

RANCANGAN STRATEGI PROMOSI BERBASIS WEBSITE DI KLINIK DNA FAVORIT TAHUN 2024- 2027

Fikry Haruno Prijadanto

NIM 2020050883

SKRIPSI Program Sarjana Manajemen Bisnis

Angkatan 16



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN PPM

Jakarta

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fikry Haruno Prijadanto

Nim : 2020050883

Program Studi : Manajemen Bisnis

Judul Skripsi : Rancangan Strategi Promosi Berbasis *website* pada Klinik DNA Favorit Tahun 2024-2027

Yang telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen/Sarjana Manajemen/Sarjana Akuntansi pada Program Studi Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Disetujui oleh:

DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama: Dr. Aprihatiningrum Hidayati, S.Psi, MM

Pembimbing Kedua : Nanda Alifia Putri, SBns., M.M.

Diketahui oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen PPM

Ketua Sekolah Tinggi

Dr. Erni Ernawati, S.TP., M.M.

AC Mahendra K Datu, MA, Ph.D

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Juli

PERNYATAAN KEASLIAN

Merujuk pada Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 17 Tahun 2010 Tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi, saya **Fikry Haruno Prijadanto** secara tegas dan jujur menyatakan bahwa dalam skripsi berjudul **Rancangan Strategi Promosi Berbasis Website pada Klinik DNA Favorit Tahun 2024-2027** saya tidak,

- a. mengacu dan/atau mengutip istilah, kata-kata dan/atau kalimat, data dan/atau informasi dari suatu sumber tanpa menyebutkan sumber dalam catatan kutipan, dan/atau tanpa menyatakan sumber secara memadai,

- b. mengacu dan/atau mengutip secara acak istilah, kata-kata dan/atau kalimat, data dan/atau informasi dari suatu sumber tanpa menyebutkan sumber dalam catatan kutipan, dan/atau tanpa menyatakan sumber secara memadai,

- c. menggunakan sumber gagasan, pendapat, pandangan, atau teori tanpa menyatakan sumber secara memadai,

- d. merumuskan dengan kata-kata dan/atau kalimat dari sumber kata-kata dan/atau kalimat, pendapat, pandangan, atau teori tanpa menyatakan sumber secara memadai,

- e. menyerahkan suatu karya ilmiah yang dihasilkan dan/atau telah dipublikasikan oleh pihak lain sebagai karya ilmiahnya tanpa menyatakan sumber yang memadai.

Bila kelak di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar, sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar sesuai ketentuan yang berlaku di Sekolah Tinggi Manajemen PPM.

Jakarta, 19 Juli 2024

(Fikry Haruno Prijadanto)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikry Haruno Prijadanto
NIM : 2020050883
Program Studi : Sarjana Manajemen Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Rancangan Strategi Promosi Berbasis *website* pada Klinik DNA Favorit Tahun 2024-2027

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Manajemen PPM berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Juli 2024

Yang menyatakan

(Fikry Haruno Prijadanto)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala berkat dan rahmat-Nya maka segala proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tesis dengan judul “Rancangan Strategi Promosi Berbasis *Website* Pada Klinik Dna Favorit Tahun 2024-2027” ini ditujukan sebagai sumbangsih nyata bagi perkembangan ilmu manajemen, serta untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis guna memperoleh gelar Magister Manajemen di Sekolah Tinggi Manajemen PPM.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya karena bimbingan, bantuan dan doa dari segala pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Kedua dosen pembimbing saya yaitu Dr. Aprihatiningrum Hidayati, S.Psi, MM dan Nanda Alifia Putri, SBns., M.M.
2. Staff akademisi dari Sekolah Tinggi Manajemen PPM khususnya Fakultas Manajemen Bisnis
3. Klinik DNA Favorit Bogor
4. Kedua orang tua yang sudah selalu mendukung
5. Teman baik (Tarissa)

Akhir kata, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan tesis ini. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun dapat disampaikan untuk kesempurnaan tesis ini. Penulis sangat mengharapkan agar tesis ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 19 Juli 2024

Fikry Haruno Prijadanto

ABSTRACT

WEBSITE-BASED PROMOTIONAL STRATEGY DESIGN FOR FAVORITE DNA CLINICS IN 2024-2027

One of the keys to success so that a product or service can be widely known is by carrying out promotional activities. In general, for companies, especially B2B (Business to Business), the use of websites for business process purposes is still a priority. This research aims to determine the digital marketing and promotion strategies at Favorit DNA Clinic, analyze the GAP and SWOT in digital promotions for the Favorit DNA Clinic website, and analyze digital promotion strategies on the right webpage for Favorit DNA Clinic. Data was collected by interviewing stakeholders and conducting questionnaires with 30 Favorit DNA Clinic patients. The research results show that the strategy to improve the performance of the DNA Favorit website through a website redesign, keyword analysis and SEO implementation has positively impacted visibility and user interaction. Redesigning the website to be more user-friendly and attractive increases users and increases user satisfaction. Choosing relevant and specific keywords helps improve the website's position in search results. Informative and continuously updated content attracts visitors and encourages further interaction with the website.

