# PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN (POSITIONING) KEUNIKAN JASA LAYANAN DALAM PENCIPTAAN NILAI PELANGGAN

**(STUDI KASUS PADA KLINIK SMILEY DENTAL CARE BANDUNG)**

Prof. Dr. H. Azhar Affandi, SE., M.Sc.1), Cassyta Regiani2), Program Studi Magister Manajemen

Konsentrasi Manajemen Administrasi Rumah Sakit Universitas Pasundan

Email2) : cassytaregiani@gmail.com

# ABSTRAK

*Kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut semakin tinggi, sehingga kebutuhan akan sarana dan prasarana kesehatan harus terus meningkat, oleh karena itu mutu juga kualitas sarana dan prasarana kesehatan menjadi hal yang penting dalam pemasaran klinik. Klinik Smiley Dental Care merupakan klinik gigi pertama di Kota Bandung yang terletak di dalam mall. Pesaing serupa yang semakin banyak menyebabkan Klinik Smiley Dental Care harus terus mengembangkan kliniknya agar dapat terus bertahan dan berkembang. Maka dari itu dibutuhkan perancangan strategi pemasaran keunikan jasa layanan dalam penciptaan nilai pelanggan di klinik ini Analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis eksternal dan internal dengan menggunakan matriks SWOT. Setelah didapatkan posisi strategis klinik saat ini, maka dipilih beberapa alternatif strategi pemasaran yang akan mengerucut pada strategi pemasaran pilihan. Program dan kegiatan pemasaran selanjutnya menjadi hasil*

*penelitian ini.*

*Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa Klinik Smiley Dental Care memiliki keunikan yang menjadi nilai lebih dari klinik pesaing namun belum didukung dengan perencanaan dan program pemasaran yang baik untuk mengembangkannya. Maka dari itu dari hasil penelitian ini disarankan beberapa alternatif strategi pemasaran untuk menciptakan nilai pelanggan.*

*Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Nilai Pelanggan, Keunikan Jasa, Analisis SWOT*

*DAFTAR PUSTAKA*

Abdurrahman, N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran.* Bandung: Pustaka Setia.

Alinawati, S. (2013). *Pengembangan Strategi pemasaran di Rumah Sakit Haji Medan.* Medan: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara.

Almiki, e. a. (2012). The Relationship Between Quality of Work Life and Turnover Intention of Primary Health Care Nurses in Saudi Arabia. *BMC Health Serv*, 112-114.

Anderson. (2019). *An Introduction to Management Science : Quantitative Approaches to Desicion Making 15th ed.* Cengage Learning.

Azwar, A. (2016). *Pengantar Administrasi Kesehatan edisi 4.* Jakarta: Binarupa Aksara.

Bradley, E. H. (2010). *Developing Strategies for Improving Health Care Delivery.* Retrieved from World Bank Open

Knowledge: https://openknowledge.worldbank.or g

Budisetyorini, B. (2017). Strategi Daya Saing Wisata Kota Tua Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis vol 4 no.1*.

Burns, D. (2006). Consumer Satisfaction in a Retail Selling Contribution of International Journal of Retail and Distribution Management.

*International Journal of Retail & Distribution Management*, 49-56.

Citra. (2018). *Perencanaan Strategis dalam Upaya Pengembangan Cancer Center Rumah Sakit Umum daerah Al-Ihsan Provinsi Jawa Barat.*

Bandung: Magister Manajemen Universitas Pasundan.

Cristea, A. (2014). positioning Strategies for Obtaining and Sustaining Competitive Advantage. *international Journal of Economic Practices and Theories Vol. No. 5* , 894-902.

D.A, G. (1987). *Managing Quality.* New York: The Free Press.

David, F. R. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases : A Competitive Advantage Approach 16th ed.*

England: Pearson Education Limited.

Effendi, U. (2014). *Asas Manajemen.*

Jakarta: Rajawali Pers.

Elawitachya, W. (2014). Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut di Puskesmas. *Jurnal Kesehatan Gigi dan Mulut*.

Endri. (2010). Analisis Strategi Pemasaran Skin medical center di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta. *Kes Mas : Jurnal Fakultas Kesehatan Masyarakat*.

Fantri Pamungkas, e. a. (2016). Pengalaman Pasien di Rawat Inap RS sebagai Upaya Penyusunan Strategi

Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen vol.14 no.1*.

Febriana, E. (2015). Rencana Pemasaran Klinik Eksekutif RS Hermina Depok dengan Pendekatan Balanced Scorecard. *Jurnal ARSI (Administrasi Rumah Sakit Indonesia) Vol.1, no.2*, 116-123.

Firdaus, A. H. (2018). Komunikasi Pemasaran RS Islam Malahayati dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien di Kota Medan. *Jurnal Online Mahasiswa: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik vol. no.1*, 1-11.

Fitria Rismawati, e. a. (2018). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targetting dan Positioning) pada Larissa Aesthetic Centre Cabang Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Vol.13 No.2*, 68-72.

Hami, M. A. (2016). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.39 No.1, Oktober*, 81-89.

Haniefah, F. R. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Klinik Kecantikan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.* Purwokerto: Program Studi Ekonomi Syariah : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam negeri (IAIN).

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus- kasus Pilihan.* Yogjakarta: Caps.

