT (Nugroho, 2015).

Analisis SWOT merupakan analisis yang didasarkan pada berbagai Identifikasi strategi secara sistematis (Putranto & Wijayanti, 2018). Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antar unsur internal, yaitu strengths atau kekuatan, weaknesses atau kelemahan, dan unsur eksternal, yaitu opportunities atau peluang, dan threats atau ancaman (Aisyah, 2016). Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh pandangan dasar, dalam hal ini diperlukan strategi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Taslim et al., 2024). Evaluasi upaya apa (Rachmawati & Susanti, 2022) dapat menjadi solusi alternatif dalam manajemen dan

pengembangan strategis perusahaan atau organisasi tentu juga menemui kesulitan lingkungan internal dan eksternal (Nugraheni & Kirana, 2021).

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat merupakan salah satu instansi pelayanan kesehatan yang berada di Kabupaten Pasaman Barat yang memiliki kekuatan seperti memiliki pimpinan rumah sakit yang kompeten, manajemen rumah sakit kompak, branding Yarsi, SDM unggul dan usia produktif, pelayanan satu pintu, lingkungan yang bersih, lokasi strategis, pelayanan Islami, bangunan bagus dan terawat, dan terakreditasi paripurna bintang 5 sebanyak 2 kali. Di samping memiliki kekuatan, Rumah Sakit Islam Ibnu Sina juga memiliki beberapa kekurangan seperti tidak bisa menolak kebijakan dari pemerintah daerah, keterbatasan anggaran, lahan rumah sakit yang terbatas sehingga sulit melakukan pengembangan, jumlah SDM yang terbatas sehingga memiliki beban kerja yang sangat tinggi, regulasi BPJS dan KEMENKES yang sering berubah-ubah dan berlaku mundur, meningkatnya jumlah kompetitor di bidang pelayanan kesehatan, dan lain-lain. Kekurangan tersebut dapat menjadi kelemahan sekaligus ancaman bagi Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai analisis SWOT untuk mengetahui variabel-variabel yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Selain itu juga untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat pada bulan Februari sampai Maret 2024. Responden pada penelitian ini sebanyak 50 orang yang terdiri dari Kabag Keuangan, Kabag ADM Umum SDM & Perencanaan, Kepala Casemix, Kabid Keperawatan, Kepala IT, Kepala SPI, Kepala Ruhis, Kepala Instalasi farmasi, Kepala Instansi Rawat Inap, dan staf rumah sakit. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, studi dokumentasi, dan teknik wawancara yang kemudian dimasukkan ke dalam matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) serta Faktor Strategi Eksternal (EFAS) kemudian dibuat diagram analisis SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor yang mempengaruhi mengembangkan strategi perusahaan, khususnya strategi pemasaran perusahaan. Strategi pemasaran adalah sebuah rangkaian stimulasi dalam lingkungan yang dirancang untuk konsumen mempengaruhi emosi, kognisi, dan perilaku konsumen (Subianto, 2016).

Erliningtias, (2020) juga berpendapat bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor yang mempengaruhi dan mengembangkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun dalam kelemahan dan ancaman dapat diminimalisir secara bersamaan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu tentang Pembangunan, misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi saat ini).

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis yang dirancang untuk mempersiapkan sebuah rencana dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Selain itu juga sebagai bentuk analisis SWOT dilihat dari situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif atau memberikan gambaran yang jelas kondisi dan situasi tersebut dijadikan sebagai faktor masukan dan kemudian dijadikan dasar kontribusinya masing-masing (Rachmawati & Susanti, 2022).

