

Vol. 3 • No. 2 • Juli 2023

Page (Hal.) : 1052 – 1057

ISSN (online) : 2746 - 4482

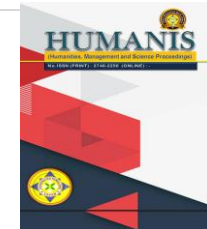
ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : [humanisproceedings@gmail.com](mailto:humanisproceedings@gmail.com)



Special Issue :

Webinar Nasional  
**HUMANIS 2023**

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

## Analisis Bauran Promosi Unit Pemasaran Studi Kasus di Klinik Medika Sejahtera

**Andrianus Yoga Bimantara**

*Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Indonesia  
bhima.au09@gmail.com*

### Abstrak

Pada tahun 2022, jumlah pasien di Klinik Medika Sejahtera akan berkurang setiap bulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran yang meliputi 7P (Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical evidence) untuk memastikan bahwa bisnis klinik berjalan dengan baik. Metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi langsung di klinik Medika Sejahtera dengan empat informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi (lokasi) pemilihan lokasi klinik cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, bauran produk (produk) pelayanan yang diberikan oleh klinik cukup lengkap, kombinasi (harga) produk pelayanan yang diberikan oleh klinik cukup terjangkau, dan sesuai dengan yang disediakan Konsisten dengan fasilitas, sumber daya manusia untuk memberikan layanan campuran (pribadi) Klinik cukup memuaskan pasien, kombinasi aplikasi klinik (proses) cukup baik, tidak rumit untuk membingungkan pasien, dan kombinasi fasilitas klinik yang menarik dan lingkungan sekitar (bukti fisik) Klinik cukup bersih, namun karena Areanya sempit, tempat parkir tidak cukup, bauran promosi (promosi) yang dijalankan oleh klinik tidak maksimal

**Kata kunci** : Bauran Pemasaran, Promosi, Klinik

### Abstract

In 2022, the number of patients at Klinik Medika Sejahtera will decrease every month. This study aims to describe marketing strategies using the marketing mix approach which includes 7P (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence) to ensure that business clinics run well. The research methodology used is descriptive qualitative, data collection techniques using interviews and direct observation at the Medika Sejahtera clinic with four informants. The results of the study show that the combination (location) of choosing a clinical location is quite strategic and easy to reach by the community, the product (product) mix of services provided by the clinic is quite complete, the combination (price) of service products provided by the clinic is quite affordable, and in accordance with what is provided Consistent with facilities, human resources to provide mixed services (personal) The clinic is quite satisfactory for patients, the combination of clinical applications (process) is quite good, not complicated to confuse patients, and the combination of attractive clinical facilities and the surrounding environment (physical evidence) The clinic is quite clean , but because the area is narrow, there is not enough parking space, the promotion mix (promotion) run by the clinic is not optimal

**Keyword**: Marketing Mix, Promotion, Clinic

## PENDAHULUAN

Setiap tahunnya, bisnis di industri jasa kesehatan berkembang cukup pesat, baik itu puskesmas, klinik, maupun klinik. Karena kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan berbeda-beda, keadaan tersebut memberikan peluang bagi fasilitas kesehatan untuk berbenah dan berinovasi guna memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Tuntutan masyarakat yang semakin besar terhadap fasilitas kesehatan yang berkualitas dan terjangkau menunjukkan bahwa fasilitas kesehatan harus selalu berusaha untuk memenuhi permintaan melalui pemasaran guna mempertahankan persaingan saat ini [1].

Alat dan teknologi kesehatan yang semakin modern dapat mendukung peningkatan mutu pelayanan kesehatan di institusi kesehatan. Studi ini menargetkan fasilitas kesehatan di mana klinik pernah ada karena klinik sekarang dapat memberikan layanan yang sebanding dengan sepsis dan klinik lebih disukai oleh masyarakat. Dapatkan perawatan sebelum pergi ke sepsis atau klinik. Oleh karena itu, dalam kondisi seperti itu, diharapkan klinik dapat bertahan dan menjaga citra organisasi dengan sebebaskan mungkin dari biaya.

