

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN
PELAYANAN UNGGULAN KLINIK KOSMETIK MEDIK DI RSUD SUMBERREJO
BOJONEGORO**

**ARGITA DWI ANANTI-25000120140093
2024-SKRIPSI**

Adanya tren kecantikan yang semakin meningkat, dimanfaatkan oleh RSUD Sumberrejo untuk mengembangkan layanan unggulan bernama klinik kosmetik medik. Berdasarkan studi pendahuluan didapatkan bahwa kunjungan klinik kosmetik medik masih fluktuatif tiap bulannya, warga sekitar masih belum mengetahui adanya klinik tersebut, dan pemasaran yang dilakukan masih belum optimal. Untuk mengoptimalkan layanan agar dapat berkontribusi positif terhadap pendapatan rumah sakit dan meningkatkan daya saing, RSUD Sumberrejo harus membuat strategi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran klinik kosmetik medik RSUD Sumberrejo Bojonegoro. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penentuan informan menggunakan metode *purposive*. Penelitian ini menganalisis faktor internal berupa pemasaran, keuangan, penelitian dan pengembangan serta faktor eksternal berupa ekonomi, teknologi, dan pesaing. Hasil penelitian menghasilkan kekuatan salah satunya dokter kompeten, kelemahan salah satunya belum memiliki tim litbang, peluang salah satunya pasar sasaran luas, serta ancaman salah satunya persepsi negatif tentang rumah sakit. Berdasarkan matriks IFE diperoleh nilai 2,40 sedangkan matriks EFE 2,65. Klinik kosmetik medik berada di kuadran I strategi agresif. Untuk mendapatkan strategi utama dari beberapa pilihan strategi ditentukan dengan QSPM sehingga memperoleh strategi meningkatkan kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Rumah Sakit, Klinik Kosmetik, SWOT, QSPM