Keywords: informative, user-friendly, promotion, marketing, SEO, website

ABSTRAK

RANCANGAN STRATEGI PROMOSI BERBASIS *WEBSITE* PADA KLINIK DNA FAVORIT TAHUN 2024-2027

Salah satu kunci keberhasilan agar produk atau jasa dapat dikenal secara luas yaitu dengan melakukan kegiatan promosi. Umumnya perusahaan terutama B2B (*Business to Business*), penggunaan *website* dalam keperluan proses bisnis masih menjadi primadona. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan promosi digital yang telah dilakukan di Klinik DNA Favorit, menganalisis GAP dan SWOT yang ada pada promosi digital untuk *website* Klinik DNA Favorit, dan menganalisis strategi promosi digital pada *website* yang tepat bagi Klinik DNA Favorit. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara *stakeholder* dan melakukan wawancara kuesioner terhadap 30 pasien Klinik DNA Favorit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan kinerja *website* DNA Favorit melalui desain ulang *website*, analisis kata kunci, dan implementasi SEO memberikan dampak positif terhadap visibilitas dan interaksi pengguna. Desain ulang *website* yang lebih *user-friendly* dan tampilan yang menarik meningkatkan pengguna serta meningkatkan kepuasan pengguna. Pemilihan kata kunci yang relevan dan spesifik membantu meningkatkan posisi *website* di hasil pencarian. Konten yang informatif dan terus diperbarui menarik pengunjung dan mendorong interaksi lebih lanjut dengan *website*.

Kata kunci : informatif, *user-friendly*, promosi, pemasaran, SEO, *website*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Bahasan	9
1.6 Sistematika penulisan	9
II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pemasaran.....	11
2.2 Segmentation, Targeting, Positioning	11
2.3 Segmentation	11
2.4 Targetting	13
2.5 Positioning.....	14
2.6 Bauran Pemasaran (4P)	15
2.7 Digital Marketing	16
2.8 The Digital Marketing Mix.....	17
2.9 Marketing Funnel	18
2.10 Analisis SWOT	19
2.11 Search Engine Optimization (SEO).....	20
2.12 Kerangka analisis.....	20
2.13 Analisis Situasi (Faktor Internal dan External).....	23
2.14 Analisis SWOT	24
III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3 Metode analisis data	26
IV COMPANY PROFILE DAN PROSES BISNIS	29
4.1 Identitas Perusahaan	29
4.2 Profil Perusahaan.....	29
4.3 Visi Perusahaan	30

4.4	Misi Perusahaan	30
4.5	Layanan Perusahaan	30
4.6	Struktur Organisasi Perusahaan	31
V	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
5.1	Analisis internal	33
5.1.1	Analisis Strategi Pemasaran	33
5.1.2	Analisis Strategi Promosi <i>Website</i>	34
5.1.3	Analisis Kinerja <i>Website</i>	34
5.1.4	Analisis Customer Journey.....	35
5.2	Analisis External.....	39
5.2.1	Analisis Strategi Promosi <i>website</i> Kompetitor	40
5.2.2	Analisis Kinerja <i>website</i> Kompetitor	41
5.2.1	Analisis Fitur <i>website</i> Kompetitor	42
5.3	Analisis GAP	42
5.4	Analisis SWOT	42
5.5	Objectives.....	42
5.6	Formulasi Strategi <i>website</i>	45
5.7	Implementasi Strategi <i>website</i>	46
5.8	<i>Action Plan website</i>	47
5.9	Controlling	47
VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
6.1	Kesimpulan	48
6.2	Saran	48
	DAFTAR PUSTAKA.....	50
	LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan kinerja website klinik dna favorit dengan kompetitor sejenis.....	5
Tabel 2 Search Engine Results Page	6
Tabel 3 Nilai kategori analytics website	34
Tabel 4 Customer journey berdasarkan usia	36
Tabel 5 Customer journey berdasarkan domisili	36
Tabel 6 Customer journey berdasarkan jenis layanan	36
Tabel 7 Audit SEO website	42
Tabel 8 Perbandingan fitur Klinik DNA Favorit dengan competitor sejenis	42
Tabel 9 Analisis GAP	42
Tabel 10 Layanan kesehatan di Klinik DNA Favorit	46
Tabel 11 Strategi promosi	47
Tabel 12 Rancangan biaya	47
Tabel 13 Peningkatan kinerja website	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pertumbuhan Industri Kesehatan di Indonesia	1
Gambar 2	Kerangka Kerja The SOSTAC Planning Framework.....	21
Gambar 3	Kerangka Analisis	23
Gambar 4	Struktur Organisasi Perusahaan	31
Gambar 5	Banner Promosi	34
Gambar 6	Data Pengguna Website dan Traffic	35
Gambar 7	Customer Journey Berdasakan Awareness	37
Gambar 8	Customer Journey Berdasarkan Visit Website	37
Gambar 9	Customer Journey Berdasarkan Decision	38
Gambar 10	Customer Journey Berdasarkan Awareness	38
Gambar 11	Website Competitor Prodia	40
Gambar 12	Website Competitor Laboratorium Cito	40
Gambar 13	Website Competitor Siloam Hospital.....	41
Gambar 14	Website Competitor Tirta Medical Centre	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil wawancara bersama stakeholder.....	70
Lampiran 2 Dokumentasi pada Lokasi penelitian.....	70