

INTISARI

Latar belakang: Untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, harapan konsumen dan bagaimana cara memenuhinya, serta untuk memenangkan persaingan, sebuah organisasi membutuhkan strategi promosi. Termasuk Klinik Gigi Joy Dental Seturan harus memiliki strategi promosi yang terencana, efektif, dan sesuai dengan harapan pasien atau masyarakat, dapat meningkatkan jumlah kedatangan pasien di Klinik Gigi Joy Dental Seturan.

Tujuan: Mengembangkan strategi promosi yang sesuai dengan Klinik Gigi Joy Dental Seturan.

Metode: Penelitian ini menggunakan studi kasus dengan desain kasus tunggal holistik, untuk menentukan strategi promosi yang paling sesuai untuk Klinik Gigi Joy Dental Seturan diawali dengan identifikasi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang ada serta strategi pemasaran yang dimiliki oleh Klinik Gigi Joy Dental Seturan saat ini. Data diperoleh dari wawancara dengan *stakeholder* dan dari kuesioner dengan 100 responden pasien dan 100 non-pasien Klinik Gigi Joy Dental Seturan.

Hasil dan Pembahasan: Klinik Gigi Joy Dental Seturan harus memposisikan diri sebagai klinik gigi yang menonjolkan perawatan gigi yang diminati oleh mahasiswa saat ini seperti perawatan estetika gigi dengan tarif standar mengikuti kompetitor dan melakukan edukasi dan promosi untuk perawatan tersebut di media sosial dan ditujukan bagi mahasiswa perempuan yang berlokasi di Kabupaten Sleman sebagai target. Media sosial yang digunakan adalah *website*, Instagram, dan Facebook dengan waktu penyampaian pesan informasi promosi disesuaikan dengan media yang digunakan serta durasi kegiatan promosi selama 1 bulan dengan pesan promosi yang diminati adalah konsultasi dan pemeriksaan gratis.

Kesimpulan dan Saran: Gabungan dari *context*, *message*, *media*, dan *timing* menghasilkan strategi promosi yang sesuai bagi Klinik Gigi Joy Dental Seturan, tetapi untuk dapat menjalankan strategi ini diperlukan perencanaan jangka panjang dan staf yang fokus menangani kegiatan promosi

Kata kunci: SWOT, strategi pemasaran, strategi promosi.

ABSTRACT

Background: *To be able to identify the needs, desires, expectations of consumers and how to comply and win the competition, an organization requires promotion strategies. Including Joy Dental Clinic Seturan must have planned promotional strategies, effective, and in accordance with the expectations of the patients or the public, so it can increase the amount of the patient's arrival at Joy Dental Clinic Seturan*

Objective: *Develop a promotional strategy that fits Joy Dental Clinic Seturan.*

Method: *This research uses a case study with a holistic single case design, to determine the most appropriate promotional strategies for Joy Dental Clinic Seturan, begins with the identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats as well as current marketing plan of Joy Dental Clinic Seturan. Data obtained from interviews with stakeholders and questionnaire with 100 patients and 100 non patients Joy Dental Clinic Seturan.*

Result and Discussion: *Joy Dental Clinic Seturan should be positioning itself as a dental clinic that offers dental treatment that preferably by students nowadays such as aesthetic treatment with standard fare follow competitors and carry out education and promotion in social media for female students who located in Sleman as a target. Social media used are website, Instagram, and Facebook with information delivery time tailored based on media and the duration of promotional activities for 1 month with a promotional message is the free consultation and examination.*

Conclusion: *The combination of context, message, media, and timing generating appropriate promotion strategy for Joy Dental Clinic Seturan, but to be able to execute this strategy required long-term planning and staff that focus handling promotional activities*

Keywords: *SWOT, marketing planning, promotional strategy.*