

---

## STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN KLINIK UTAMA MATA MITRA MEDIKA BANDUNG

Oleh

Fransiskus Dicky Septiawan<sup>1</sup>, Bayu Wahyudi<sup>2</sup>, Kahar Mulyani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Bandung

Email: <sup>1</sup>[boomitsfranz@gmail.com](mailto:boomitsfranz@gmail.com), <sup>2</sup>[drbayuwahyudi@yahoo.com](mailto:drbayuwahyudi@yahoo.com), <sup>3</sup>[kahar@ars.ac.id](mailto:kahar@ars.ac.id)

---

### Article History:

Received: 15-05-2025

Revised: 08-06-2025

Accepted: 18-06-2025

### Keywords:

Feasibility Study, Eye Clinic, Marketing, Human Resources, Regulation, Finance, Environmental Impact

**Abstract:** *The increasing demand for eye healthcare services in Bandung presents a strategic opportunity for the development of more comprehensive healthcare facilities. This study aims to evaluate the feasibility of establishing the Mitra Medika Eye Clinic in Bandung by analyzing the marketing, human resources, legal, financial, and environmental impact aspects. This research employs a business feasibility study method utilizing qualitative approach. The findings indicate that, from a marketing perspective, there is significant market potential driven by the rising public awareness of eye health. In terms of human resource, the limited availability of ophthalmology specialists poses a challenge, however, this can be addressed through effective recruitment strategies and ongoing professional development programs. From a legal perspective, the establishment of the clinic must comply with strict licensing requirements and healthcare service standards. Financial analysis indicates promising profitability, contingent on effective cost management. From an environmental perspective, mitigating ecological impacts, particularly in medical waste management and resource efficiency, are crucial for ensuring the clinic's sustainable operations. Based on these findings, the development of the Mitra Medika Eye Clinic in Bandung is deemed feasible, provided that a comprehensive strategic plan is implemented to ensure its competitiveness and long-term sustainability in the healthcare sector*

---

## PENDAHULUAN

Peningkatan kebutuhan layanan kesehatan mata di Kota Bandung, Jawa Barat, mencerminkan gejala meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan mata. Belakangan ini, prevalensi gangguan penglihatan terus meningkat, sementara jumlah fasilitas kesehatan khusus mata masih terbatas. Fenomena ini tidak hanya menunjukkan

kesenjangan dalam penyediaan layanan kesehatan mata, tetapi juga mencerminkan tantangan yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat secara menyeluruh.

Menurut Hidayaturahmah et al. (2021), gangguan penglihatan merupakan salah satu masalah kesehatan utama yang memengaruhi kualitas hidup individu. Di Indonesia, termasuk di Kota Bandung, tren serupa juga terlihat. Penelitian yang dilakukan oleh Virgo (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar kasus gangguan penglihatan disebabkan oleh faktor-faktor seperti katarak, glaukoma, dan refraksi yang tidak terkoreksi. Sayangnya, banyak masyarakat yang tidak memiliki akses memadai ke layanan kesehatan mata, baik karena keterbatasan fasilitas maupun biaya.

Menurut *World Health Organization* (WHO) diperkirakan saat ini terdapat 180 juta orang mengalami gangguan penglihatan dan 40-45 juta diantaranya mengalami kebutaan serta satu diantaranya berada di Asia Tenggara. Di Indonesia, kebutaan dan gangguan penglihatan memiliki prevalensi nomor 2 tertinggi di dunia setelah Ethiopia. Indonesia terdiri dari 34 provinsi, dengan pulau Jawa memiliki penduduk terbanyak yaitu 57% dari total penduduk Indonesia dan penduduk Jawa Barat sebanyak 20% dari total penduduk Indonesia. Pada tahun 2014 telah dilakukan survey dengan metode RAAB (*Rapid Assessment of Avoidable Blindness*) di Jawa Barat untuk penduduk berusia 50 tahun atau lebih, dan didapatkan angka kebutaan sebesar 2.8%, dengan penyebab utama kebutaan adalah katarak sebesar 77,7%. Data penduduk berusia 50 tahun dan lebih di Jawa Barat sebesar 15.1% dari total penduduk Jawa Barat 47.379.389 orang. Data *Cataract Surgical Coverage* (perbandingan antara jumlah operasi katarak dengan jumlah penderita katarak yang membutuhkan operasi) di Jawa Barat adalah 42%, sehingga masih kurang 58% jumlah penderita katarak yang membutuhkan operasi. Hal ini terjadi karena tidak semua penduduk yang menderita katarak terdata dengan baik. Kementerian Kesehatan RI, 2014)

Di Provinsi Jawa Barat hanya memiliki 1 rumah sakit pemerintah khusus mata yang menjadi rujukan nasional dengan 33 spesialis mata. Rumah sakit swasta khusus mata pada tingkat pelayanan tersier sebanyak 3 rumah sakit dengan 16 spesialis mata. Pada tingkat layanan sekunder terdapat 33 rumah sakit pemerintah dan 99 rumah sakit swasta yang memiliki layanan kesehatan mata. Pelayanan tingkat sekunder memiliki 67 spesialis mata di rumah sakit pemerintah dan 57 spesialis mata di rumah sakit swasta. Layanan kesehatan primer yang telah memiliki program kesehatan mata sebanyak 1330 dengan perawat kesehatan mata sebanyak 1065. Pada level masyarakat terdapat posyandu, posbindu atau layanan sejenis yang mempunyai program kesehatan mata sebanyak 480 dan memiliki kader yang terlatih kesehatan mata sebanyak 480.

Klinik Pratama Mitra Medika Bandung merupakan klinik pratama swasta yang terletak di Jalan Pinguin Raya No. 2A, Kelurahan Garuda, Kecamatan Andir, Kota Bandung. Saat ini pelayanan yang terdapat di Klinik Pratama Mitra Medika Bandung yaitu meliputi pemeriksaan dokter, pemeriksaan bidan, pemeriksaan dokter gigi, dan rujukan. Dengan adanya Klinik Pratama Mitra Medika Bandung, dapat membantu untuk mengurangi kasus penumpukkan penyakit katarak yang tidak tertangani tersebut dengan layanan rujukan. Namun seiring dengan bertambahnya waktu, Klinik Pratama Mitra Medika Bandung ingin meningkatkan kualitas layanan dengan menghadirkan dokter spesialis mata. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengembangan layanan jasa mata di Klinik Pratama Mitra Medika Bandung.

## LANDASAN TEORI

Teori pemasaran strategis menurut Kotler menggarisbawahi pentingnya penyusunan strategi yang fokus pada pemahaman pasar dan perilaku konsumen secara mendalam. Dalam dunia yang terus berkembang dan penuh persaingan, pemasaran strategis membantu perusahaan atau layanan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan-perubahan tersebut, sambil tetap mempertahankan daya saing. Untuk klinik mata, pemahaman tentang pasar ini sangat penting agar bisa merumuskan strategi yang tidak hanya relevan tetapi juga bisa membangun hubungan yang kuat dengan pasien. Klinik mata yang mampu merespon perubahan kebutuhan konsumen, baik itu dari segi layanan ataupun pelayanan, dapat menempatkan diri mereka sebagai penyedia layanan kesehatan mata yang unggul dan dipercaya di kalangan pasien.

Diferensiasi menjadi aspek penting dalam pemasaran strategis yang perlu diperhatikan oleh klinik mata. Mengingat banyaknya penyedia layanan kesehatan mata, penting bagi klinik untuk menonjolkan keunggulan yang membedakan mereka dari pesaing. Keunggulan ini bisa berkaitan dengan kualitas layanan, teknologi yang digunakan, ataupun kredibilitas tenaga medis yang dimiliki. Diferensiasi yang jelas memungkinkan klinik untuk tidak hanya bersaing dalam harga, tetapi juga dalam hal kualitas yang memberikan nilai lebih bagi pasien. Dalam hal ini, strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan karakteristik dan keunikan layanan yang ditawarkan, sehingga dapat mengkomunikasikan nilai tambah tersebut dengan baik kepada calon pasien.

Pemasaran strategis juga sangat bergantung pada pendekatan yang berkelanjutan dalam membangun hubungan dengan konsumen (Nugroho & Fadhilah, 2023). Klinik mata perlu menyadari bahwa pelayanan medis seringkali bersifat jangka panjang, dan pasien yang puas tidak hanya akan kembali, tetapi juga akan merekomendasikan klinik tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi klinik mata untuk fokus pada pengalaman pasien, mulai dari tahap pendaftaran hingga pasca pelayanan. Pengalaman positif yang dirasakan pasien akan membentuk persepsi yang baik, yang berpotensi menciptakan loyalitas. Pemasaran relasional, dalam hal ini, lebih mengutamakan hubungan yang panjang dan berkesinambungan dengan pasien daripada sekadar transaksi jual beli.

Segmentasi pasar adalah proses mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki karakteristik dan kebutuhan serupa dalam pasar yang lebih besar (F. D. Putra & Hajar, 2023). Dalam konteks klinik mata, segmentasi ini menjadi sangat penting untuk menentukan segmen pasar mana yang menjadi fokus utama, serta untuk menyesuaikan penawaran layanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Segmentasi dapat dilakukan berdasarkan berbagai faktor demografis, seperti usia, pendapatan, status sosial, dan riwayat kesehatan mata. Misalnya, pasien dengan masalah penglihatan yang berhubungan dengan usia, seperti presbiopia, akan memiliki kebutuhan yang berbeda dibandingkan dengan pasien muda yang membutuhkan perawatan preventif atau korektif, seperti LASIK.

Segmentasi pasar yang tepat memungkinkan klinik mata untuk merancang layanan yang lebih personal dan lebih sesuai dengan kebutuhan masing-masing kelompok. Untuk segmen usia lebih tua, misalnya, klinik mungkin ingin menawarkan layanan yang lebih mendalam, seperti pemeriksaan mata rutin atau pencegahan penyakit mata terkait usia. Di sisi lain, untuk pasien muda, penawaran yang lebih fokus pada teknologi dan kemudahan akses dapat menjadi daya tarik utama. Selain itu, segmentasi berdasarkan riwayat kesehatan

juga memungkinkan klinik untuk lebih proaktif dalam menawarkan perawatan yang relevan, seperti mengedukasi pasien yang berisiko terhadap penyakit mata genetik.

Dalam pengembangan segmentasi pasar ini, penggunaan data dan riset pasar sangat penting. Klinik mata dapat mengumpulkan data melalui survei atau studi demografis yang mengidentifikasi preferensi dan perilaku konsumen dalam memilih layanan mata. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai apa yang dibutuhkan oleh setiap segmen pasar, dan memungkinkan klinik untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Lebih lanjut lagi, segmentasi juga memberikan keuntungan dalam hal efisiensi biaya, karena pengeluaran pemasaran dapat dialokasikan lebih tepat sasaran pada kelompok-kelompok konsumen yang paling potensial.

Business Feasibility Analysis adalah langkah awal yang sangat penting dalam merencanakan pengembangan klinik mata, karena proses ini memberikan gambaran menyeluruh tentang sejauh mana proyek tersebut dapat berkelanjutan dan menguntungkan (Resty Nurachmi Handayani & Heru Mulyanto, 2020). Pada tahap pertama, analisis kelayakan bisnis menilai aspek pasar, termasuk ukuran pasar dan potensi pertumbuhannya. Misalnya, untuk klinik mata, penting untuk mengidentifikasi apakah ada kebutuhan yang cukup besar di pasar untuk layanan kesehatan mata di wilayah tertentu, serta seberapa besar persaingan yang ada. Dengan pemahaman yang jelas mengenai pasar, klinik dapat merancang strategi yang tepat untuk menarik pasien dan mempertahankan mereka dalam jangka panjang. Oleh karena itu, analisis pasar adalah salah satu komponen kunci yang harus diperhitungkan dalam analisis kelayakan bisnis.

Selain aspek pasar, analisis kelayakan bisnis juga harus memperhitungkan faktor keuangan, yang meliputi biaya pembangunan klinik, biaya operasional, serta proyeksi pendapatan dan laba. Setiap elemen biaya harus dihitung secara rinci untuk memastikan bahwa klinik dapat beroperasi dengan efisien dan menguntungkan. Biaya pembangunan klinik, misalnya, mencakup pembelian tanah, konstruksi bangunan, pembelian peralatan medis, serta biaya lisensi dan izin usaha. Selanjutnya, biaya operasional termasuk biaya tenaga kerja, pemeliharaan fasilitas, serta pengelolaan bahan medis dan limbah. Dengan memperkirakan biaya ini, analisis kelayakan bisnis membantu untuk mengetahui kapan klinik diperkirakan akan mencapai titik impas dan mulai menghasilkan keuntungan.