Tujuan klinik tersebut adalah untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas kepada masyarakat, khususnya masyarakat dari ekonomi menengah ke bawah, dengan biaya yang relatif terjangkau [2]. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan klinik dapat digunakan berbagai cara, salah satunya dengan pemasaran produk pelayanan di klinik. Melalui pemasaran diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat dan digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan medis klinik. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui bauran promosi. Keputusan yang diambil terutama berkaitan dengan isu bauran pemasaran, yaitu 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) yang harus lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Hasil analisis yang dilakukan Arismen menjelaskan strategi bauran pemasaran RSD Kol. Abundjani Bangko masih mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pasien BPJS yang kondisi keuangannya kurang baik [3]. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Widodo menjelaskan bahwa kualitas produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan pembelian [4]. Selain itu, dari hasil penelitian yang dilakukan Sabran & Anggraeni dengan mempertimbangkan bauran pasar seluruh klinik maka pelayanan yang diberikan di RS Universitas Hasanuddin sudah baik [5]. Namun, penting untuk mempromosikan produk lain yang tidak diistimewakan dan promosi iklan harus didukung melalui media elektronik dan surat kabar tertulis.

Klinik Medika Sejahtera merupakan salah satu klinik yang melayani pasien yang sebagian besar menggunakan BPJS. Untuk meningkatkan pelayanan kesehatan di masyarakat, bekerja sama dengan laboratorium, klinik dan bidan. Kemampuan dan keahlian dalam merawat setiap pasien serta peralatan yang memenuhi standar profesi medis, merupakan aset utama Klinik Medika Sejahtera dan pelayanan medis.

Berdasarkan data kegiatan Januari hingga Oktober 2022 terlihat bahwa jumlah pasien BPJS yang terdaftar di RS Medika mengalami penurunan setiap bulannya, jumlah tindakan yang dilakukan di RS Medika mengalami penurunan dari Januari hingga Mei, dan pada bulan Juni angka pekerjaan meningkat, namun pada bulan Juli jumlah pasien kembali menurun, kemudian pekerjaan pasien meningkat lagi sebesar 4,06% dari Agustus hingga Oktober 2022.

## KAJIAN LITERATUR

Bauran pemasaran saat ini adalah salah satu konsep pemasaran modern, di mana alat pemasaran berguna untuk menciptakan respons yang diinginkan di pasar yang diinginkan. Berikut rincian yang dapat dijelaskan mengenai penerapan bauran pemasaran yang diterapkan di Klinik Medika Sejahtera:

### Produk

Pelayanan medis Medika Sejahtera bersifat komprehensif, pelayanan yang ditawarkan meliputi pemeriksaan umum, kedokteran gigi, KB dan pelayanan KIA. Jawaban responden dalam survei ini sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 yang mempengaruhi standar klinik. Namun pelayanan Klinik Medika Sejahtera

belum meningkat sehingga perlu dilakukan perubahan seperti memberikan pelayanan gawat darurat dan home visit, serta memberikan pelayanan ambulans.

## **Harga**

Klinik Medika Sejahtera memiliki tarif yang lebih murah dibandingkan klinik lainnya, harga tarif yang diberikan pihak klinik kepada pasien untuk pembelian obat sesuai dengan peralatan yang disediakan dan juga terjangkau. Tarif RS Medika Sejahtera dihitung berdasarkan daya beli masyarakat. Di sini perhitungan tarif klinik dilakukan dengan mengurangi biaya staf dan non-staf. Bagi Marketing Mix harga Klinik Medika Sejahtera lebih tepat untuk menentukan rencana pembayaran yang sederhana, harga yang terjangkau dan tarif layanan yang sesuai dengan layanan yang diberikan.

## **Promosi**

Dalam penelitiannya, Leawati menjelaskan bahwa saat ini untuk mendapatkan informasi kesehatan konsumen sering menggunakan website dan memilih memesan layanan kesehatan yang mereka butuhkan secara online [6]. Meskipun bauran media sosial di Klinik Medika Sejahtera tidak melakukan kegiatan tersebut dengan baik, namun masih banyak kegiatan promosi yang belum dilakukan di Klinik Medika Sejahtera, antara lain:

1. Pengertian website.
2. Kegiatan promosi outdoor berupa pemasangan bendera atau pita
3. Memberikan informasi terkait Klinik Sejahtera Medika melalui media sosial

Oleh karena itu, masih banyak pasien yang belum mengetahui pelayanan dan informasi yang diberikan oleh Klinik Medika Sejahtera. Meskipun saat ini, penggunaan teknologi yang ditingkatkan memberikan peluang besar untuk pengembangan klinis. Oleh karena itu sebaiknya Klinik Medika Sejahtera mengangkat informasi terkait Klinik Sejahtera Medika melalui media sosial salah satunya website agar masyarakat luas mengetahui keberadaan dan kelengkapan klinik tersebut. Hasil dari definisi tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari yang menjelaskan bahwa promosi merupakan upaya perusahaan yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pelanggan.[7]

## **Tempat**

Riadi menjelaskan bahwa tempat yang indah, desain dan kenyamanan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam pengambilan keputusan pelayanan oleh pelanggan [8]. Lokasi Klinik Medika Sejahtera sangat terencana dan mudah dijangkau dari kota dimana tempatnya berada di pinggir jalan, mudah digunakan berbagai jenis kendaraan dan angkutan umum. Namun, tempat parkir di Klinik Medika Sejahtera tidak sesuai untuk pasien yang berobat dengan kendaraan pribadi karena tempat parkir yang tidak mencukupi.

## **Rakyat**

Sumber Daya Manusia (SDM) Klinik Medika Sejahtera di Bidang Pelayanan Rawat Jalan Menurut Undang-Undang Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Klinik [9] Bagian Keempat Ketenagakerjaan Pasal 11 Tentang Penyediaan Sumber Daya Manusia, Klinik harus menyediakan staf dengan jenis, kualifikasi dan jumlah tenaga medis dan non medis lainnya yang sesuai dengan kebutuhan dan jenis pelayanan yang diberikan oleh klinik. Di Klinik Medika Sejahtera, semua staf yang merawat pasien selama perawatan memiliki jenis, kualifikasi dan jumlah staf medis yang sesuai, ramah, bekerja secara profesional, berkualitas dan matang, serta bersih dan bersih. Namun ada satu divisi di Klinik Medika Sejahtera yang belum terbentuk dengan baik, yaitu bagian bisnis dimana bagian tersebut belum melakukan pekerjaan penunjang dengan baik, sehingga banyak masyarakat yang belum memahami Klinik Sejahtera Medika. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, dimana keberhasilan pasar bergantung pada kualitas layanan manusia yang dimiliki masing-masing perusahaan.[7]

## **Prosedur**

Prosedur atau prosedur operasi utama klinik adalah undang-undang Kementerian Kesehatan Republik Indonesia nomor 9 tahun 2014 tentang klinik. [9] dalam melaksanakan butir pasal 35 bahwa setiap klinik wajib memberikan pelayanan yang baik, aman, bermutu dan tidak diskriminatif dengan mengutamakan kepentingan pasien sesuai dengan standar profesi, standar kerja dan juga standar prosedur operasional. Petunjuk dan dokumen yang digunakan oleh Klinik Medika Sejahtera sudah sesuai dengan Standard Operating

Procedure (SOP) atau proses kerja dengan nomor dokumen SPO/KGH/01/0011. Proses pendaftaran pasien meliputi masa pendaftaran, proses pendaftaran pasien JKN/BPJS dan pendaftaran pasien umum serta kode SPO/KGH/01/012 untuk proses pemeriksaan dokter, dan mengacu pada ketentuan Jamsostek Kesehatan. Tata Negara No. 07 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Institusi Kesehatan dan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan.

