



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

Nama : Fitri Susiswani Isbandi
Nim : 55209120038
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Terapi Holistik
Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Jasa
Kesehatan (Studi Kasus Terapi Bekam Steril Pada
Waroeng Sehat)
Jumlah halaman : 125 Halaman + 10 Lampiran
Bibliografi : 25 acuan, Tahun 1993 - 2013

ABSTRAK

Waroeng Sehat adalah sebuah usaha jasa kesehatan yang bergerak dalam penjualan obat dan terapi herbal. Keberadaan klinik Waroeng Sehat, bermula dari sebuah kios kecil di pojok salah satu mall di wilayah Tangerang dengan jumlah karyawan satu orang dan mulai dikenal masyarakat sebagai toko herbal dan tempat terapi yang alami serta bermanfaat untuk kesehatan masyarakat. Selain menyediakan berbagai macam produk herbal, dll.

Komunikasi dalam bisnis merupakan jembatan penghubung antara penyedia jasa dengan pelanggan jasa. Keberadaan jasa perlu dikomunikasikan dengan pelanggan, karena tanpa adanya komunikasi yang bermuatan bisnis kemungkinan akan adanya penolakan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Kotler dalam Rangkuti (2000:18) mendefinisikan bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi serta distribusi sejumlah barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi".

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Klinik Waroeng Sehat melakukan pemasangan banner di beberapa titik strategis, misalkan X-Banner, jadwal imsakiah, dll, membuat bulletin, dan juga membuat brosur; strategi pemasaran internal yang telah dilakukan oleh Klinik Waroeng Sehat adalah bagi karyawan biasa, Klinik Waroeng Sehat memberikan pelatihan untuk menjadi terapis, sementara untuk terapis bekam, pelatihan juga diberikan dalam bidang terapi lain; dan strategi pemasaran interaktif yang telah dilakukan oleh Klinik Waroeng Sehat adalah dengan mengadakan program-program rutin, misalnya seperti buka stand cek darah, kolesterol, dll setiap hari minggu pagi di kompleks puribeta, atau dengan melaksanakan bekam massal di masjid kompleks puribeta, menyebarkan brosur, dll.

ABSTRACT

Waroeng Sehat is a health institution that sells herbal medicine and providing herbal therapy. Waroeng Sehat, started from small store placed right on the corner of mall in Tangerang, that consists of one employee and began to known as a herbal store and a natural therapy place.

Communication in business is a medium between service provider and service customer. Service existence required to be communicated with the customer, because without communication in business, customer probably reject the product or service which is offered by a company.

Marketing is one of the most critical activities in a business. Kotler in Rangkuti defines (2008:18) that marketing is a process of planning and concept, price, promotion and also distribution of several goods services to create an exchange which fulfill individual and organizations goals.

The result of this research shows that Waroeng Sehat is using banner on several strategic points such as X-Banner, imsakiyah schedule, etc, publish a bulletin, and also distributing brochure; internal marketing strategy that has been implemented by Waroeng Sehat is establishing training for the regular employees, training for therapy'st, and bekam therapy'st, training also provided for other therapy'st; interactive marketing strategy that has been implemented by Waroeng Sehat is by establishing routine events, such as blood control stand, cholesterol checking, etc every Sunday morning at puribeta, or by establishing free mass bekam event at puribeta mosque, distributing brochures, etc.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA