

Strategi Digital Marketing dengan Pendekatan Marketing Mix di Rumah Sakit Budi Kemuliaan = Digital Marketing Strategy with Marketing Mix Approach at Budi Kemuliaan Hospital

Naenda Stasya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515896&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi melalui internet dan perkembangan strategi marketing yang mengikutinya menjadi alasan rumah sakit untuk ikut merumuskan pengembangan strategi marketing . Sudah sejak lama bahwa strategi marketing berdasarkan marketing mix telah banyak digunakan untuk mencapai keberhasilan organisasi. Diperlukan pengembangan strategi marketing yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai zamannya namun tetap berupaya untuk mencapai keberhasilan tujuan organisasi. Oleh karena itu peneliti tertarik mengangkat strategi digital marketing dengan pendekatan marketing mix di RS Budi Kemuliaan sebagai penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif dan disain penelitian adalah crosssectional. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan dilanjutkan dengan Consensus Decision Making Group (CDMG) untuk penentuan strategi. Arah strategi RS Budi Kemuliaan adalah Adding Value Strategy sehingga konsep pemasaran pun harus memiliki adding value untuk pelanggan. Strategy Marketing Mix melalui elemen 7P yaitu Product, Promotion, Price, Place, People, Process, dan Physical Evidence ini sesuai dengan konsep marketing RS Budi Kemuliaan. Sementara Strategi Digital marketing yang sesuai dengan resources RS Budi Kemuliaan adalah optimalisasi website, media social, email, mobile phone dan video. Hasil penelitian ini adalah penggabungan dirumuskan Strategi Digital Marketing dengan Pendekatan Marketing Mix yang sesuai dengan RS Budi Kemuliaan yang disebut dengan Strategi Digital Marketing Mix. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan panduan strategi digital marketing di RS Budi Kemuliaan.

.....The development of information technology through the internet and the development of marketing strategies that follow are the reasons for the hospital to participate in formulating the development of a marketing strategy. It has been a long time since marketing strategies based on the marketing mix have been widely used to achieve organizational success. It is necessary to develop a marketing strategy that can meet the needs of customers according to their era but still strive to achieve the success of organizational goals. Therefore, researchers are interested in adopting a digital marketing strategy with a marketing mix approach at Budi Kemuliaan Hospital as research. This research is a descriptive analytic study with a qualitative approach and the research design is cross-sectional. This study used in-depth interviews and was continued with the CDMG (Consensus Decision Making Group) to determine strategy. The strategic direction of Budi Kemuliaan Hospital is the Adding Value Strategy, so that the marketing concept must have adding value for customers too. The Marketing Mix Strategy through the 7P elements, namely Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence is in accordance with the marketing concept of Budi Kemuliaan Hospital. Meanwhile, the digital marketing strategy that is in accordance with Budi Kemuliaan Hospital's resources is to optimize the website, social media, email, mobile phone and video. The result of this research is a combination of formulated Digital Marketing Strategy with Marketing Mix Approach in accordance with Budi Kemuliaan Hospital which is called the Digital Marketing Mix Strategy. This study aims to obtain a digital marketing strategy guide at Budi Kemuliaan Hospital.