

PERENCANAAN STRATEGIS, PENGEMBANGAN BISNIS & PEMASARAN PELAYANAN KESAHATAN

BANDI

IMPLEMENTASI STRATEGI BERSAING, PEMASARAN PELAYANAN KESEHATAN

Sesi 3

TUJUAN

- Menjelaskan manfaat belajar strategi
- Menjelaskan manfaat belajar ekonomika
- Analisis kekuatan persaingan
- Menjelaskan strategi & Keunggulan bersaing
- Analisis SWOT dan Strategi dalam manajemen strategi

MENGAPA MEMPELAJARI STRATEGI: Definisi dan Alasan

- Strategi berkaitan dengan keputusan “besar”
 - yang dihadapi organisasi dalam melakukan bisnis,
 - berkaitan dengan perilaku yang konsisten, dan
 - seharusnya mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan
- Strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan organisasi,
 - sehingga inilah yang menjadi alasan mengapa mempelajari strategi menjadi amat bermanfaat dan menjanjikan

MENGAPA MEMPELAJARI STRATEGI: Manfaat Manajemen Stratejik

- Meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mencegah masalah
- Dapat ditarik dari berbagai alternatif yang terbaik
- Dilibatkannya karyawan dalam formulasi strategi pada akhirnya dapat meningkatkan motivasi mereka
- Penolakan atas perubahan dapat dikurangi

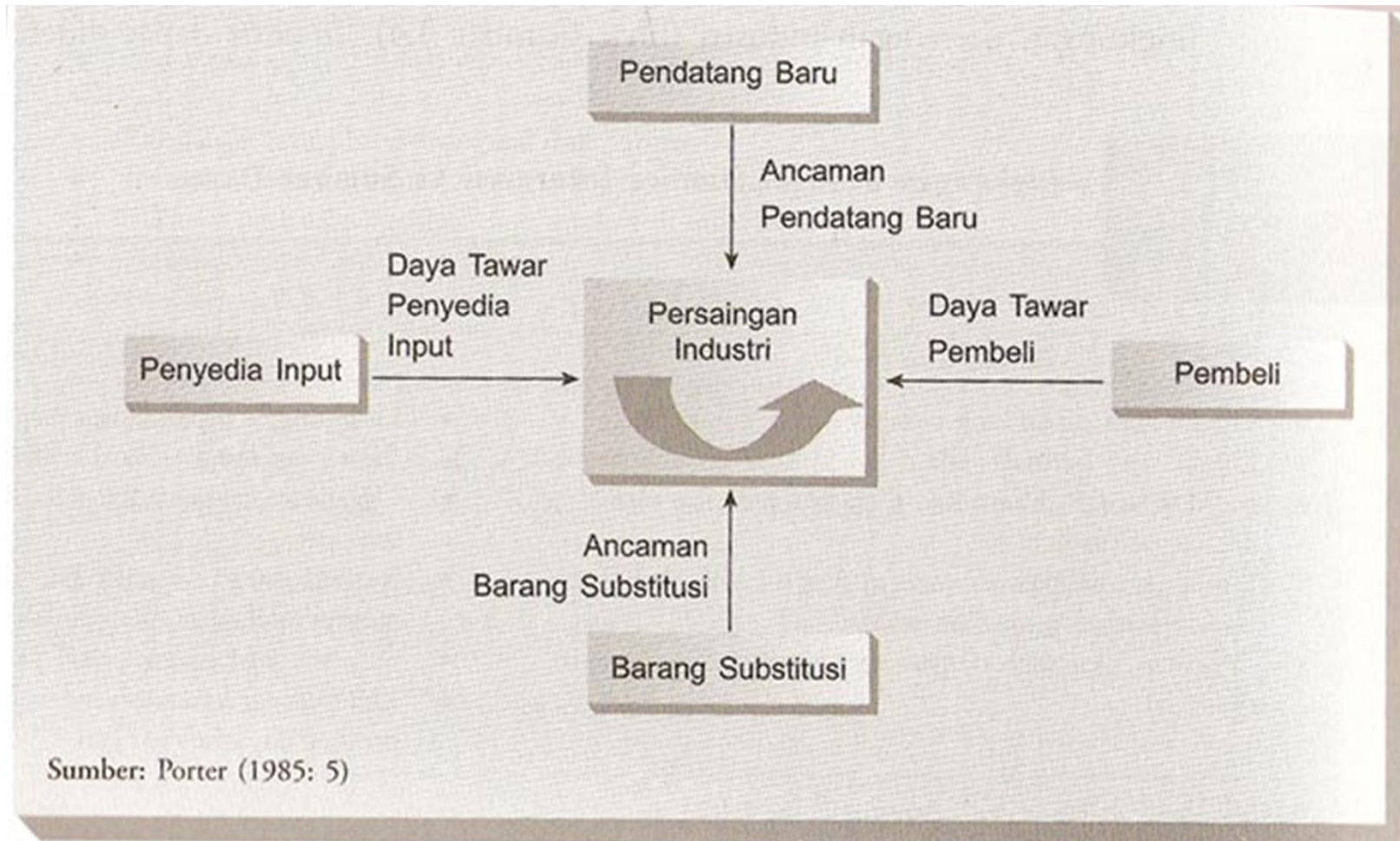
MENGAPA MEMPELAJARI EKONOMIKA: Manfaat dan Model Ekonomika

