

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN KUNJUNGAN PASIEN DI KLINIK PRATAMA DIPONEGORO I KOTA SEMARANG

**RIZKA AMALIA PUTRI WIBOWO-25000121130172
2025-SKRIPSI**

Klinik pratama merupakan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) yang menyediakan layanan medis dasar, mencakup layanan umum maupun khusus. Klinik Pratama Diponegoro I Kota Semarang memiliki jumlah peserta JKN terbanyak di antara klinik pratama di Kota Semarang, namun kunjungan pasien menunjukkan grafik fluktuatif. Meskipun menyediakan layanan kesehatan berkualitas dan lengkap bagi civitas akademika Universitas Diponegoro serta masyarakat sekitar, tingkat pemanfaatan layanan belum optimal. Rendahnya kesadaran masyarakat dan mahasiswa terhadap layanan yang tersedia, minimnya informasi jaminan kesehatan, serta strategi pemasaran yang terbatas menjadi kendala utama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran dalam peningkatan kunjungan pasien di Klinik Pratama Diponegoro I Kota Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam memperoleh informasi dan data yang akurat, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam kepada informan yang terpilih. Penelitian ini menganalisis faktor internal meliputi manajemen, pemasaran 7P (produk, harga, promosi, tempat, partisipan, bukti fisik, dan proses), keuangan, penelitian dan pengembangan serta faktor eksternal meliputi ekonomi, teknologi, pesaing, dan politik. Hasil total nilai tertimbang matriks IFE adalah 3,01 dan total nilai tertimbang matriks EFE adalah 3,42. Berdasarkan matriks IE dan kuadran SWOT, Klinik Pratama Diponegoro I Kota Semarang berada di posisi pertumbuhan. Matriks SWOT menganalisis sebelas strategi dengan strategi prioritas terpilih pada matriks QSPM adalah meningkatkan kualitas layanan medis dan non medis.

Kata kunci : Klinik Pratama, Strategi pemasaran, SWOT, QSPM