Di RS Medika Sejahtera, sistem pelayanan yang mempengaruhi klinik sangat baik, mulai dari prosedur administrasi seperti pendaftaran atau pembayaran hingga prosedur pelayanan yang diberikan oleh petugas yang tidak sulit dan rumit bagi pasien dan keluarganya. , menurut dokumen SOP klinik sudah memiliki dokumen SOP dan pekerjaan pokok klinik sebagai standar. Hasil penelitian sejalan dengan teori yang diketuai Riadi yang menyatakan bahwa prosedur dan pelayanan sudah baik oleh tenaga kesehatan seperti SOP klinik sudah baik, upaya tenaga kesehatan membuat dokter, menunggu waktu selesai pencarian sesuai. akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan pelayanan kesehatan berupa peningkatan klinik. Karena proses pemasaran sangat erat kaitannya dengan keputusan pasien, maka pihak klinik harus terus meningkatkan proses tersebut. [8]

### **Bukti fisik**

Agustin menjelaskan bahwa bukti fisik sangat mempengaruhi kemampuan pasien dalam menerima pengobatan dan pelayanan, sehingga akan mendorong pasien untuk kembali berobat di tempat yang sama [10]. Peralatan dan fasilitas Klinik Medika Sejahtera mengikuti undang-undang Kementerian Kesehatan Republik Indonesia nomor 9 tahun 2014 [9] tentang peralatan seperti perlengkapan klinik dan peralatan yang harus dipelihara dan digunakan dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian lingkungan Klinik Medika Sejahtera terlihat menjaga kebersihan tempat dengan peralatan yang digunakan dengan baik, dekorasi ruang perawatan yang indah, penerangan ruangan dan ruang tunggu. rumahnya bagus.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana penelitian dilakukan pada tanggal 27-30 Desember 2022 di Klinik Medika Sejahtera Jakarta. Informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2 orang yang bekerja di Klinik Medika Sejahtera, sedangkan 1 orang sales dan 1 orang sales di Klinik Medika Sejahtera. Metode pengambilan sampel menggunakan observasi objektif, sumber data berupa data primer hasil wawancara dan survei di klinik dimana isi wawancara tersebut berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang terdiri dari perbedaan pelayanan, harga, promosi yang diarahkan olehnya. data klinis dan sekunder dari jurnal ilmiah, protokol klinis dan dokumen pendukung penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah survei mandiri dengan menggunakan alat perekam berupa telepon genggam dan perangkat teks. Berikut langkah-langkah yang bias anda lakukan antara lain:

1. Catat semua pengamatan
2. Pengurangan data
3. Pengumpulan data sesuai objek penelitian
4. Buat matrix wawancara

Setelah pengumpulan data selesai, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan data ke dalam hasil dan pembahasan sehingga dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Informan yang ikut dalam penelitian berjumlah empat orang dengan informan utama, tokoh dan pendukung 2. Usia informan bervariasi dari 25 sampai 50 tahun, berjenis kelamin perempuan. Berikut adalah hasil dari empat wawancara.

#### **Beberapa produk**

Pelayanan medis yang diberikan RS Medika Sejahtera memberikan pelayanan sesuai standar RS Pratama, sedangkan RS Medika Sejahtera memiliki dokter sesuai dengan pelayanan yang diberikan RS.

1. Layanan yang ditawarkan oleh Klinik Medika Sejahtera meliputi layanan umum dan gigi.

2. Setiap dokter yang bekerja di Klinik Medika Sejahtera memiliki identitas profesional
3. Pelayanan yang diberikan oleh Klinik Medika Sejahtera didasarkan pada kebutuhan pasien
4. Klinik Medika Sejahtera kekurangan obat, sehingga beberapa pasien membeli obat di luar klinik

Hasil wawancara menjelaskan bahwa secara umum pelayanan yang ditawarkan oleh Klinik Medika Sejahtera sudah sesuai dengan kebutuhan pasien. Permasalahan yang sering terjadi pada produk Klinik Medika Sejahtera adalah terkadang stok obat di Klinik Medika Sejahtera tidak tersedia, namun obatnya kosong karena pada saat pemberian dispenser obat tidak tersedia. .

