

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA
MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA SB DENTAL
MALANG**

SKRIPSI



Disusun oleh :

SYAMSU'

NIM : 2014120150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2018**

RINGKASAN

Usaha SB Dental merupakan salah satu bidang usaha untuk perawatan gigi diantaranya pasang gigi palsu, behel, valpast standart braket, transparan, frame, akrilik, crown, mini bracket, keramik, flexible dan venner, yang mana usaha SB Dental ini berada di Jalan Joyo Tambaksari Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi dan mulut saat ini sudah cukup tinggi seiring dengan meningkatnya kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengukur data dan mengevaluasi data yang ada. Hasil penelitian ini adalah Strategi pemasaran yang diterapkan oleh SB Dental adalah dengan mengembangkan 7P yang terdiri dari tujuh unsur yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process*. Strategi pemasaran yang diterapkan dalam upaya menjaga loyalitas konsumen SB Dental yaitu menjaga kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan menjaga kebersihan lingkungan. Dengan penerapan strategi pemasaran tersebut, hingga saat ini pelanggan SB Dental sudah tersebar di wilayah Malang dan di luar kota Malang seperti Blitar, Kediri, Pasuruan, Surabaya, Probolinggo.

Kata Kunci: Pengetahuan, Ketereampilan, Kemampuan, Kreativitas, Kienerja Karyawan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha SB Dental merupakan salah satu bidang usaha untuk perawatan gigi diantaranya pasang gigi palsu, behel, valpast standart braket, transparan, frame, akrilik, crown, mini bracket, keramik, flexible dan venner, yang mana usaha SB Dental ini berada di Jalan Joyo Tambaksari Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi dan mulut saat ini sudah cukup tinggi seiring dengan meningkatnya kondisi sosial dan ekonomi masyarakat.

Dahulu masyarakat hanya mengunjungi dokter gigi pada saat sakit gigi saja, tetapi sekarang sudah banyak masyarakat mengunjungi dokter gigi untuk melakukan perawatan pencegahan sebelum terjadinya sakit gigi ataupun melakukan perawatan untuk estetika gigi seperti perawatan dengan kawat gigi. Untuk mencapai tujuan perusahaan sangatlah tidak mudah maka pentingnya pengusaha untuk melakukan proses pengembangan strategi pemasaran, usaha dental gigi harus menentukan target pasar yang akan dituju dan melakukan identifikasi bauran pemasaran apa yang dapat digunakan untuk memuaskan target pasar yang akan dituju (Perre Ault dan Mc Carthy, 2002).

Ada empat variabel awal dalam bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* atau dikenal dengan 4P's (Perre Ault dan Mc Carthy, 2002). Karena keterbatasan dalam pengembangan *product*, *price*, dan *place*

dalam pelayanan jasa kesehatan, telah menjadikan *promotion* sebagai ujung tombak yang dapat digunakan untuk meraih pasar yang lebih luas (Thomas, 2008). Bauran pemasaran yang terdapat di SB Dental juga memiliki keterbatasan dalam pengembangan *product, price, dan place*. Produk dari SB Dental adalah pelayanan perawatan gigi dan mulut yang dibatasi oleh kompetensi dari dokter gigi dan dokter gigi spesialis, harga yang diberikan kepada pasien juga merupakan harga yang wajar dengan melihat *unit cost* dan harga dari klinik pesaing. Dari sisi tempat tidak dapat dilakukan pengembangan lagi karena keterbatasan lahan yang dimiliki. Pengembangan lebih lanjut yang bisa dilakukan oleh klinik adalah sisi promosi dan pelayanan.

Sebagai salah satu bisnis jasa, bukan berarti bisnis tersebut sangat mudah akan tetapi sebaliknya yakni organisasi harus melewati tahapan-tahapan terlebih dahulu, diantaranya adalah perencanaan, kemudian menganalisis pasar yang telah ada lewat berbagai kegiatan. Secara terperinci kegiatan-kegiatan tersebut meliputi studi batas dan struktur pasar, studi deskripsi konsumen, studi dan deskripsi industri serta sistem nilai tambah, evaluasi pesaing inti, prediksi potensi pertumbuhan pasar. Lima kegiatan demikian, merupakan kerangka kerja yang memberikan landasan penting identifikasi segmen pasar dan keunggulan bersaing. Pasar adalah harus ditentukan dan dianalisis untuk kejelasan arena pertempuran dan penerimaan profit dari keberhasilan bersaing.