Proyeksi pendapatan juga sangat penting dalam analisis kelayakan bisnis, karena hal ini memberikan gambaran tentang seberapa banyak pendapatan yang dapat dihasilkan oleh klinik dari layanan yang diberikan, seperti pemeriksaan mata, operasi, atau konsultasi (Yudha, 2021). Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti tren demografis, tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan mata, serta peraturan pemerintah yang dapat mempengaruhi bisnis klinik mata juga harus dipertimbangkan. Dengan memahami potensi pendapatan yang realistis, klinik dapat mengelola risiko keuangan dengan lebih baik dan memastikan bahwa bisnis tetap bertahan dalam jangka panjang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat, dengan fokus pada area yang memiliki potensi strategis untuk pengembangan klinik utama mata. Waktu penelitian dilakukan pada Desember 2024 – Februari 2025. Pendekatan metodologis yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup desain penelitian, teknik pengumpulan data, serta prosedur

analisis. Pemilihan metode dilakukan guna memastikan bahwa data yang diperoleh dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara valid dan reliabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memberikan keleluasaan dalam memahami berbagai aspek secara mendalam dan kontekstual. Studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi dan menganalisis kelayakan pengembangan klinik utama mata berdasarkan aspek pemasaran, keuangan, sumber daya manusia (SDM), hukum, dan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL).

Desain penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena di lokasi penelitian, termasuk faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan klinik. Melalui pendekatan studi kasus, peneliti dapat mengevaluasi permasalahan dan potensi secara rinci, serta menghasilkan rekomendasi yang relevan dan aplikatif. Selain itu, metode ini memungkinkan peneliti menyesuaikan teknik pengumpulan data sesuai dengan kebutuhan spesifik dari masing-masing aspek yang diteliti.

Pemilihan pendekatan studi kasus juga mempertimbangkan kebutuhan untuk mengintegrasikan data dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumen pendukung. Pendekatan ini menjadikan hasil penelitian lebih valid dan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan klinik utama mata di Kota Bandung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian dari aspek kondisi demografi dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran mengenai kepadatan penduduk dari wilayah rencana lokasi pengembangan Klinik Utama Mata. Lokasi rencana pengembangan Klinik Utama Mata Pada Klinik Mitra Medika termasuk kedalam wilayah Kota Bandung. Secara astronomis, Kota Bandung terletak antara  $107^{\circ}$  BT and  $6^{\circ} 55'$  LS. Kota Bandung Barat terdiri dari 30 Kecamatan. Luas Kota Bandung secara keseluruhan adalah  $167,31 \text{ km}^2$ . Kecamatan terluas di Kota Bandung adalah Kecamatan Gedebage dan kecamatan yang memiliki luas terkecil adalah Kecamatan Astananyar. Wilayah cakupan (*catchment area*) target pasar Klinik Utama Mata Mitra Medika yaitu kecamatan-kecamatan yang jaraknya pada radius  $\pm 5 \text{ km}$  dari rencana lokasi pengembangan Klinik Utama Mata dan terdapat 5 (lima) kecamatan yaitu Kecamatan Andir, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kecamatan Astananyar, Kecamatan Sumur Bandung, dan Kecamatan Cicendo dari rencana lokasi pengembangan Klinik Utama Mata tetapi apabila dibandingkan dengan jarak tempuh ke RS lainnya lebih dekat. Luas wilayah 5 (lima) kecamatan di catchment area Pengembangan Klinik Utama Mata yaitu  $20,07 \text{ km}^2$  dengan jumlah penduduk pada tahun 2023 adalah sebanyak 426.030 jiwa, laju pertumbuhan rata-rata 1,84% dan kepadatan penduduk  $21.227 \text{ jiwa per km}^2$ . Jumlah penduduk di Wilayah cakupan (*catchment area*) target pasar Klinik Utama Mata ini hampir merupakan  $1/6$  jumlah penduduk Kota Bandung. Aspek finansial dalam pengembangan klinik merupakan elemen kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan operasional. Kebutuhan investasi awal, proyeksi pengembalian investasi (ROI), serta analisis biaya-manfaat menjadi bagian integral dari perencanaan keuangan yang matang. Dalam lingkup klinik harus mampu mengidentifikasi sumber dana yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan layanan, termasuk biaya untuk infrastruktur, peralatan medis, dan sumber daya manusia. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2016 Tentang

Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Mata di Fasilitas Pelayanan Kesehatan khususnya dalam subsistem tenaga kesehatan, perencanaan sumber daya manusia kesehatan merupakan salah satu unsur utama dari subsistem tersebut yang menekankan pentingnya upaya penetapan jenis, jumlah dan kualifikasi sumber daya manusia kesehatan sesuai dengan kebutuhan pembangunan kesehatan. Sumber Daya Manusia Kesehatan (SDMK) merupakan aset yang cukup vital, hal tersebut disebabkan oleh keberadaannya dalam organisasi tidak bisa digantikan oleh sumber daya lainnya. Walaupun teknologi modern sudah banyak digunakan, tanpa dukungan dari SDMK yang memiliki kemampuan profesional hal tersebut tidak akan bermakna (Yuniarsih dan Suwatno, 2016:205). Ketersediaan SDMK sangat mempengaruhi pembangunan kesehatan. Keterbatasan tenaga promotif dan preventif di Klinik tentu menyebabkan pelayanan kesehatan terutama dalam hal promotif dan preventif tidak maksimal. Selain itu, juga menyebabkan beban kerja meningkat bagi sebagian besar tenaga kesehatan lainnya dengan adanya kerja ganda. Perhitungan kebutuhan SDM/tenaga di atas adalah dalam jumlah minimal yang disediakan oleh Klinik. Dengan demikian, maka kebutuhan jumlah, jenis, dan kualifikasi tenaga juga semakin bertambah sejalan dengan peningkatan klasifikasi Klinik. Dan apabila kebutuhan akan SDM diatas sudah terpenuhi maka operasional pengembangan Klinik Utama Mata layak untuk di lanjutkan. Aspek hukum yang dipakai yaitu meliputi persyaratan dan perizinan dan legalitas, syarat dan izin layanan jasa mata nantinya akan dievaluasi setiap tahun, dan dalam proses pembukaan usaha layanan jasa mata. Sesuai Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Mata di Fasilitas Pelayanan Kesehatan, dan Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandung Nomor 10 Tahun 2021 tentang Perizinan Kesehatan. Semua ketentuan peraturan hukum yang menjadi syarat dalam mendirikan dan mengoperasikan Klinik layanan jasa mata tersebut dapat terpenuhi. Dimana nantinya izin penyelenggaraan tersebut ditunjukkan kepada Kepala Dinas Kesehatan Kota Bandung atas rekomendasi ke Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat, Sehingga Klinik layanan jasa mata dalam pendirian dan proses usaha terjamin legalitasnya.

Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen - dokumen yang dimiliki. Secara umum dokumen - dokumen yang akan diteliti sehubungan dengan aspek hukum ini sebagai berikut (Kasmir dan Jakfar, 2018): Badan Hukum, Bukti Diri, Tanda Daftar Perusahaan, NPWP, Izin Perusahaan. Berdasarkan hal diatas maka pengembangan Klinik Utama Mata di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat sudah memenuhi aspek legal hukum sehingga Layak untuk dilanjutkan.

Ditinjau dari Aspek Pemasaran pengembangan klinik pratama menjadi Klinik Utama Mata di Kota Bandung memiliki peluang mengingat pasar potensial yang terbilang cukup tinggi yaitu sebanyak 426.030 jiwa, dengan laju pertumbuhan rata - rata 1,84% dan kepadatan penduduk 21.227 jiwa per km<sup>2</sup>. Jumlah penduduk di wilayah cakupan (cathment area) Klinik Utama Mata merupakan 1/6 jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat dan segmen pasar yaitu penduduk di Kota Bandung dengan usia 20 Tahun sampai dengan 45 Tahun laki-laki maupun perempuan terutama yang berpendapatan menengah keatas serta merupakan peserta BPJS Kesehatan dan pasien umum.

Ditinjau dari kelayakan keuangan, rencana investasi pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung Barat bersumber dari modal klinik. Modal investasi dalam proyek pengembangan Klinik Utama Mata akan kembali dalam kurun waktu 2 tahun 1 bulan sejauh

tidak terjadi hal – hal di luar kemampuan Klinik seperti bencana alam atau kebakaran dengan jangka waktu investasi Klinik Mitra Medika selama 5 tahun, maka kelayakan investasi ditinjau dari Payback Periode (PP) adalah Layak. Dengan hasil Net Present Value (NPV) bernilai positif yaitu sebesar Rp 2,817,629,708,-. Sehingga secara keseluruhan rencana Pengembangan Klinik Utama Mata di Kabupaten Bandung Barat dapat dinyatakan Layak untuk dikembangkan. Hasil perhitungan Internal Rate of Return (IRR) sebesar 23,18% per tahun yang berarti lebih besar dari suku bunga yang ditetapkan sebesar 15%. Berdasarkan analisis tersebut maka investasi pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung Layak untuk dikembangkan, karena IRR lebih besar dari biaya modal.