### **Biaya (harga)**

Berdasarkan hasil operasional dan pengelolaan Klinik Armada Medika Sejahtera, sebagian besar pasien yang berobat di Klinik Medika Sejahtera adalah pasien BPJS, namun Klinik Medika Sejahtera juga memberikan pelayanan umum dan gigi di luar BPJS. Dan tarif yang diberikan oleh Klinik Medika Sejahtera oleh pasien lebih murah dibandingkan dengan klinik lain.

### **Promosi**

Hingga saat ini Klinik Medika Sejahtera belum menyelenggarakan sosial media, mengadakan non corporate event, sehingga kegiatan pemasaran Klinik Medika Sejahtera belum berhasil.

### **Tempat (dimana)**

Lokasi Klinik Medika Sejahtera sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, karena Klinik Medika Sejahtera terletak di pinggir jalan, mudah menggunakan kendaraan umum, namun lingkungan di Medika Sejahtera selalu macet. kemacetan, di mana ada banyak kantor di sekitar klinik, masuk ke dalam truk.

### **Sumber Daya Manusia (SDM)**

Jawaban menteri menjelaskan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan SDM memiliki jawaban yang sama dengan yang dilakukan di Klinik Medika Sejahtera yang memenuhi syarat minimal pendidikan, meskipun ada satu divisi yang tidak sesuai dengan minat pasien yaitu bagian penjualan. Berikut hasil tanggapan yang diberikan oleh pengelola SDM di klinik tersebut:

1. Penampilan dokter, anggota staf terlihat bagus
2. Pelayanan berkualitas dari Klinik Medika Sejahtera
3. Keahlian dokter, karyawan dari masing-masing departemen yang bekerja di klinik konsisten dengan pekerjaannya, namun ada satu divisi negatif dalam pelaksanaan pekerjaannya, yaitu penjualan.

### **Prosedur**

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber terlihat bahwa proses kerja klinik berdasarkan bauran pemasaran berhasil, misalnya proses manajemen di Klinik Medika Sejahtera dilakukan dengan cepat, sesuai dengan metode yang diterapkan. SOP dan tidak mempersulit pasien, proses pengobatan pasien oleh dokter berhasil dan tidak ada keluhan. Namun terdapat kendala dalam memberikan obat kepada pasien, terkadang sumber daya obat di klinik sudah penuh dan terkadang tidak mencukupi. Penyebab tidak cukupnya obat adalah klinik tidak memiliki banyak relasi untuk membeli obat tersebut, sehingga jika distributor dijadikan tempat packing gratis maka pihak klinik tidak dapat memesan di tempat lain, karena jika berbelanja di tempat lain. di mana kerja sama belum tercapai, itu akan memakan biaya besar. Oleh karena itu, jika tidak memungkinkan untuk membeli sesuatu, pihak klinik meminta pasien untuk membeli obat di luar.

### **Bukti fisik (physical evidence)**

Hasil wawancara informan menunjukkan bahwa lokasi RS Medika Sejahtera berada di pinggir jalan sehingga tidak tersedia tempat parkir yang cukup. Bukti fisik di Klinik Medika Sejahtera menunjukkan bahwa peralatan medis yang digunakan di klinik modern, desain interior ruangan yang bagus dan nyaman, dan klinik menjaga kebersihan dan keamanan di lingkungan klinik sehingga pasien merasa nyaman menerima perawatan. dan Klinik Kesehatan Sejahtera. Namun, situasi parkir perlu direnovasi karena kecil dan sempit.