Berikut merupakan kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) Rumah Saki Islam Ibnu Sina Simpang Empat.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat

Internal		Eksternal	
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
Memiliki pimpinan xyang kompeten	Belum memiliki dokter tetap yang lengkap	Banyaknya peluang kerjasama dengan perusahaan lain	Transportasi umum tidak ada
Manajemen rumah sakit kompak	Gedung bertingkat yang rawan gempa	Satu-satunya rumah sakit umum swasta di Pasaman Barat	Meningkatnya jumlah kompetitor di bidang pelayanan kesehatan
Branding Yarsi	Keterbatasan lahan parkir dan kamar rawatan	Lokasi strategis dikawasan pemerintahan	Intimidasi dari pihak tertentu yang ingin diprioritaskan
SDM unggul dan usia produktif	Tidak bisa menolak kebijakan dari Pemda	Jumlah penduduk masyarakat Pasaman Barat sekitar 441.773 Jiwa (per Juli 2023	Postingan dan komentar negatif yang tidak bisa dikendalikan di sosial media
Pelayanan satu pintu	Keterbatasan anggaran	Ekonomi masyarakat cukup baik	Berada didaerah rawan bencana

Internal		Eksternal	
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
Lingkungan yang bersih	Lahan rumah sakit yang terbatas sehingga sulit melakukan pengembangan	Sistem UHC (Universal Health Coverage) dari pemerintah	Regulasi BPJS dan kementerian yang sering berubah-ubah dan berlaku mundur
Lokasi strategis	Masih ada SDM yang kurang empati terhadap pasien	Branding Yarsi	Peningkatan kualitas pelayanan kompetitor
Pelayanan islami	Area perkantoran kurang menarik		
Bangunan bagus dan terawat	Belum memiliki selasar		
Terakreditasi paripurna bintang 5 2 kali	Sulit mengambil kebijakan strategis terkait SDM dan keuangan, karena sistem sentralisasi dari yayasan		
Disiplin karyawan baik	Kenaikan gaji tidak seimbang		
Respon terhadap komplain yang cepat	Sistem tunjangan belum sesuai tipe rumah sakit		
Keuangan yang jujur dan transparan	Jasa medis yang tidak diupdate		
Sistem informasi yang terintegrasi	RME belum jalan 100%		
Pemasaran yang bagus	Masih ada karyawan yang gaptek		
Kinerja keuangan baik	Jumlah SDM yang terbatas, sehingga beban kerja yang sangat tinggi		
Ada kegiatan bakti sosial dan zakat ke masyarakat sekitar	Beban utang yang masih ada sampai tahun 2028		
Produktivitas karyawan yang tinggi			
Diklat yang sudah melebihi 20 jam dalam setahun			

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS

Analisis faktor internal dan eksternal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat yang dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 2. Internal Factors Analysis Summary (IFAS) Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat

No.	Faktor Strategi	Bobot (Total 10)		Rating (1 s/d 4)	Skor (Bobot X Rating)
Strength/Kekuatan					
1.	Memiliki pimpinan rumah sakit yang kompeten	4.00	0.10	3.14	0.30
2.	Manajemen rumah sakit kompak	4.00	0.10	3.06	0.29
3.	Branding Yarsi	3.78	0.09	3.02	0.24
4.	SDM unggul dan usia produktif	3.33	0.08	3.18	0.28
5.	Pelayanan satu pintu	4.00	0.10	3.42	0.27
6.	Lingkungan yang bersih	3.56	0.08	3.52	0.24
7.	Lokasi strategis	3.78	0.09	3.30	0.31
8.	Pelayanan Islami	3.22	0.08	3.12	0.27
9.	Bangunan bagus dan terawat	3.56	0.08	3.40	0.28
10.	Terakreditasi paripurna bintang 5 sebanyak 2 kali	3.67	0.09	3.08	0.27
11.	Disiplin karyawan baik	3.67	0.09	3.12	0.30
12.	Respon terhadap komplain yang cepat	3.89	0.09	3.08	0.29
13.	Keuangan yang jujur dan transparan	3.89	0.09	3.12	0.29
14.	Sistem informasi yang terintegrasi	4.00	0.10	3.08	0.29
15.	Pemasaran yang bagus	3.44	0.08	3.18	0.26
16.	Kinerja keuangan baik	3.89	0.09	3.04	0.28
17.	Ada kegiatan bakti sosial dan zakat ke masyarakat sekitar	3.67	0.09	3.08	0.27
18.	Produktifitas karyawan yang tinggi	4.00	0.10	3.12	0.30
19.	Diklat yang sudah melebihi 20 jam dalam setahun	2.89	0.07	3.12	0.22
Jumlah		29.67	0.71		5.29
Kelemahan (Weakness)					
20.	Belum memiliki dokter tetap yang lengkap	3.22	0.08	2.48	0.19
21.	Gedung bertingkat yang rawan gempa	1.89	0.05	2.64	0.12
22.	Keterbatasan lahan parkir dan kamar rawatan	3.44	0.08	2.76	0.23
23.	Tidak bisa menolak kebijakan dari Pemda	3.67	0.09	2.64	0.23
24.	Keterbatasan anggaran	3.22	0.08	2.70	0.21
25.	Lahan rumah sakit yang terbatas sehingga sulit melakukan pengembangan	2.22	0.05	2.84	0.15
26.	Masih ada SDM yang kurang empati terhadap Pasien	2.89	0.07	2.54	0.18
27.	Area perkantoran kurang menarik	1.67	0.04	2.38	0.09
28.	Belum memiliki selasar	3.56	0.08	2.70	0.23
29.	Sulit mengambil kebijakan strategis terkait SDM dan keuangan, karena sistem sentralisasi dari Yayasan	3.67	0.09	2.66	0.23
30.	Kenaikan gaji tidak seimbang	4.00	0.10	2.60	0.25
31.	Sistem tunjangan belum sesuai tipe rumah sakit	4.00	0.10	2.68	0.26
32.	Jasa medis yang tidak diupdate	4.00	4.00	2.66	0.25
33.	RME belum jalan 100%	4.00	4.00	2.56	0.24
34.	Masih ada karyawan yang gaptek	2.33	0.06	2.46	0.14
35.	Jumlah SDM yang terbatas, sehingga beban kerja yang sangat tinggi	4.00	0.10	2.66	0.25
36.	Beban utang yang masih ada sampai tahun 2028	4.00	0.10	2.76	0.26
Jumlah		12.22	0.29		3.52
Total Skor IFAS					8.80

Tabel 3. *External Factors Analysis Summary* Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat

No.	Faktor Strategi	Bobot (Total 10)		Rating (1 s/d 4)	Skor (Bobot X Rating)
Opportunity/Peluang					
1.	Banyaknya peluang kerjasama dengan perusahaan lain	2.50	0.14	2.98	0.42
2.	Satu-satunya rumah sakit umum swasta di Pasaman Barat	2.75	0.15	2.94	0.46
3.	Lokasi strategis dikawasan pemerintahan	2.25	0.13	3.26	0.41
4.	Jumlah penduduk masyarakat Pasaman Barat sekitar 441.773	3.00	0.17	3.06	0.52
5.	Ekonomi masyarakat cukup baik	2.63	0.15	2.92	0.43
6.	Sistem UHC (Universal Health Coverage) dari pemerintah	3.00	0.17	3.04	0.51
7.	Branding Yarsi	3.00	0.17	3.06	0.52
Jumlah		10.50	0.59		3.27
Threat/Ancaman					
8.	Transportasi umum tidak ada	1.25	0.07	2.70	0.19
9.	Meningkatnya jumlah kompetitor di bidang pelayanan Kesehatan	3.00	0.17	2.90	0.49
10.	Intimidasi dari pihak tertentu yang ingin diprioritaskan	3.00	0.17	2.74	0.46
11.	Postingan dan komentar negatif yang tidak bisa dikendalikan di sosial media	3.00	0.17	2.52	0.43
12.	Berada didaerah rawan bencana	1.50	0.08	2.38	0.20
13.	Regulasi BPJS dan kemenkes yang sering berubah-ubah dan berlaku mundur	2.75	0.15	2.66	0.41
14.	Peningkatan kualitas pelayanan kompetitor	2.38	0.13	2.98	0.40
Jumlah		7.25	0.41		2.58
Total Skor EFAS					5.85

