

Strategi pokok pengembangan Rumah Sakit PT Perkebunan Nusantara II Sumatera Utara

Yulianti Sastrawinata, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78690&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Proses restrukturisasi yang dilakukan oleh BUMN dalam menghadapi globalisasi dan perdagangan bebas membawa dampak bagi rumah sakit BUMN milik PTP Nusantara II yang mempunyai 4 rumah sakit di Sumatera Utara. Dampak tersebut adalah adanya kebijaksanaan Direksi PTP Nusantara II yang tadinya merupakan cost center bagi perusahaan dapat menjadi rumah sakit mandiri yang bersifat revenue center.

Untuk membuat perencanaan strategi rumah sakit dilakukan penelitian kualitatif terhadap keempat rumah sakit dengan melakukan analisis SWOT serta penilaian posisi dan penetapan strategi melalui pendekatan tehnik matrik LMUI.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa keempat rumah sakit berada pada posisi kuadran II stabilisasi. Posisi ini menunjukkan bahwa ternyata rumah sakit untuk pertumbuhannya mempunyai peluang yang sangat besar akan tetapi kelemahannya sangat banyak dibandingkan dengan kekuatannya.

Sasarannya adalah meningkatkan hasil usaha dengan memperluas cakupan pelayanan dan melakukan efisiensi, serta penampilan organisasi dan manajemen rumah sakit yang telah memenuhi standar akreditasi pada tahun 2000. Sasaran khusus untuk masing-masing rumah sakit adalah menjadi rumah sakit mandiri pada tahun 2002 untuk Rumah Sakit Tembakau Deli sebagai rumah sakit rujukan ; tahun 2003 untuk Rumah Sakit GL tobing sebagai rumah sakit dengan pelayanan unggulan atau rumah sakit khusus ; sebagai rumah sakit dengan pelayanan kesehatan paripurna pada kedua rumah sakit lainnya yaitu tahun 2004 untuk Rumah Sakit Bangkatan dan tahun 2005 untuk Rumah Sakit Zubir Harahap.

Strategi pokok pengembangan rumah sakit adalah strategi stabilisasi dan strategi ekspansi. Strategi stabilisasi bertujuan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada di dalam rumah sakit yaitu adanya otonomi dalam bidang keuangan, logistik dan personalia, menyesuaikan struktur organisasi, meningkatkan manajemen keuangan, melaksanakan manajemen sumber daya manusia, manajemen mutu dan manajemen pemasaran. Strategi ekspansi bertujuan merebut peluang pasar yang ada untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas cakupan pelayanan melalui pengembangan pasar dan pengembangan jenis pelayanan kesehatan yang tentunya harus disertai dengan melengkapi sarana dan fasilitas rumah sakit. Penerapan strategi tersebut berbeda-beda sesuai dengan kondisi masing-masing rumah sakit. Strategi pemasaran yang dilakukan untuk masing-masing rumah sakit adalah strategi diferensiasi untuk Rumah Sakit Tembakau Deli, strategi fokus untuk Rumah Sakit GL Tobing serta strategi kepemimpinan biaya untuk Rumah Sakit Bangkatan dan Rumah Sakit Zubir Harahap.

Daftar Pustaka : 30 (1984-1997)

ABSTRACT

Main Development Strategy For PTP Nusantara II Hospital In North Sumatera, Indonesia
The restructurisation operation undergone by state-owned companies in anticipating the globalization era and free-trade brings considerable impact to the four hospitals owned by state-owned, PTP Nusantara II in North Sumatera. This is reflected in the management direction to turn the hospitals from being cost-centers into revenue-centers, independent hospitals.

In planning the hospital strategy, a qualitative research was performed against the four hospitals using SWOT analysis and LMUI matrix approach. LMUI matrix is a technique used to evaluate position and to decide on strategy. The four hospitals were found to be at the stabilization phase, which is shown by being at the 2nd quadrant of the LMUI matrix.

Specific target for each hospital towards independent hospital are Tembakau Deli Hospital to be reference hospital by 2002, GL Tobing Hospital to be distinguished hospital or hospital with specific service by 2003, while both Bangkatan Hospital and Zubir Harahap Hospital are to become comprehensive hospital by 2003 and by 2005 respectively.

The main strategies for the hospitals are stabilization and expansion strategies. The stabilization strategy is aimed at overcoming the hospital's disadvantageous by awarding autonomy for financial, logistics and personnel-related system, by performing cost-efficient operations and improving the organization and management performance as well as optimizing the organizational structure, improving the Financial management, accomplishing Human Resource management, Quality management and Marketing management. Expansion strategy objectives are to increase their revenue by seizing market opportunity through service diversification, through market development and product development, coupled by efforts to equip the hospitals with essential facilities and infrastructures.

The strategy implementation would have to be customized according to each hospital's conditions. Their marketing strategies are differentiation strategy for Tembakau Deli Hospital, focus strategy for GL Tobing Hospital, and cost-leadership strategy for both Bangkatan Hospital and Zubir Harahap Hospital.

Bibliography : 30 (1984-1997)