Pesatnya usaha-usaha sejenis dental gigi khususnya di kota Malang, membuat persaingan yang begitu ketat dalam memperebutkan pasar sebagai tempat untuk memperjualbelikan produk yang sudah dihasilkan. Hal semacam

itu mengharuskan seorang pengusaha harus memiliki strategi pemasaran yang bagus untuk menghadapi persaingan modern, dan juga mengharuskan pengusaha melakukan strategi pemasaran agar pengusaha itu sendiri mengetahui apa saja strategi yang tepat yang bisa diterapkan di dalam usahanya.

Dengan latar belakang di atas penulis berfokus pada kualitas pelayan dan strategi pemasarasan dalam menciptakan loyalitas pelanggan di SB Dental merjosari, Kab. Malang. Dalam hal ini karena strategi pemasaran dianggap sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA SB DENTAL MALANG**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran sebagai upaya menciptakan loyalitas pelanggan pada SB Dental Malang ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui strategi pemasaran sebagai upaya menciptakan loyalitas pelanggan pada SB Dental Malang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran dapat menciptakan loyalitas pelanggan di SB Dental Merjosari
2. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam usaha menciptakan loyalitas pelanggan

3. Memberikan pengalaman kepada peneliti dalam melakukan penelitian terhadap mahasiswa manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Christian A.D Selang, 2017. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*
- Khotimah, 2018. *Analisis swot sebagai dasar perumusan strategi pemasaran usaha ayam petelur jantan pada ud. Jaya abadi di desa robyong kecamatan pakis kabupaten malang.*
- Kotler Philip, Manajemen di Indonesia (*Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*), terjemahan A.B Suasnto, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Novan Haryono , Rooney Octavia, 2014. *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen.*
- Nani Ernawati; Yupi Yuliawati, 2017. *Dampak Pelayanan terhadap Loyalitas dan Kepercayaan yang Dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen: Kasus Klinik Kesehatan di Kota Bandung.*
- Midi hayani 2017. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Rumah Sakit Omni Pulomas.*
- Mardiana, 2016. *Pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan butik busana muslim anisa kota gorontalo.*
- Prastiyo, 2017. *Strategi Pemasaran Produk Jahe Merah Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan UD. Barokah Ungaran.*
- Wahyu Kartika Aji, 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien.*
- Yuwono, 2018. *Penelitian Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Jasa Printing Digital Pada PT. Elang Perkasa Langgeng.*
- Franky Susanto, 2013. *Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggann Pt Mitra 10 Surabaya.*
- Andy Gunawan, 2013. *Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name, Dan Price Discounts Terhadap Purchase Intentions Konsumen Infinite Tunjungan Plaza.*
- Randy Christian Winarta, 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri Terhadap Kepuasan.*

Hamidi, Wilopo 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (survey pada konsumen sepeda motor merek Honda di dealer pt.nusantara surya sakti, malang).*

Evi Husniati Sya'idah, 2018. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan.*

Maulana Pandhu Wicaksana, 2018. *Pengaruh Produk , Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bioskop Xxi Paragon Mall Di Kota Semarang.*

Ayu Fitriani, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Sukomoro Kabupaten Nganjuk.*

Yanto Heryanto, 2018. *Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Darma Ayu Kabupaten Indramayu (Studi Kasus Di Kelurahan Margadadi).*

Mariaty Ibrahim, Rahman Saputra, 2015. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Eria Bunda Pekanbaru.*

Febri Tiera, 2012, *Analisis Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Merek Suzuki Di Kota Medan.*

Sri Hartini, Amrin Mulia Utama, 2016. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Padacarrefour Citra Garden Medan.*

Hari Wijaya, Hani Sirine 2016. *Strategi Segmenting, Targeting, Positioning, Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap.*

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-loyalitas-pelanggan-atau-konsumen/13626/2>(22:17.15-08-2018)

<https://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian-konsep-definisi-pemasaran/>(18:29.16-082028)