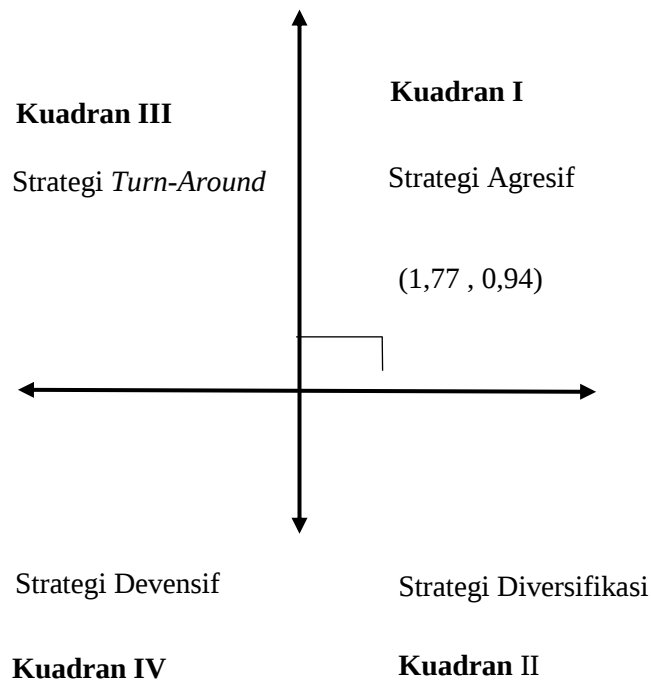
Dari hasil total skor bobot dan rating faktor strategi internal (IFAS) dan faktor strategi eksternal (EFAS), masing-masing skor yaitu sebagai berikut.

- Total skor kekuatan : 5,29
- Total skor kelemahan : 3,52
- Total skor peluang : 3,52
- Total skor ancaman : 2,58

Dari total nilai di atas dapat disimpulkan bahwa nilai kekuatan lebih besar daripada nilai kelemahan ($S > W$) sementara itu nilai peluang lebih besar daripada nilai ancaman ($O > T$). Setelah diketahui total skor masing-masing faktor, langkah selanjutnya yaitu menentukan titik koordinasi analisis internal dan eksternal (Utsalina & Primandari, 2020).

- Koordinasi analisis internal (X):
 - = (Total skor kekuatan – total skor kelemahan) (Elvana et al., 2022)
 - = (5,29 – 3,52)
 - = 1,77

- Koordinasi analisis eksternal (Y):
 $= (\text{Total skor peluang} - \text{total skor ancaman})$ (Elvana et al., 2022)
 $= (3,52 - 2,58)$
 $= 0,94$



Gambar 1. Diagram SWOT Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis yang dilakukan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat pada Gambar 1. Diagram Analisis SWOT berada pada kuadran 1. Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat adalah strategi kombinasi kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*).

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian penilaian Matriks IFAS adalah **8,80** yang berarti kekuatan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat (S) lebih besar dibandingkan dengan kelemahan (W). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa $S > W$.

Kekuatan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat diantaranya memiliki Lokasi yang strategis yaitu terletak di ibukota Kabupaten Pasaman barat. Hal ini akan memberikan akses mudah bagi penduduk di seluruh wilayah Pasaman Barat. Ini meningkatkan Potensi jangkauan layanan dan jumlah Pasien yang dapat dilayani. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani, (2021) yang menyebutkan bahwa RSUD sawah besar terletak di tengah perkotaan di Provinsi DKI Jakarta. Pusat kota biasanya memiliki

konsentrasi penduduk yang tinggi, sehingga pasar untuk layanan lebih besar yang akan memberikan peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan rumah sakit. Selain itu, akan memudahkan akses bagi masyarakat di berbagai wilayah Kota Jakarta, baik dengan transportasi umum maupun pribadi.

Selain Lokasi yang strategis Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat juga sudah terakreditasi paripurna bintang 5 sebanyak 2 kali. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakina, (2024) di Rumah Sakit dr. Hasri Ainun Habibie Parepare. Dengan adanya akreditasi ini akan mendorong rumah sakit untuk meningkatkan sistem manajemennya. Hal ini meliputi manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan manajemen informasi. Akreditasi paripurna menjadi bukti bahwa Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat sudah mencapai standar mutu yang tinggi. Hal ini meningkatkan moral tenaga medis dan motivasi karyawan untuk memberikan layanan yang lebih baik.