Ditinjau dari Aspek Manajemen SDM, pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung akan didukung oleh ketersediaan tenaga Kesehatan sesuai dengan Permenkes RI No 14 tahun 2021. Pada pelayanan kesehatan mata sekunder dan tersier, pelayanan dilakukan oleh dokter spesialis mata dengan mitra kerja dokter spesialis mata dan perawat dengan kompetensi tambahan di bidang kesehatan mata, dan refraksionis optisien sebagai mitra kolaborasi. Dengan rincian analisis kebutuhan SDM yang terdiri dari 2 Dokter Spesialis Mata, 19 Keperawatan, 1 Sarjana Farmasi, 2 Ahli Teknologi Lab Klinik, 2 Sarjana Gizi, dan 6 tenaga non kesehatan. Klinik Mitra Medika yang berlokasi di wilayah Kota Bandung berada di Tengah kota sehingga banyak tersedia tenaga kesehatan, baik Dokter Spesialis dan Dokter Umum, hal ini karena kemudahan transportasi.

Ditinjau dari Aspek Hukum, Klinik Utama Mata di Kota Bandung yang akan dikembangkan oleh swasta dengan tujuan profit maka badan hukum harus berbentuk Perseroan Komanditer (CV). Perizinan yang disiapkan meliputi Izin Pembangunan dan Izin Operasional. Pemenuhan persyaratan Sesuai Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Mata di Fasilitas Pelayanan Kesehatan, dan Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandung Nomor 10 Tahun 2021 tentang Perizinan Kesehatan dan Permenkes RI No. 14 Tahun 2021.

Ditinjau dari Aspek AMDAL, pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung telah sejalan dengan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Kehutanan No 4 Tahun 2021 dan Peraturan Menteri Kesehatan No 18 Tahun 2023 yaitu menciptakan lingkungan yang bersih dan segar dengan pepohonan hijau dan peletakkan tempat sampah dan pemisahan jenis sampah serta cara pemusnahannya. Hal ini dibuktikan dengan Klinik Mitra Medika Bandung memiliki izin UKL UPL dan sudah bekerjasama dengan Pihak Ke-3 dalam pengelolaan limbah baik sebagai transporter dan pemusnah limbah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kelayakan pengembangan Klinik Utama Mata Mitra Medika Bandung, dapat disimpulkan beberapa hal berikut yang menjawab pertanyaan penelitian:

1. Ditinjau dari Aspek Pemasaran pengembangan klinik pratama menjadi Klinik Utama Mata di Kota Bandung Layak, karena memiliki potensi pasar yang tinggi, dan laju pertumbuhan rata-rata penduduk serta *catchment area* yang tinggi
2. Ditinjau dari kelayakan keuangan, pengembangan klinik pratama menjadi Klinik Utama Mata di Kota Bandung layak, karena menunjukkan potensi keberlanjutan finansial yang positif. Berdasarkan analisis investasi awal, proyeksi pendapatan, serta estimasi biaya

operasional, hasil perhitungan menunjukkan bahwa pendirian klinik utama mata memiliki nilai profitabilitas yang baik dalam jangka panjang. Selain itu, analisis kelayakan keuangan mengindikasikan bahwa dengan strategi pengelolaan biaya yang optimal serta penerapan model bisnis yang tepat, klinik dapat mencapai titik impas dalam periode waktu yang wajar.

