

STUDI KELAYAKAN BISNIS PELAYANAN KESEHATAN ZAHRA HOME CARE DI KATAPANG KABUPATEN BANDUNG

Ali Kurnia Abdul Fatah¹, Lilis Karnita Soleha²

alikhurniaaf@gmail.com¹, liliskarnita@digitechuniversity.ac.id²

Universitas Teknologi Digital

ABSTRAK

Kesehatan merupakan kebutuhan paling penting bagi manusia, sulitnya akses untuk berobat ke pelayanan Kesehatan dengan beberapa factor penyebab nya, Home Care merupakan pelayanan Kesehatan berfokus pada keperawatan yang bisa di laksanakan dimanapun. Adanya Home Care sangat membantu pelayanan Kesehatan untuk pasien lebih mudah dan efisien. Studi ini bertujuan untuk melakukan studi kelayakan bisnis dan mengkaji beberapa hal pada salah satu bisnis pelayanan Kesehatan yang bernama Zahra Home Care. Mengkaji beberapa peluang-peluang untuk berkembangnya Perusahaan. Banyaknya klien dengan kasus-kasus yang tidak memungkinkan untuk dilakukannya perawatan secara kontinyu di rumah sakit karena keterbatasan ruangan untuk menampung klien, karna itu membuat usaha Zahra Home Care layak untuk menjalankan pelayanan Kesehatan di rumah. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan segala peluang dan terutama dalam hal manajemen pelayanan kesehatan menunjukkan bahwa Zahra Home care layak untuk berkembang dan lebih maju.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Home care, Pelayanan Kesehatan.

PENDAHULUAN

Keperawatan memegang peranan penting dalam sebuah sistem kesehatan. Pelayanan kesehatan di rumah yang selanjutnya dikenal dengan istilah Home Care telah menjadi salah satu fokus dalam pelayanan keperawatan saat ini. Home Care merupakan perwujudan keperawatan komunitas yang unik yang bisa dilaksanakan dimanapun. Home Care bukan hanya pelayanan di rumah tapi dapat luas diterapkan di sekolah, tempat kerja dan seting komunitas lainnya. Bentuk unik dari pelayanan keperawatan ini juga berfokus terhadap perawatan akut dan kronis yang dapat diterapkan pada segala usia. Homecare dapat berkembang secara luas cakupan layanannya, dimulai dari pemenuhan kebutuhan dasar sampai ketinggian layanan perawatan penyakit yang lebih kompleks dengan pemberian layanan tenaga ahli seperti spesialis.

Home Care juga menganut pemahaman integrasi layanan kesehatan komunitas dalam upaya promosi kesehatan dengan memperhatikan faktor – faktor lingkungan, psikososial, ekonomi, budaya dan kemampuan personal yang berdampak pada status kesehatan individu dan keluarga. Perkiraan permintaan akan layanan kesehatan Home Care telah mulai terlihat dalam sistem kesehatan di Indonesia. Permintaan akan layanan Home Care di ekspektasikan akan bertambah secara dramatis seiring dengan perkembangan waktu, zaman dan struktur sosial. Hal ini dikarenakan perkembangan populasi dan perkiraan jumlah lansia akan meningkat seiring dengan meningkatnya usia harapan hidup. Belum lagi perubahan pola penyakit kearah penyakit tidak menular yang akan berujung pada kondisi kronis.

Peningkatan kondisi ke arah penyakit kronis dan peningkatan populasi lansia tersebut sistem kesehatan dituntut untuk meningkatkan pola pelayanan ke arah yang lebih mudah untuk diakses dengan kualitas yang tetap tinggi. Penyediaan layanan Home Care dari suatu institusi layanan kesehatan dianggap sebagai bentuk peningkatan kualitas layanan dari suatu sistem layanan kesehatan itu sendiri yang mampu menjawab permintaan kebutuhan masyarakat tersebut.