Hasyim, S. E. (2016). Persepsi Pasien Terhadap Bauran Pemasaran RS dan pilihan RS. *Jurnal Kedokteran Brawijaya vol.29 no.3*, 305-309.

Heningnurani, A. Y. (2019). Strategi Pemasaran RSUD H. Abdul Manap Kota Jambi. *Jurnal ARSI/Juni 2019*, 153-13.

Heriyanto, S. P. (2011). *Analisis Implementasi Strategi Pemasaran pada RS Lancang Kuing Pekanbaru.* Retrieved from Repository UNRI: https://repository.unri.ac.id

Herman. (2015). Analisis Strategi Positioning Universitas Hang Tuah. *Jurnal Aplikasi Administrasi vol.18*, 41-49.

Hill, C. W. (2012). *International Business 9ed.* McGraw-Hill Education.

Hoang, P. (2018). *Business Management 4th Edition.* IB Diploma Business Management.

Kirkbir, E. C. (2007). Customer Perceived Value: The Development of Multiple Item Scale in Hospitals. *Problem and Perspectives in Management 5 (3)*,

252-268.

Kokemuller, N. (2016). *Positioning Analysis in Identifying Target Market.* Texas: Hearst Newspaper LLC.

Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th ed.* USA: Prentice Hall International Editions.

M, T. H. (2016). *A Brand Positioning Strategy Recomendation for an Asian Cosmetic Giant : Shiseido in Western and Central Europe.*

Copenhagen: Copenhagen Business School.

Masri Saragih, J. A. (2017). Faktor-faktor bauran Pemasaran yang Berhubungan dengan Kepuasan Pasien. *IDEA : Nursing Journal Vol. VIII No.2*, 1-7.

Mauliansyah, R. (2017). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan vol.8 no.2*, 818-826.

Mauliansyah, R. (2017). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.6 No.2*, 818-826.

Nasar Radfan, e. a. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Paru RS Batu Paru.

*JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.13 no.2*, 220-228.

Nursalam. (2011). *Proses dan Dokumentasi Keperawatan, Konsep dan Praktek.* Jakarta: Salemba Medika.

Nurwandi, S. d. (2009). Analisis Strategi Pemasaran dalam Memasarkan Produk Jasa. Studi Kasus pada RS Karya Bakti. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 137-147.

Paliliati, A. (2007). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan.

*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan vol.9 no.1*, 73-81.

Pangestu, H. T. (2019). Pengaruh Kebutuhan Uniqueness, Status dan Hedonic Value terhadap Consumer-Brand Identification dan Brand Loyalty Konsumen Merek-Merek Fashion Mewah di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran vo. no.1*.

Poli, e. a. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection. *Jurnal Berkas Ilmiah Efisiensi Vol. 15 No. 5*, 755-766.

Purnamasari, I. (2019). *Rancangan Strategi Pemasaran di Klinik Anugrah kecamatan Lengkong dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pasien.* Bandung: Program Studi Magister Manajemen Universitas Pasundan.

Purwitasari. (2016). *Rancangan Strategi Pemasaran Pelayanan kesehatan Puskesmas Soreang UPTD Pelayanan Kesehatan Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung.*

Retrieved from Repository UNPAS: [http://repository.unpas.ac.id](http://repository.unpas.ac.id/)

Radhitiyo, D. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Mitra Family dengan Pendekatan Service Quality (SERVQUAL). *Jurnal Online Teknik Industri Itenas vol.3 No.4*.

Rangkutti, F. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis "Analisis SWOT" : Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI .* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Strategi untuk Organisasi Publik dan Organisasi non-Profit.* Jakarta: PT. Grasindo.

Sanders, R. R. (2013). *Operation Management: An Integrated Approach 5th Ed.* Singapore: John Wiley and Sons Singapore Pte, Ltd, Inc.

Sari, W. (2012). Penerapan Fungsi Manajemen dalam Pengelolaan Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan Vol. 1 no.1 September 2012*, 41.

Shoki, M. (2012). Relationship Between Customers Perceived Values, Satisfaction and Loyalty of Mobile Phone Users. *Rev. Integrated Bussiness Economic Res. Vol. 1 (1)*.

Sofjan, A. (2014). *Manajemen Pemasaran .*

Jakarta: Grafindo.

Solihin, I. (2012). *Pengantar Manajemen.*

Jakarta: Erlangga.

Sriyanti, C. (2016). *Mutu Layanan KEbidanan dan Kebijakan Kesehatan.* Jakarta: Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.

Subianto, A. (2016). *Analisis SWOT tentang Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Pasien di*

*KLinik Bunda.* Surakarta: Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Susanto, M. I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit. *Kes Mas : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 33-38.

Susanto, Z. (2017). Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran di Klinik Pratama PKU Muhammadyah Cangkringan.

*Proceeding Health Architecture, 1(1)*, 224-234.

Terry, G. R. (2016). *Dasar-dasar Manajemen.* Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran.*

Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan.* Jogjakarta: Andi.

Totok. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasin Rawat Inap di RS Kelas VIP. *BALANCE : Economic, Busines, Management and Accounting Journal Vol8 No.1*.

Weiss, D. (2011). Word of Mouth. *ABA Journal 97 (5)*, 53-54.

Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, POsitioning dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *AGORA Vol.5 No.1*.

Yuliani. (2015). *Analisa SWOT pada Pelayanan Gii Puskesmas Temon I Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo.* Yogyakarta: Program Studi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.