

Analisis kegiatan pemasaran di Klinik Spesialis Orthodonti RSGM Trisakti Tahun 2005-2007 = Analysis of marketing activity for Orthodontic Clinic in RSGM Trisakyi Year 2005-2007

Nuh Ibnu Adrian Al Arief, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340788&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah belum adanya bagian pemasaran di manajemen RSGM terutama di Klinik Spesialis Orthodonti pada tahun 2005-2007. Belum optimalnya kegiatan pemasaran menjadi salah satu penyebab terjadinya masalah tersebut. Oleh karena itu penelitian melakukan analisa pada manajemen pemasaran, promosi, audit pemasaran, serta hasil audit.

Tujuan dari penelitian ini adalah diketahuinya kekuatan dan kelemahan dari kegiatan pemasaran di Klinik Spesialis Orthodonti tahun 2005-2007 sehingga dari hasil penelitian ini peneliti dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kegiatan pemasaran.

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam kepada pihak manajemen RSGM Trisakti dan membagikan kuesioner kepada dokter residensi S2 Orthodonti di Klinik Spesialis Orthodonti Untuk pengolahan data dilakukan secara kualitatif, sedangkan untuk data kuesioner dikelompokkan secara persentase yang kemudian pengolahan data secara kualitatif sebagai pendukung data kualitatif.

Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa program pemasaran di Klinik Spesialis Orthodontio ini sudah ada tapi penerapan secara profesional belum sehingga tidak optimal, selain itu peneliti juga menemukan belum adanya anggaran biaya khusus untuk kegiatan pemasaran Hap tahunnya, serta tidak adanya bagian khusus pemasaran dalam manajemen RSGM yang mana dalam hal ini organisasi pemasaran, Pada promosi Klinik Spesialis Orthodonti ini sudah berjalan tapi masih terbatas pada leaflet dan pemasaran dad mulut ke mulut ini tidak terlepas dari kaitannya dengan keterbatasan biaya dan kebijakan pemasaran yang ada di rumah sakit.

Setelah dilakukan audit pada kedua faktor yaitu manajemen pemasaran dan promosi maka: dapat diketahui Klinik Spesialis Orthodonti ini memiliki kekuatan sebagai produk yang sudah punya segmen pasar sendiri dan keiemanannya belum adanya bagian pemasaran dan keterbatasan biaya untuk kegiatan pemasaran yang menyebabkan pemasaran di Klinik Spesialis Orthodonti ini belum optimal.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka Klinik Spesialis Orthodonti ini sem pihak manajemen RSGM harus lebih aktif lagi dalam memasarkan produknya, mengingat Klinik Spesialis Orthodonti ini memiliki potensi yang sangat besar, karena itu bagian pemasaran dalam manajemen ini sangat diperlukan agar dapat menyusun perencanaan pemasaran yang matang untuk dapat mencapai target yang diinginkan.

<hr>

The background of this research is there is no marketing department in RSGM management especially in Clinic Specialist of Orthodonti in the year 2005-2007. The activity of marketing which is not optimal

become one of the cause of the problem. Therefore researcher analyse at marketing management, promotion, make an audit of marketing, and also result of audit.

Intention of this research is known the strength and weakness of the marketing activity in Clinic Specialist of Orthodonti Year 2005-2007 and from this research result researcher giving the recommendation to improve the marketing activity. This research process is with circumstantial interview to the management of RSGM Trisakti and kuesioner to doctor of residensi S2 Orthodonti in Clinic Specialist of Orthodonti. For data processing by qualitative, and for the data of kuesioner grouped by persentase which later:then data processing qualitative as supporter of data qualitative.

From obtained research result found that marketing program in Clinic Specialist of Orthodontic are already exist but applying professionally therefor not optimal, researcher also find there is no special budget for the marketing activity every year, and because of none marketing department in management of RSGM which in this case marketing organization. Clinic Specialist promotion of Orthodonti this have walked but still limited with leaflet and mouth to mouth marketing. this problem bearing with limitation of expense and policy of marketing in hospital.

After make an audit of both factor that is marketing management and promotion known that Clinic Specialist of Orthodonti have the strenght as product which have had market segment and the weakness of there is no part of marketing and limitation of expense for the activity of marketing which was marketing activity in Clinic Specialist of Orthodonti this not yet optimal.

Base to the research result Clinic Specialist of Ortodonti and also management of RSGM have to be more active in marketing activity and also promoted Clinic Specialist as a number one product, knowing of the Orthodonti have very big potency, in consequence part of marketing in management of RSGM are needed, so can compile planning of matured marketing to be able to reach wanted goals.