3. Ditinjau dari Aspek Manajemen SDM, pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung layak, karena pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung akan didukung oleh ketersediaan tenaga Kesehatan sesuai dengan Permenkes RI No 14 tahun 2021. Pada pelayanan kesehatan mata sekunder dan tersier, pelayanan dilakukan oleh dokter spesialis mata dengan mitra kerja dokter spesialis mata dan perawat dengan kompetensi tambahan di bidang kesehatan mata, dan refraksionis optisien sebagai mitra kolaborasi. Dengan rincian analisis kebutuhan SDM yang terdiri dari 2 Dokter Spesialis Mata, 19 Keperawatan, 1 Sarjana Farmasi, 2 Ahli Teknologi Lab Klinik, 2 Sarjana Gizi, dan 6 tenaga non kesehatan. Klinik Mitra Medika yang berlokasi di wilayah Kota Bandung berada di Tengah kota sehingga banyak tersedia tenaga kesehatan, baik Dokter Spesialis dan Dokter Umum, hal ini karena kemudahan transportasi.
4. Ditinjau dari Aspek Hukum, Klinik Utama Mata di Kota Bandung yang akan dikembangkan oleh swasta dengan tujuan profit maka badan hukum harus berbentuk Perseroan Komanditer (CV). Perizinan yang disiapkan meliputi Izin Pembangunan dan Izin Operasional. Pemenuhan persyaratan Sesuai Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Mata di Fasilitas Pelayanan Kesehatan, dan Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandung Nomor 10 Tahun 2021 tentang Perizinan Kesehatan dan Permenkes RI No. 14 Tahun 2021.
5. Ditinjau dari Aspek AMDAL, pengembangan Klinik Utama Mata di Kota Bandung telah sejalan dengan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Kehutanan No 4 Tahun 2021 dan Peraturan Menteri Kesehatan No 18 Tahun 2023 yaitu menciptakan lingkungan yang bersih dan segar dengan pepohonan hijau dan peletakkan tempat sampah dan pemisahan jenis sampah serta cara pemusnahannya. Hal ini dibuktikan dengan Klinik Mitra Medika Bandung memiliki izin UKL UPL dan sudah bekerjasama dengan Pihak Ke-3 dalam pengelolaan limbah baik sebagai transporter dan pemusnah limbah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ade, A. F., Dian, I., & Neny, D. (2022). *Laporan Penelitian: Model Environmental Impact Management Plan Dalam Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum Pasca Berlakunya Undang-Undang Cipta Kerja*.
- [2] Adnyana, I. M. (2020). *Buku: Studi Kelayakan Bisnis*.
- [3] Agustin, R., Aini, S. N., Romaisyah, L., & Lestari, S. R. M. (2024). Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis dalam Keputusan Ekspansi: (Studi Kasus Batik Lochatara Kediri). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(1), 119–127.
- [4] Ahmad, S. N., Lorens, D., Iskandar, A. A., Rachman, R. M., Kusuma, A., & Sya'ban, A. R. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Lembaga Sosial Desa*. TOHAR MEDIA.
- [5] Creswell, J. W. J. D. C. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition* (M. O'Heffernan (ed.); Fifth). SAGE.
- [6] Dahliana, A., Santosa, W. N., & Rasyidah, U. M. (2022). *Analisis Kelayakan*

- Pengembangan Unit Hemodialisis di Rumah Sakit X di Surabaya. 3(June), 93– 99.*
- [7] Damayantie, L., & Musthofa, R. Z. (2022). Strategi Pemasaran Klinik Mata KMU Gresik Seabagai Pelayanan Kesehatan Mata. *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(1)*, 9–17.
- [8] Daryanto, E., Dewi, R., Pendidikan, P. S., & Pendidikan, M. (2024).
- [9] *PENGEMBANGAN MODEL MANAJEMEN STRATEGIK PADA. 7, 266–277.*
- [10] Dental, T., & App, C. (2022). *Business Feasibility Study Development of a Digital- Based Dental Clinic Through the Development of the Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Klinik Gigi Berbasis Digital Melalui Pembuatan Aplikasi Tami Dental Care APP. 2(4), 1991–2006.*
- [11] Defi, R. S. (2023). ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PENGEMBANGAN KLINIK KECANTIKAN L'SHINATIA DI SEMARANG DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS, ASPEK MANAJEMEN SUMBER
- [12] *DAYA MANUSIA, DAN ASPEK FINANSIAL. Jurnal Pranata Biomedika, 2(2), 131–137.*
- [13] Dwikayana, I. M., Wahyudi, B., & Mubarok, A. (2024). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN PASIEN DI KLINIK B HUSADA KABUPATEN BADUNG.
- [14] *Jurnal Manajemen Rumah Sakit, 2(1).*
- [15] Dwiwijaya, K. A., Badruddin, S., Suprpto, A. T., Safari, B., Dewi, R., Prabowo,
- [16] P. K., Lukito, D., Sugihartanto, M. F., Waty, E., & Boari, Y. (2024). *Buku Ajar Pengantar Manajemen.* PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [17] Emzir. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif* (R. Pers (ed.)).
- [18] Eryanan, A. (2022). Tinjauan Peralihan Media Rekam Medis Rawat Jalan Manual Ke Rekam Medis Elektronik Di Rumah Sakit MRCCC Siloam Semanggi. *Indonesian Journal of Health Information Management, 2(1)*, 1–5. <https://doi.org/10.54877/ijhim.v2i1.42>
- [19] Fernandes, A., & Indramaya, D. M. (2015). Studi retrospektif: profil penyakit rosacea (Retrospective study: profile of rosacea). *BIKKK - Berkala Ilmu Kesehatan Kulit Dan Kelamin - Periodical of Dermatology and Venereology, 30(2)*, 145–153.
- [20] Fitriani, A. D., Erlagga, B., Imania, E., & Indrasari, E. R. (2022). Studi Kelayakan Bisnis PT Hamera Sarana Indonesia. *Jurnal Multidisiplin West Science, 1(02)*, 99–119.
- [21] Harahap, R. M. (2023). MANAJEMEN STRATEGI DENGAN POLA KEMITRAAN PENJUALAN MOBIL BEKAS DI PONTIANAK.
- [22] *Andromeda, 1(2), 57–63.*
- [23] Hartati, & Aini, R. (2023). Manfaat Implementasi Rekam Medis Elektronik Bagi Manajemen Rumah Sakit di Indonesia. *Journal of Operation System, 01(2)*, 91–98. <https://www.ejournal.ybpindo.or.id/index.php/jos>
- [24] Hasanah, A. (n.d.). *Studi Kelayakan Klinik Pajak Bagi UMKM di Kota Batam.* Hasyim, H. (n.d.). BAB IX ANALISIS MENGENAI DAMPAK LINGKUNGAN
- [25] *BIDANG KESEHATAN. ANALISA MENGENAI DAMPAK LINGKUNGAN (AMDAL), 158.*
- [26] Hasyim, S. H. (2022). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus pada Warung Bakso Bagus Kecamatan Rappocini). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies, 3(2)*, 429–436.
- [27] Herianti, H., Rosmini, R., & Karyono, O. (2024). PANDUAN MAQASID SYARIAH UNTUK KONSUMEN SKINCARE: INTEGRASI HALAL,