- Dalam menganalisis pengambilan keputusan, baik yang dilakukan perorangan maupun organisasional,
 - analisis ekonomika dapat digunakan untuk mengetahui elemen kunci dari proses yang dijalaninya
- Hal-hal yang harus diidentifikasi oleh model ekonomika, yaitu:
 - pembuat keputusan,
 - tujuan,
 - pilihan, serta
 - hubungan antara pilihan dan hasil

ANALISIS STRUKTUR KEKUATAN PERSAINGAN: *Five Forces Model (Porter, 1985)*

- Persaingan antar pesaing dalam industri yang sama
- Ancaman untuk memasuki pasar bagi pendatang baru
- Ancaman barang substitusi
- Daya tawar pembeli
- Daya tawar penjual

FIVE FORCES MODEL



TEORI STRATEGI GENERIK & KEUNGGULAN BERSAING

Menurut Michael P. Porter (1997) :

1. Persaingan merupakan inti keberhasilan & kegagalan.

- Hal ini berarti kegagalan & keberhasilan bergantung pd keberanian perush utk dpt bersaing.
- Strategi bersaing dimaksudkan utk mempertahankan tingkat keuntungan & posisi yg langgeng ketika menghadapi persaingan.

TEORI STRATEGI GENERIK & KEUNGGULAN BERSAING

- 2.** Keunggulan bersaing berkembang dr nilai yg mampu diciptakan oleh perush bg langganan/ pembeli.
- Keunggulan ini menggambarkan cara perusahaan memilih & mengimplementasikan strategi generik (biaya rendah, diferensiasi & fokus)
 - utk mencapai & mempertahankan keunggulan bersaing.
- Keunggulan bersaing menggambarkan cara memilih & mengimplementasikan strategi generik.*
- Strategi generik adl strategi perusahaan yang menekankan pd biaya rendah, diferensiasi & fokus.*

TEORI STRATEGI GENERIK & KEUNGGULAN BERSAING

- 3.** Ada 2 jenis dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah & diferensiasi.
- Semua keunggulan bersaing ini berasal dari struktur industri.
 - Perush yg berhasil dg strategi biaya rendah memiliki kemampuan dlm mendesain produk & pasar yg lebih efisien dibandingkan pesaing.
- *Diferensiasi adl kemampuan utk menghasilkan barang & jasa unit serta memiliki nilai lebih bg pembeli dlm bentuk kualitas produk, sifat-2 khusus & pelayanan lainnya.*

TEORI STRATEGI GENERIK & KEUNGGULAN BERSAING

4. Kedua jenis dasar keunggulan bersaing diatas menghasilkan 3 strategi generik (Porter, 1997), yaitu :

a. Biaya Rendah

Strategi ini mengandalkan keunggulan biaya yg relatif rendah dlm menghasilkan brg & jasa. Keunggulan biaya berasal dari :

- *Pengerjaan berskala ekonomis*
- *Teknologi milik sendiri*
- *Akses preferensi ke bahan baku*

TEORI STRATEGI GENERIK & KEUNGGULAN BERSAING

b. Diferensiasi

Strategi ini berasal dari kemampuan perush utk menghasikan brg & jasa yg unik dlm industrinya & dlm semua dimensi umum yg dpt dihargai oleh konsumen. Diferensiasi dpt dilakukan dlm bbrp bentuk, a.l :

- Diferensiasi produk
- Diferensiasi sistem penyerahan / penyampaian produk
- Diferensiasi dlm pendekatan pemasaran
- Diferensiasi dlm peralatan & konstruksi
- Diferensiasi dlm citra produk

TEORI STRATEGI GENERIK & KEUNGGULAN BERSAING

c. Fokus

Strategi fokus berusaha mencari keunggulan dlm segmen sasaran psr ttt meskipun tdk memiliki keunggulan bersaing scr keunggulan. Terdpt 2 fokus :

- Fokus biaya

Dilakukan dgn mengusahakan keunggulan biaya dlm segmen sasaraannya.

- Fokus diferensiasi

dilakukan dengan mengusahakan diferensiasi dlm segmen sasaraannya, ya/ pembeli dg pelayanan paling baik & berbeda dg yg lainnya.

SWOT

- SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats)
- Digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan
- Analisis SWOT:
matriks SWOT (4 alternatif strategi) → *positioning* → dinilai menggunakan hasil identifikasi SWOT → pemberian skor untuk setiap aspek internal maupun eksternal → skor total → grafik *positioning*

TABEL

4.3

Matriks Analisis SWOT

	<i>STRENGTH (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki.	<i>WEAKNESS (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki.
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.
<i>THREATS (T)</i> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber: Kuncoro & Suharjono (2003: Bab 9)

SWOT: Keterbatasan

- Kekuatan tidak selalu menjadi suatu keunggulan
- Analisis SWOT terhadap lingkungan eksternal terlalu sempit
- SWOT memberikan analisis pada keadaan statis dan tidak dinamis
- SWOT terlalu menekankan pada strategi satu dimensi

Sumber:

- Mudrajad Kuncoro. 2014. STRATEGI Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Penerbit Erlangga. Diunduh Juni 2014 di fe-manajemen.unila.ac.id/
- Kompetensi Inti Kewirausahaan. 2014. elearning.upnjatim.ac.id/courses/.../KOMPETENSI_INTI.ppt. Didownload Juni 2014