

TESIS

STRATEGI PEMASARAN KLINIK GIGI DI KOTA BANJARMASIN

(STUDI ETNOMETODOLOGI PADA KLINIK GIGI DI KOTA

BANJARMASIN)



Oleh :

REZA SETIAWAN

2120318310032

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2023

TESIS
STRATEGI PEMASARAN PADA KLINIK GIGI DI KOTA
BANJARMASIN (STUDI ETNOMETODOLOGI PADA KLINIK GIGI DI
KOTA BANJARMASIN)

REZA SETIAWAN

2120318310032

Proposal Tesis

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar M.M

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : **STRATEGI PEMASARAN PADA KLINIK GIGI DI KOTA BANJARMASIN (STUDI ETNOMETODOLOGI KLINIK GIGI DI KOTA BANJARMASIN)**

Nama : **REZA SETIAWAN**

NIM : **2120318310032**

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Abdurrahman Sadikin, S.E., M.M.

NIP.197902132 001121 1 001

Mengetahui,
Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Zakhyadi Ariffin, Drs., M.Si.

NIP. 19600208 198703 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah TESIS saya yang berjudul:

“Strategi Manajemen Pemasaran Pada Klinik Dentist Point (Studi Etnometodologi Penyakit Gigi dan Mulut di Kota Banjarmasin)”

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah TESIS ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TESIS ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (M.M) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Banjarmasin, 10 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

Reza Setiawan

NIM. 2120318310032

ABSTRACT

Reza Setiawan, *Marketing Strategy for Dental Clinics in Banjarmasin City (Ethnomethodological Study of Dental Clinics in Banjarmasin City)*. Abdurrahman Sadikin (Guide).

This research aims to find out what patients want regarding Dental Clinic services in Banjarmasin City. Find out how Marketing Strategies can increase the number of Dental Clinic patients in Banjarmasin City.

This research method requires 9 main informants who own the Banjarmasin Dental Clinic. Purposive sampling is used to select informants by selecting them based on the required data. Data collection methods in this research are observation, documentation and in-depth interviews, following an ethnomethodological approach. Marketing Strategy for Dental Clinics in the city of Banjarmasin.

The research results concluded that the public's desires for Dental Clinics in Banjarmasin City include cost transparency, education via social media, and a calming approach to trauma patients. People want comfortable and communicative treatment from dentists, online reservation services, package prices, friendliness, and educational promotions on social media. The Dental Clinic's strategy to increase the number of patients includes: Online consultation service for cost estimates without the need to come first. Providing dental health education in Banjarmasin via social media. Providing education about dental tools and care to eliminate patient trauma. Providing an attractive atmosphere for children with a specialist pediatric dentist. Patients are reminded to come before they become seriously ill. Active on social media for education and promotions that attract patient interest.

Keywords: Marketing Strategy.

ABSTRAK

Reza Setiawan, Strategi Pemasaran Klinik Gigi Di Kota Banjarmasin (Studi Etnometodologi Pada Klinik Gigi Di Kota Banjarmasin). Abdurrahman Sadikin (Pembimbing).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja keinginan pasien terhadap pelayanan Klinik Gigi di Kota Banjarmasin. Mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran yang dapat meningkatkan jumlah pasien Klinik Gigi di Kota Banjarmasin.

