

Strategi pemasaran pt akses dalam era otonomi daerah

Jenni Wihartini Tjakra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461012&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Karya akhir ini mempunyai tujuan untuk menganalisis dampak otonomi daerah terhadap jalannya usaha asuransi kesehatan yang dikelola oleh PT. ASKES dan strategi pemasaran yang sistematis dan terarah bagi PT. ASKES dalam era otonomi daerah tersebut. Pada hakekatnya, kebijakan otonomi daerah menempatkan Pemerintah Daerah sebagai Pemegang kewenangan dalam penyelenggaraan semua bidang pemerintahan berazaskan desentralisasi dalam arti luas kecuali atas kewenangan strategis tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah, dalam wujud nyata untuk ditumbuh kembangkan secara bertanggung jawab sebagai konsekuensi pemberian hak dan kewenangan kepada daerah. Pemberian otonomi ditujukan bagi peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat, pengembangan kehidupan demokrasi, keadilan dan pemerataan serta pemeliharaan hubungan yang sesuai antara Pusat dan Daerah dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

PT. ASKES sebagai penyelenggara jaminan pemeliharaan kesehatan memulai kiprahnya sejak tahun 1968 dengan program ASKES Sosial yang berlingkup nasional bagi pegawai negeri sipil (PNS), pensiunan PNS, pensiunan TNI/Polri, Veteran dan Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya. Dalam perkembangannya sejak tahun 1992 PT. ASKES memperluas usahanya dengan menyelenggarakan program ASKES Komersial bagi karyawan Badan Usaha dan keluarganya.

Dengan terbitnya kebijakan tentang otonomi daerah (UU No. 22/1999 dan UU No. 25/1999) ditemui beberapa daerah yang mengembangkan wacana dan keinginan untuk menyelenggarakan pelayanan kesehatan mandiri berupa ASKESDA (Asuransi Kesehatan Daerah), sebagai salah satu program PEMDA yang akan menggantikan program ASKES Sosial. Hal ini tentu saja dapat berkembang menjadi ancaman bagi kesinambungan program ASKES Sosial yang berlingkup nasional yang selama ini diselenggarakan oleh PT. ASKES. Perubahan status rumah sakit menjadi Perjan, yang secara otomatis mempengaruhi biaya pemeliharaan kesehatan, dimana tarif pelayanan rumah sakit ditentukan oleh pemerintah daerah bersama DPRD setempat, yang berorientasi terhadap keniampunan rumah sakit untuk membiayai operasi rumah sakit tersebut. Hal ini menimbulkan kecenderungan provider meningkatkan tarif pelayanan kesehatan untuk memperbesar Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Adanya wacana dan keinginan dari beberapa daerah tersebut diatas telah memunculkan inspirasi bagi penulis untuk melihat seberapa jauh dampak ancaman kebijakan Pemerintah Daerah di bidang kesehatan dalam era otonomi daerah terhadap kesinambungan dalam mempertahankan posisi sebagai "market leader" penyelenggara jaminan pemeliharaan

kesehatan serta sebagai "development agent" dalam memberi pelayanan kesehatan yang memadai dan terjangkau bagi masyarakat peserta ASKES Sosial. Selain daripada itu juga akan dilakukan pengkajian dampak otonomi daerah terhadap program ASKES Komersial.

Untuk itu dilakukan analisis terhadap lingkungan bisnis dan dari hasil analisis terhadap lingkungan eksternal makro maupun semi makro khususnya tentang dampak otonomi daerah terhadap PT ASKES menunjukkan bahwa :

Masyarakat yang terjamin oleh asuransi kesehatan hanya 18%, artinya pasar asuransi kesehatan masih sangat. besar. Namun pasar yang besar tersebut justru adalah masyarakat miskin sekitar 20% dari jumlah penduduk.

Sesuai dengan prinsip asuransi kesehatan pengelolaannya mengikuti hukum bilangan besar (law of the large number), sehingga terjadi cross subsidy diantara peserta.

Belum adanya kesiapan Pemerintah Daerah, baik dari segi pembiayaan, administrasi dan fasilitas pelayanan kesehatan.

Tersedianya produk ASKES komersial yang beragam yang dapat memenuhi kebutuhan peserta sesuai dengan macam benefit dan luasnya jangkauan jaringan pelayanan kesehatan.

Memperhatikan hal-hal tersebut, maka PT. ASKES menetapkan strategi pemasaran yang sistematis dan terarah bagi kelompok pasar ASKES Sosial dan pasar ASKES Komersial yang disewaikan dengan target market yang ditetapkan. PT. ASKES. Selain daripada itu dikembangkan pula pemahaman terhadap ancaman yang menghadang sebagai dasar untuk mengembangkan peluang untuk merekrut Pemerintah Daerah sebagai mitra kerja PT. ASKES untuk mengelola jaminan pemeliharaan kesehatan bagi penduduknya terutama masyarakat miskin yang belum mempunyai jaminan asuransi kesehatan. Adanya sinergi tersebut akan berimplikasi pada perluasan market share PT. ASKES, dengan mengoptimalkan kekuatan dan menekan kelemahan-kelemahan perusahaan, sehingga misi dan visi perusahaan dapat terlaksana sesuai dengan yang diharapkan dan memberikan manfaat yang maksimal bagi seluruh stakeholder.