

Perencanaan strategis pusat promosi kesehatan Departemen Kesehatan R.I. tahun 2003-2007

Rahmat Kurniadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73300&lokasi=lokal>

Abstrak

Telah dilakukan penelitian tentang perencanaan strategis Pusat Promosi Kesehatan Departemen Kesehatan R.I. Tahun 2003 - 2007. Ruang lingkup penelitian ini meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal, penyusunan visi dan misi, menetapkan tujuan jangka panjang 2007, menentukan alternatif strategi dan menetapkan strategi terpilih yang sesuai dengan posisi Pusat Promosi Kesehatan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analitik dengan menggunakan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Pengumpulan informasi dilakukan melalui wawancara mendalam, sumber data sekunder dan observasi oleh peneliti sendiri.

Teknik penyusunan strategi dilakukan melalui tiga tahapan. Tahap pertama adalah analisis lingkungan eksternal dan internal Pusat Promosi Kesehatan dengan menggunakan matrik External Factor Evaluation (EFE) dan Internal Factor Evaluation (IFE) serta menyusun visi dan misi Pusat Promosi Kesehatan. Tahap kedua adalah menetapkan tujuan jangka panjang dan menentukan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT dan IE. Tahap ketiga dilakukan penetapan strategi terpilih Pusat Promosi Kesehatan untuk tahun 2003 - 2007 dengan menggunakan matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Cara pengambilan keputusan menggunakan metode Consensus Decision Making Group (CDMG).

Dari hasil penelitian, evaluasi lingkungan eksternal menghasilkan nilai total EFE sebesar 2,84 yang berarti kondisi eksternal organisasi berada di atas rata-rata. Pusat Promosi Kesehatan merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang ada. Nilai evaluasi lingkungan internal menghasilkan nilai total IFE sebesar 2,13 yang berarti secara internal karakteristik kondisi organisasi lemah.

Rumusan visi Pusat Promosi Kesehatan adalah "Pusat Promosi Kesehatan sebagai penggerak dan menjadi rujukan promosi kesehatan tingkat nasional tahun 2007". Untuk mencapai visi tersebut telah disusun misi Pusat Promosi Kesehatan. Kemudian dirumuskan pula tujuan jangka panjang Pusat Promosi Kesehatan yang ingin dicapai tahun 2007 yang meliputi aspek SDM, produk, sarana, promosi kesehatan, kemitraan, kebijakan dan konsep.

Dengan menggunakan QSPM, alternatif strategi yang sesuai bagi Pusat Promosi Kesehatan adalah pertumbuhan intensif yang meliputi strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi tersebut akan digunakan secara bersamaan dalam mencapai visi, misi dan tujuan Pusat Promosi Kesehatan tahun 2003 -- 2007.

Pada penelitian ini dituliskan saran dalam mengimplementasikan strategi tersebut yang meliputi ; perlunya

visi dan misi menjadi semangat dalam bekerja, perlunya perencanaan strategis sebagai arch dan kebijakan Pusat Promosi Kesehatan, perlunya mensosialisasikan Perencanaan Strategis Pusat Promosi Kesehatan kepada para stakeholder dan perlunya menyusun rencana kegiatan tahunan.

Daffar bacaan : 52 (1981 - 2002)

<hr>

Strategic Planning for Center of Health Promotion Department of Health R.I 2003 - 2007 Research for strategic planning for Center of Health Promotion at Department of Health Republic of Indonesia 2003-2007 has been done. The scope of the research consists of external and internal environment analysis, review over vision and mission statement, define long term objectives until 2007, define strategic alternative, and the chosen strategy which is suitable with the position of Center of Health Promotion.

The kind of this research is descriptive analytic research using information as a base information of taking strategic decision. Information collecting was done through furthest interview, secondary data source, and observation done by the researcher himself.

The strategy composition techniques were done through three stages. Stage I includes external and internal environment analysis of Center of Health Promotion, using EFE and IFE matrix and arrange vision and mission statement of Center of Health Promotion. Stage 2 covers defining long term objective and determine strategy alternative by using SWOT and IE matrix. Stage 3 conducts chosen strategy defining for Center of Health Promotion for the year 2003 - 2007 by using QSPM matrix_ While the decision making uses CDMG (Consensus Decision Making Group) method.

As a result, external environment evaluation produced 2.84 of EFE total value which means that Center of Health Promotion has responded the existing opportunities very well as well as avoided the existing threats. Internal environment evaluation produced 2.13 of IFE total value which means that character of organization condition is internally weak.

The formulae of Center of Health Promotion's vision is "Center of Health Promotion as a motivator and reference for health promotion nationally in 2007". In order to achieve the mission, Center of Health Promotion's mission has been arranged. Moreover, the long term objective 2007 has been formulated covering aspects of Human resource, product, medium, health promotion, partnership, wisdom, and concepts.

By using QSPM, the appropriate strategy alternative for Center of Health Promotion is an intensive growth which covers market penetration and product development. The strategy will be collectively used to achieve vision, mission, and objectives of Center of Health Promotion 2003 - 2007.

This research also contains ideas and suggestions to implement the strategy which consist : vision and mission need become spirit of working, strategic planning need as Health Promotion Centre policy and purpose, it needs to socialize Health Promotion Centre Strategic Planning to stakeholder and to set up yearly activity plan.

References: 52 (1981 - 2002)