Di samping penjelasan mengenai kekuatan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat di atas, setelah itu akan dijelaskan terkait kelemahan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat. Salah satu kelemahan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat yaitu Jumlah SDM yang terbatas, sehingga beban kerja yang sangat tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakina, (2024) bahwa di Rumah Sakit dr. Hasri Ainun Habibie Parepare memiliki jumlah SDM di bidang pelayanan masih kurang sehingga meningkatkan beban kerja. Selain beban kerja yang bertambah, jumlah SDM yang terbatas juga dapat mengakibatkan kesulitan untuk dapat mengembangkan layanan baru atau meningkatkan layanan yang sudah ada.

Sementara itu, hasil penelitian penilaian Matriks EFAS adalah **5,85** yang berarti peluang Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat peluang (O) lebih besar dibandingkan dengan ancaman (T). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa $O > T$.

Salah satu peluang Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat yaitu banyaknya peluang kerjasama dengan perusahaan lain. Rumah Sakit Islam Ibnu Sina sudah bekerja sama dengan berbagai macam perusahaan, seperti BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, Jasa Raharja, Institusi Pendidikan seperti Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi, Universitas Prima Nusantara, Universitas Fort De Kock Bukittinggi, dan masih banyak perusahaan lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bajri, (2019) dimana salah satu peluang yang ada di RSUD Prof. Dr. H.M. Chatib Quzwain Sarolangun Jambi yakni bekerjasama dengan perusahaan yang ada di sekitar rumah sakit, hal ini tentunya akan memudahkan karyawan perusahaan tersebut untuk mendapatkan layanan kesehatan yang berkualitas nantinya. Selain itu akan dapat meningkatkan citra dan kepercayaan publik.

Di samping adanya peluang Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat, maka ada juga ancaman yang dapat memberikan hambatan bagi perkembangan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat salah satu ancaman yang ada yaitu meningkatnya jumlah kompetitor di bidang pelayanan kesehatan di Pasaman Barat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dianta et al., (2024) dimana Klinik Pratama Dani Tigapanah memiliki ancaman yaitu adanya pesaing seperti puskesmas, praktek mandiri bidan dan perawat. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk menghindari ancaman tersebut yaitu Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat dapat meningkatkan kualitas dan kuantitasnya fasilitas untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas dapat memberikan layanan kesehatan yang lebih baik dan lebih kompetitif. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menarik lebih banyak pasien untuk memilih rumah sakit tersebut.