Selain itu perkembangan lansia dan munculnya penyakit kronik akan semakin berdampak terhadap kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan kesehatan secara mandiri sehingga membutuhkan pertolongan atau bantuan tenaga kesehatan profesional secara spesifik. Kondisi sakit dan ketidakmampuan memenuhi kebutuhan secara mandiri akan mengakibatkan perubahan sistem keluarga dan komunitas. Keluarga dan komunitas lebih luas akan terlibat dalam upaya pemenuhan kebutuhan tersebut. Namun, keterlibatan keluarga dalam memenuhi kebutuhan tersebut memiliki keterbatasan. Ketidakmampuan keluarga dalam memberikan perawatan penyakit terhadap anggota keluarga yang memiliki masalah kesehatan dikarenakan berbagai alasan seperti tidak memiliki keterampilan prosedur perawatan penyakit, keengganan karena kesibukan atau bahkan karena keinginan untuk memberikan layanan yang baik bagi anggota keluarga sehingga menggugah anggota keluarga memerlukan tenaga kerja kesehatan profesional khususnya tenaga keperawatan yang berpengalaman.

Home care juga merupakan sarana untuk mengoptimalkan tenaga kerja keperawatan yang ada. Seiring dengan banyaknya beredar lulusan keperawatan disegala tingkat. Home care merupakan salah satu cara untuk memanfaatkan secara maksimal Sumber Daya Manusia yang tersedia tersebut. muncul dari dalam diri tenaga keperawatan sebagai bentuk panggilan pengabdian terhadap pemberian layanan semaksimal mungkin. Homecare juga akan memberikan potensial peningkatan perekonomian, peningkatan regulasi organisasi profesi dan peningkatan kompetensi keterampilan tenaga keperawatan secara umum.

Oleh karena itu penting bagi institusi pelayanan kesehatan memberikan upaya kemudahan dalam akses layanan kesehatan kepada masyarakat yang memiliki keterbatasan pemenuhan kebutuhan kesehatannya. Home care merupakan layanan yang bernilai manfaat praktis dan ekonomis. Dibutuhkan tata kelola yang baik dalam pengelolaan Home Care sehingga mampu menjadi tatanan pelayanan kesehatan yang layak laksana dan berdampak luas bagimasyarakat

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian Studi Kelayakan Bisnis (SKB) dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Pelayanan Kesehatan Zahra Home Care di Katapang Kabupaten Bandung”.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Decoupling

Menurut Irfan (2021), Decoupling mewakili penciptaan kesenjangan. Di bidang keuangan, decoupling terjadi ketika kelas aset atau pasar yang berbeda yang biasanya menunjukkan korelasi positif mulai bergerak ke arah yang berlawanan. Dalam studi organisasi, decoupling terjadi ketika ada kesenjangan antara kebijakan formal dan praktik aktual dalam sebuah organisasi. Eco-economic decoupling mempertimbangkan dampak lingkungan dari pertumbuhan ekonomi. Ini mengacu pada pertumbuhan ekonomi tanpa mengarah pada tekanan lingkungan yang lebih besar.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Rangkuti, 2006) dalam Astuti & Ratnawati (2020). Analisis ini didasari pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki dampak yang sangat besar dari rancangan suatu strategi yang

berhasil dan analisis lingkungan bisnis yang memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berada di dalam perusahaan (Astuti & Ratnawati, 2020).

Menurut M Budi Djatmiko (2012:89), matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai factor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

- 1) S = strength, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program saat ini.
- 2) W = weakness, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini.
- 3) O = opportunity, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan.
- 4) T = threat, adalah situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi di masa depan.

3. Analisis SWOT Perusahaan Zahra Home care

Analisis SWOT yang dilakukan pada perusahaan Zahra Home Care menyangkut beberapa aspek pada perusahaan yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Aspek-aspek tersebut yaitu manajemen bisnis, pemasaran, manajemen operasional, sumber daya manusia, keuangan, yuridis, dan lingkungan perusahaan.