- [28] KESEHATAN, DAN KEBERLANJUTAN (Studi Pada pengguna Skincare di Kabupaten Bone). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(1), 341–354.
- [29] Hidayat, A., Nugroho, R. A., & Mustofa, U. (2023). *Studi Kelayakan Pengembangan Rumah Sakit Type D Gorontalo Utara Dari Aspek Fisik dan Tata Ruang Feasibility Study for the Development of North Gorontalo Type D Hospital from Physical and Spatial Aspects*. 02(01), 171–179.
- [30] Hidayaturahmah, R., Murti Andayani, T., & Ari Kristina, S. (2021). *Analisis faktor- faktor klinik yang mempengaruhi kualitas hidup pasien katarak di Rumah Sakit Dr. YAP, Yogyakarta*.
- [31] Huzain, H. (2021). *Pengelolaan sumber daya manusia*.
- [32] Intan, D., Rahmawati, S., & Yulyana, E. (2025). 1, 2, 3 1. 8(18), 114–122. Kreatif, J. (2022). *KREATIF Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Volume 10, No 2 Desember 2022 20222022*. 10(2), 169–176.
- [34] Lubis, A. L., Supardi, S., & Fatimah, Z. (2024). Pelatihan Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan Restoran RM. Sederhana Winsor Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 197–210.
- [35] Mukhid, M. P. (2023). *Disain Teknologi Dan Inovasi Pembelajaran Dalam Budaya Organisasi Di Lembaga Pendidikan*. Pustaka Egaliter. Com.
- [36] Naufal, M., Wardhana, A., Lydianingtias, D., Arystianto, D. P., Manajemen, M., Konstruksi, R., Sipil, J. T., Malang, P. N., Jurusan, D., & Sipil, T. (2023). *STUDI KELAYAKAN TEKNIS DAN FINANSIAL PEMBANGUNAN RUMAH SAKIT NATIONAL HOSPITAL MALANG*. 4(September), 261–268.
- [37] Noywuli, N., Puspita, V. A., & Goda, K. D. (2023). *Feasibility Study Teknis dan Sosial Ekonomi Pembangunan Rumah Sakit Pratama di Kecamatan Riung Kabupaten Ngada*. 1, 23–37.
- [38] Nugroho, A., & Fadhilah, M. (2023). Customer-Centric Strategy Dalam Menghadapi Persaingan Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 2(4), 316–325.
- [39] Nurfadillah, Y., Mustika, R., & Yentifa, A. (2022). Peran Audit Internal dalam Pencegahan Fraud pada Sektor Pemerintahan (Studi Kasus pada Inspektorat Daerah Provinsi Sumatera Barat). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 1(2), 18–22.
- [40] Nursanti, T. D., Haitamy, A. G., DN, D. A., Masdiantini, P. R., Waty, E., Boari, Y., & Judijanto, L. (2024). *ENTREPRENEURSHIP: Strategi Dan Panduan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Yang Efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.