Berdasarkan analisis SWOT, strategi pemasaran dapat dirumuskan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat yaitu menerapkan strategi agresif pengembangan kemampuan kekuatan yang ada dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada. Strategi ini melibatkan upaya memperkuat reputasi sebagai rumah sakit Islam yang terpercaya dengan fokus pada layanan Pasien dengan membangun hubungan baik dengan komunitas. Selain itu, meningkatkan profesionalitas tenaga medis dan mempertahankan tenaga medis yang berkualitas juga menjadi prioritas. Rumah sakit juga dapat memanfaatkan keunggulan Lokasi dengan meningkatkan aksesibilitas dan menjalin kerja sama dengan perusahaan di sekitarnya. Dalam memperluas jangkauan layanan, Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat dapat memanfaatkan teknologi *telemedicine*, menjalin kerja sama dengan perusahaan asuransi, dan memperkenalkan layanan baru yang sesuai kebutuhan masyarakat. Strategi pemasaran juga perlu ditingkatkan dengan memanfaatkan media sosial, *website*, dan kampanye pemasaran yang kreatif. Dengan menerapkan strategi agresif yang fokus pada kekuatan dan peluang, rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat dapat meningkatkan posisi kompetitifnya di Kabupaten Pasaman Barat dan menjalin pilihan utaa masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ferdinand Haposan Saragih et al., 2023) bahwa pada era digital ini sosial media menjadi tren dalam komunikasi pemasaran yang disukai oleh banyak kalangan. Media sosial menghubungkan pasien dan rumah sakit. Media sosial dapat mempromosikan rumah sakit dengan menciptakan citra positif bagi masyarakat umum di mana pun mereka berada.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat dapat disimpulkan bahwa kekuatan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat ditunjukkan pada lokasi strategis yang terletak di Ibukota Kabupaten Pasaman Barat dengan jumlah penduduk 441.773 jiwa merupakan peluang pasar yang bagus. Peluang yang ada juga dapat menjalin kerja sama sebanyak-banyaknya dengan mitra lain. Dengan adanya peluang yang besar bukan berarti Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat dapat membedakan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat dapat mempertahankan program kerja yang sudah berjalan dengan baik dan meningkatkan kesejahteraan karyawan. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Simpang Empat adalah strategi agresif, yaitu mengembangkan kekuatan yang ada dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, A. (2016). Perencanaan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dan SWOT pada perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 2.
- Bajri, A. (2019). Strategi pemasaran RSUD Prof. Dr. H.M. Chatib Quzwain Sarolangun Jambi tahun 2018. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.7454/arsi.v5i2.2879>
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 18–31. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.357>
- Dianta, S., Ginting, U., Ketaren, S. O., Roos, C., & Nainggolan, E. (2024). Tigapanah berdasarkan analisis SWOT tahun 2024, 8, 5046–5072.
- Elvana, Y., Hariyati, H., & Setianto, B. (2022). Analisis SWOT untuk menentukan strategi bersaing saat masa pandemi COVID-19 pada Rumah Sakit Islam Surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 5132–5147. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1807>
- Erliningtias. (2020). Analisis SWOT untuk menentukan strategi bersaing pada usaha Della Laundry [Skripsi, Universitas].
- Fatiya, N. U., & Musfiroh, I. (2024). Analisis SWOT dalam strategi pengembangan bisnis pada salah satu apotek di Kota Bandung. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 4(7), 159–168.
- Handayani, E. (2021). Analisa SWOT RSUD Sawah Besar sebagai Rumah Sakit Tipe D di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 1(September).

- Nugraheni, R., & Kirana, G. R. (2021). Analisis SWOT pelayanan kesehatan Rumah Sakit Umum Lirboyo Kota Kediri tahun 2019. *Jurnal Kesehatan*, 9(2), 115–122. <https://doi.org/10.25047/jkes.v9i2.222>
- Nugroho, M. A. (2015). Analisis SWOT pada RSUD Saras Husada Purworejo [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta]. <https://eprints.uny.ac.id/28070/>
- Rachmawati, A., & Susanti, E. D. (2022). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada Apotek 325 Surabaya. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(1), 1895–1905. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2707>
- Rahayu, D. T. (2016). Penerapan analisis SWOT dalam perumusan strategi bersaing pada EddyJaya Photo. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–16.
- Sakina, I. (2024). Penerapan analisis SWOT dalam strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan bed occupancy rate di Rumah Sakit dr. Hasri Ainun Habibie Parepare. *Jurnal Administrasi Kesehatan*, 4(1), 581–596.
- Sapitri, R. (2016). Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien di klinik bunda. *JOM Fisip*, 3(2), 1–9. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/10663>
- Saragih, F. H., Nugraheni, S. A., & Adi, S. (2023). SWOT analysis of pain clinic services at St. Elisabeth Hospital Semarang. *Jurnal Anestesiologi Indonesia*, 15(2), 95–107.
- Subianto, A. (2016). Analisis SWOT tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien di klinik bunda [Skripsi, Universitas].
- Taslim, R., Nurhaliza, Z., & Pangestika, Z. N. (2024). SWOT analysis for marketing strategy (Case study: Private Hospital AA, Karawang). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan dan Bisnis (JIKABI)*, 3(1), 26–37.
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). Analisis SWOT dalam penentuan bobot kriteria pada pemilihan strategi pemasaran menggunakan analytic network process. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 51–60.
- Yusuf, D., & Sukma, A. D. (2021). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. *Jurnal Teknologi Informasi Respati (JTIR)*, 16(1), 24. <https://doi.org/10.35842/jtir.v16i1.385>