PEMBAHASAN

Peluang Pasar

Tidak adanya instansi pelayanan kesehatan berupa home care di daerah desa banyusari kecamatan katapang, diharapkan dengan pendirian Zahra Home Care ini akan menjadi prospek usaha yang cemerlang dan mampu berkembang diranah instansi kesehatan. Apalagi Zahra Home Care ini akan menjadi home care pertama di wilayah kabupaten Bandung selatan tepatnya di desa banyusari kecamatan bandung. Selain itu pengobatan dan perawatan ke rumah sakit akan membutuhkan biaya yang cukup besar karena biaya-biaya lain diluar biaya perawatan (biaya menginap, biaya transportasi, dll), serta akan menyita waktu yang tidak sedikit bagi keluarga yang menunggunya.

Terkadang rumah sakit tidak mampu menampung pasien yang harus dirawat inap (opname) karena jumlah bangsalnya yang terisi penuh. Terlepas dari hal itu tindakan perawatan yang dilakukan dirumah sakit menjadi suatu trauma psikologi tersendiri bagi klien. Suasana rumah sakit yang tidak kondusif untuk pengobatan dan perawatan juga akan mengganggu proses penyembuhan klien. Berbeda dengan perawatan yang dilakukan dirumah klien.

Pelayanan kesehatan dirumah merupakan program yang sudah ada dan perlu dikembangkan, karena telah menjadi kebutuhan masyarakat. Salah satu bentuk pelayanan kesehatan yang sesuai dan memasyarakat serta menyentuh kebutuhan masyarakat, yakni melalui pelayanan keperawatan kesehatan dirumah atau home care. Berbagai faktor yang mendorong perkembangannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yaitu melalui berbagai pelayanan keperawatan, kesehatan dirumah.

Segmentasi Pasar

Zahra Home Care yang bertempat di wilayah desa banyusari kab.bandung menjadikan pasien-pasien yang di rawat dirumah sakit, RSUD Soreang, dan RSUD Unggul

Karsa Medaika dan RS Santosa Kopo daerah pemasaran secara khusus, serta seluruh masyarakat di wilayah kabupaten banfung selatan pada umumnya.

Sasaran Pasar

Sasaran yang dipilih Zahra Home Care dalam menawarkan jasa diantaranya:

- Klien yang jauh dari pos pelayanan kesehatan
- Klien dengan kasus penyakit terminal yang memerlukan pendampingan (missal pasca stroke, sakit kronis, dll) dimana sudah tidak memerlukan tindakan medis yang rumit
- Klien dengan indikasi perawatan luka (post op, luka ulkus, dekubitus, dll)
- Klien dengan bayi baru lahir
- Klien dengan kebutuhan terapi khusus.

Persaingan Dan Strategi Bersaing

Zahra Home care sendiri akan menjadi pelopor dan yang pertama di wilayah desa banyusari kecamatan katapang kabupaten bandung. Oleh karena itu, Zahra Home Care tidak mengalami permasalahan dalam hal bersaing dengan home care lain. Namun, dengan adanya rumah sakit, rumah bersalin maupun klinik akan menjadi pesaing tersendiri karena masyarakat belum mengenal istilah maupun kinerja dari sebuah home care. Masyarakat masih beranggapan bahwa prosedur pengobatan dan perawatan sepenuhnya dilakukan dari, oleh, dan di rumah sakit. Untuk itu Zahra Home Care berusaha untuk mempromosikan pelayanannya melalui sosial media dan menjalin kerja sama dengan berbagai instansi kesehatan dari tingkat rumah sakit umum hingga puskesmas-puskesmas.

Dalam hal biaya untuk satu kali perawatan, tarif yang dikeluarkan oleh home care cenderung sedikit lebih mahal dengan biaya perawatan ketika di rumah sakit maupun klinik kesehatan. Hal ini terjadi karena tim medis home care harus mendatangi lokasi klien yang menyebabkan waktu, tenaga, dan biaya yang relatif tidak sedikit. Agar pelanggan loyal terhadap suatu institusi home care, maka Zahra Home Care senantiasa mengutamakan pelayanan sebagai berikut:

- Kemudahan, meliputi kemudahan untuk dihubungi, mendapatkan informasi dan kemudahan untuk membuat janji.
- Selalu tepat janji, sangat penting untuk membina hubungan saling percaya antara masyarakat dengan institusi home care swasta.
- Sesuai standar yang ditetapkan, hal ini merupakan ciri profesional, baik dalam melaksanakan tindakan kualitas tenaga ahli maupun manajemen perusahaan.
- Responsif, bersifat responsif terhadap keluhan, kebutuhan, dan harapan klien.
- Relasi, mengembangkan hubungan kerjasama untuk memperbaiki kualitas layanan.

KESIMPULAN

Usaha pelayanan kesehatan berupa home care masih sangat sedikit dan belum berkembang banyak di Indonesia maupun di wilayah desa banyusari pada khususnya. Banyak rumah sakit yang masih belum menyediakan pelayanan home care bagi para pasiennya. Di wilayah desa banyusari kecamatan katapang sendiri bahkan semua rumah sakitnya belum menyediakan pelayanan home care. Hal ini menjadi peluang yang besar karena Zahra Home Care bekerja sama dengan rumah sakit. Selain itu akan menjadi peluang kerja yang bagus bagi profesi keperawatan karena tidak bergantung pada instansi kesehatan yang sudah ada.

Dengan promo yang luas dan layanan yang memuaskan serta menjalin kerjasama dengan banyak rumah sakit, bukan tidak mungkin Zahra Home Care akan berkembang menjadi proyek besar dan bahkan membuka cabang di kota-kota lain. Banyaknya klien

dengan kasus-kasus terminal yang tidak memungkinkan untuk dilakukannya perawatan secara kontinyu di rumah sakit karena keterbatasan ruangan untuk menampung klien membuat usaha Zahra Home Care layak untuk didirikan, terutama di wilayah kabupaten bandung selatan.

REFERENSI

- Astuti, Anissa Mayang Indri, Shinta Ratnawati. 2020. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 17 No. 2 2020. Magelang: Universitas Tidar.
- Danuri, Muhamad. 2019. Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *INFOKAM*, Vol. 17 No. 2 September 2019. Semarang: AMIK Jakarta Teknologi Cipta Semarang.
- Djatiniko, M. Budi. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: Thabi' Press.
- Fuady, Ahmad Helmi. 2018. Teknologi Digital Dan Ketimpangan Ekonomi Di Indonesia. *Majalah Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia*, Vol. 4 No. 1 Juni 2018. ISSN: 0125-9989. Jakarta: Pusat Penelitian Sumber Daya Regional-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Handoko, T. Hani. 2019. *Manajemen personalia dan sumberdaya manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- Husnan, Suad & Muhammad, Suwarsono. 2008. *Studi Kelayakan Proyek*. Edisi 4. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Irfan. (2021, Juli 27). Apa itu Decoupling. Diakses pada 06 Februari 2022 melalui <https://www.akademimasirfan.com/strategi-politik-pilpres-how-to-strat-business-decoupling/>
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kasmir. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Grup.
- Mutia Annur, Cindy. (2021, Mei 05). Lewat Marketplace, 77% UMKM Terbantu Pasarkan Produk saat Pandemi Covid-19. Diakses pada 06 Februari 2022 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/lewat-marketplace-77-umkm-terbantu-pasarkan-produk-saat-pandemi-covid-19>
- Mutia Annur, Cindy. (2021, Mei 05). Lewat Marketplace, 77% UMKM Terbantu Pasarkan Produk saat Pandemi Covid-19. Diakses pada 06 Februari 2022 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/lewat-marketplace-77-umkm-terbantu-pasarkan-produk-saat-pandemi-covid-19>
- Respati, Sheila. (2021, Mei 04). Survei KIC: Selama Pandemi, Shopee Sumbang Omzet Terbesar untuk UMKM. Diakses pada 06 Februari 2022 melalui
- S, Sarinah, Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zethaml, Valarie, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2013. *Service Marketing*. McGraw-Hill International Edition.