Metode penelitian ini membutuhkan 9 informan utama pemilik Klinik Gigi Banjarmasin. Purposive sampling digunakan untuk memilih informan dengan cara memilihnya berdasarkan data yang dibutuhkan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam, dengan mengikuti pendekatan etnometodologi. Strategi Pemasaran Klinik Gigi di kota Banjarmasin.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keinginan masyarakat terhadap Klinik Gigi di Kota Banjarmasin mencakup transparansi biaya, edukasi melalui sosial media, dan pendekatan yang menenangkan pasien traumatik. Masyarakat menginginkan perawatan yang nyaman dan komunikatif dari dokter gigi, pelayanan reservasi online, harga paket, keramahan, dan promosi edukatif di media sosial. Strategi Klinik Gigi untuk meningkatkan jumlah pasien meliputi: Layanan konsultasi online untuk perkiraan biaya tanpa perlu datang terlebih dahulu. Memberikan edukasi kesehatan gigi di Banjarmasin melalui media sosial. Memberikan edukasi tentang alat-alat dan perawatan gigi untuk menghilangkan trauma pasien. Menyediakan nuansa menarik bagi anak-anak dengan dokter gigi spesialis anak. Pasien diingatkan untuk datang sebelum sakit parah Aktif di media sosial untuk edukasi dan promosi yang menarik minat pasien.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran.

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat.Penelitian	13
1. Manfaat.Teoritis.....	13
1.5 Research Gap	13
1.6 Fenomena Gap.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Strategi Pemasaran	15
2.1.2 Pemasaran Jasa	39
2.1.3 Penyakit Gigi dan Mulut.....	40
2.1.4 Fasilitas.....	41
2.1.5 Edukasi Kesehatan	44
2.1.6 Etnometodologi	47
2.2 Penelitian Terdahulu.....	53
BAB III.....	59
ALUR PIKIR PENELITIAN.....	59
3.1 Kerangka Pemikiran	59
BAB IV.....	63
METODE PENELITIAN	63
4.1 Jenis Penelitian.....	63
4.3 Setting Penelitian	65
4.4 Unit Analisis.....	65
4.5 Penentuan Informan Penelitian.....	65
4.6 Instrumen Penelitian.....	68
4.6.1 Screening Form	68
4.6.2 Data Informan	69
4.6.3 Wawancara	69
4.7 Metode Pengumpulan Data.....	70

4.8 Metode Analisis Data	72
4.9 Teknik Keabsahan Data	73
4.9.1 Uji Kredibilitas (<i>Credibility</i>).....	73
4.9.2 Uji Transferabilitas	75
4.9.3 Uji Keandalan (<i>Dependability</i>)	76
4.9.4 Uji Konfirmabilitas.....	77
BAB V.....	78
HASIL PENELITIAN	78
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
5.2 Transkrip Wawancara Informan.....	78
5.2.1 Informan (drg. Bayu) Pengurus Besar PDGI Banjarmasin	78
5.2.2 Informan Pemilik / Pengelola Klinik Gigi.....	81
5.2.2.7 Informan Elvara (Pengelola Vidental)	101
5.2.2.8 Informan drg. Nadya Rizki (Pengelola Widya Dental)	105
5.2.2.9 Informan drg. Wiwi (Pengelola Carabelly Dental)	107
5.2.3 Informan Masyarakat yang menghindari ke Klinik Gigi	109
5.2.2.1 Informan Muhammad Rifa'i.....	109
5.2.2.2 Informan Deo Teguh	110
5.2.2.3 Informan Annisa.....	113
5.2.2.4 Informan Risa	114
5.2.4 Informan Pasien Klinik	120
5.3 Data Jumlah Pasien Klinik Gigi Informan	123
5.3.1 Dentist Point (KM. 3,5).....	123
5.3.2 Lovyn Dental	123
5.3.3 Vidental.....	123
5.3.4 Rumah Gigi	123
5.3.5 Widya Dental.....	123
5.3.6 Carabelly Dental.....	123
5.3.7 Dentist Point (Cemara Raya).....	124
5.3.8 ART Dental.....	124
5.3.9 Dentist Plus	124
5.4 Validitas dan Reliabilitas	124
5.5 Analisis Indeksikalitas.....	126

5.6 Analisis Refleksivitas	128
5.7 Strategi yang Dapat di Jalankan Klinik Gigi	133
5.8 Masalah pada Promosi Klinik Gigi	136
5.9 Keterbatasan Penelitian	137
BAB VI KESIMPULAN & SARAN.....	138
6.1 Kesimpulan.....	138
6.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
DOKUMENTASI.....	153