

INTISARI

Latar belakang: Pelayanan Laboratorium Klinik merupakan bagian Integral dari pelayanan kesehatan yang diperlukan untuk mendukung program kesehatan terutama sebagai pemeriksaan penunjang dalam diagnostik penyakit. Sesuai dengan Permenkes No. 558/Menkes/Peraturan/VII/2006 tentang organisasi dan tata kerja unit Pelaksanaan teknis di bidang laboratorium, Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta, Bina Yanmed, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 364/Menkes/SK/III/2003 Unit Imunologi bertanggung jawab kepada Kepala Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta. Tugas pokok: Mengkoordinasikan dan bertanggung jawab pada penyelenggaraan kegiatan dan fasilitas pelayanan pada instalasi Imunologi.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan Kuantitatif dengan rancangan Etnografi. Hasil yang didapat dari wawancara mendalam dengan Pegawai BBLKJ dan Non Pegawai disertai pengisian kuesioner, memudahkan untuk memilih segmentasi dengan Strategi Bauran Promosi yang sesuai pada unit Imunologi di BBLKJ

Hasil: Hasil penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan rancangan Etnografi yang disajikan dalam transkrip data hasil wawancara mendalam, kemudian di kelompokkan dalam tabel data, diberi kode berdasarkan tema yang muncul dan tema yang sama berdasarkan hasil wawancara mendalam. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa responden memilih pemeriksaan laboratorium di BBLKJ karena merupakan laboratorium pemerintah dengan hasil pemeriksaan yang baik dan akurat dengan legalitas, kualitas, dan harga yang terjangkau oleh responden dan dapat di percaya.

Kesimpulan: Strategi Bauran Promosi dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan di Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta.

1. Berdasarkan analisis dalam penelitian strategi bauran promosi adalah, dengan penjualan langsung, (*Personal selling*) penjualan dengan tenaga penjual, hubungan masyarakat dan word of mouth.
2. Strategi Bauran Promosi yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan pada unit Imunologi di BBLKJ, dengan segmentasi target pelanggan adalah yang tingkat ekonomi menengah kebawah, memberikan kepuasan responden meliputi keterkaitan positif dengan loyalitas responden dengan azas kepercayaan dan kepuasan, memegang kunci utama dalam membangun hubungan pelanggan.

Kata kunci: Bauran promosi, Pemasaran, Pemeriksaan laboratorium, Analisis SWOT, Imunologi, Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta.

ABSTRACT

Background: Clinical Laboratory services is part of the medical services required to support health programs primarily as complementary examination in diagnostics of diseases. In accordance with Permenkes No. 558/Menkes/Regulation/VII/2006 on the Organization and conduct of work in the field of technical implementation unit of the laboratory, the Central Jakarta Health Laboratory, Bina Yanmed, Ministry of health of the Republic Indonesia. Ministry of Health of the Republic of Indonesia No. 364/Menkes/SK/III/2003 Immunology Unit is responsible to the Head of Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta. Main tasks to Coordinate and be responsible for the delivery of activities and facilities on the installation of Immunology.

Objective: Objective of this study was to choose an effective Promotion Mix Strategies for marketing the kind of checks on the unit at the Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta

Method: This research uses qualitative and quantitative methods with Design Ethnography. The results obtained from the interviews in depth with BBLKJ Employees and Non-Employees accompanied by filling the questionnaire, make it easy to choose the segmentation Strategy with appropriate Promotional Mix on the Immunology unit BBLKJ.

Result: The results of this research are the study of qualitative and quantitative data are presented in the results of the in-depth interview transcript, then regrouped in the table data, coded based on themes that arise and the same theme based on the results of the in-depth interviews. This research results obtained that the respondents choose the laboratory examination on BBLKJ because it is a Government Laboratory with the examination results are good and accurate with the legality, quality, and the price is affordable by the respondents and trusted.

Conclusion: Promotion Mix Strategy can be influenced by the quality of service at the Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta.

- 1) Based on the analysis of the research strategy is the promotion mix, that fit to the BBLKJ are direct selling, (Personal selling) sales by salesperson, public relations and word of mouth.
- 2) Promotion mix in one of the effective strategies to increase the number of customer visits to the units of Immunology in BBLK Jakarta, the segmentation of the target customer is from middle to lower economic levels, respondent satisfaction include positive relationship with the principle of loyalty to the respondent taking into confidence and satisfaction holds the key to building customer relationships.

Keyword: Promotion mix, SWOT Analysis, Immunology, Balai Besar Laboratorium Kesehatan Jakarta