

ABSTRAK

Latar belakang: Tren meningkatnya pemilik hewan kesayangan menyebabkan kesadaran pemilik hewan akan kesehatan dan perawatan hewan kesayangannya semakin baik dan menyebabkan tingginya kunjungan pemilik hewan untuk memeriksakan hewannya ke klinik hewan/rumah sakit hewan. Dalam periode 2013-2016, Rumah Sakit Hewan Prof. Soeparwi, mengalami penurunan angka kunjungan pasien di banding pada tahun 2012. Namun angka kunjungan pasien Rumah Sakit Hewan Prof. Soeparwi pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 1,04% dibanding tahun 2015. Meski cenderung mengalami peningkatan, tetapi kunjungan pasien ke rumahsakit hingga saat ini masih jauh dibanding dengan pencapaiannya di tahun 2012.

Tujuan: Memberikan gambaran strategi pemasaran bagi Rumah Sakit Hewan Prof. Soeparwi untuk meningkatkan kunjungan klien Rumah Sakit Hewan Prof. Soeparwi.

Metode: Desain penelitian menggunakan metode desain eksploratif. Teknik analisis data adalah dengan melakukan koding. Koding adalah suatu proses kreatif untuk memecah data menjadi unit yang lebih kecil (kode), memahami unit-unit tersebut, dan kemudian merangkum kembali unit-unit tersebut (dalam bentuk kategori dan hubungan antara kategori).

Hasil dan Pembahasan: Melalui tujuan organisasi yaitu sebagai rumah sakit hewan pendidikan, rumah sakit hewan dapat melakukan program pemasaran berupa edukasi kepada masyarakat melalui media sosial dan website. Selain itu, dengan membuat program layanan khusus yang di jadikan dalam sebuah paket layanan khusus, seperti pelayanan perawatan umur 0 bulan – 5 tahun, perawatan *geriatric* (> 5 tahun) dan perawatan gigi hewan, dapat membangun hubungan khusus antara klien dengan rumah sakit hewan.

Kesimpulan dan Saran: 1. Memaksimalkan peran Rumah Sakit Hewan Prof. Soeparwi sebagai unit penunjang pendidikan Fakultas Kedokteran Hewan melalui kerjasama yang baik antara rumahsakit dan departemen-departemen yang berada di bawah fakultas; 2. Menciptakan layanan-layanan inovatif yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan segmen market; 3. Memasang arah petunjuk jalan menuju Rumah Sakit Hewan Prof. Soeparwi; 4. Memaksimalkan kegiatan promosi yaitu pemberian informasi terbaru kegiatan Rumah Sakit Hewan dan edukasi ilmu kesehatan hewan melalui media seperti website dan media sosial; 5. Memperbanyak tulisan ilmiah yang dapat menjadi sarana untuk dikenal baik secara nasional ataupun internasional; 6. Memperbanyak kegiatan siaran tanya jawab di radio.; 7. Melakukan kegiatan bakti sosial secara rutin.

Kata kunci: strategi pemasaran, rumah sakit hewan, desain eksploratif

ABSTRACT

Background: The increasing trend of pet owners makes them aware with health and care of their pet to be better and it leads to high visiting patients for animal examination to veterinary clinics / veterinary hospitals. On 2013-2016 period, Veterinary Hospital Prof. Soeparwi, has decreased the number of patient visits in 2012. However, the number of visiting patients of Veterinary Hospital Prof. Soeparwi in 2016 increased by 1.04% compared to 2015. Although it tends to increase, the number of visiting patients to the hospital is still far compared with its achievements in 2012.

Objective: To give description of marketing strategy for Veterinary Hospital Prof. Soeparwi to increase the visit of the clients of Veterinary Hospital Prof. Soeparwi.

Method: Research design uses explorative design method. The data analysis technique is doing the coding. Coding is a creative process for breaking data into smaller units (code), understanding the units, and then recasting those units (in categories and relationships between categories).

Findings and Discussions: Through organizational objectives of animal education hospital, veterinary hospital can conduct joint educational marketing program to the society through social media and website. In addition, by creating customized service programs in special care packages, such as 0 months - 5 years old care, geriatric care (> 5 years) and dental care, it is able to establish a special relationship between the client and the veterinary hospital.

Conclusions and Suggestions: 1. Maximizing the role of Veterinary Hospital Prof. Soeparwi as an educational support unit of the Faculty of Veterinary Medicine through good cooperation between hospitals and departments under the faculty; 2. Creating innovative services that can be enjoyed by all segments of the market segment; 3. open directions directions to Veterinary Hospital Prof. Soeparwi; 4. Maximizing promotional activities are the latest information on the activities of Animal Hospital and veterinary science education through media such as websites and social media; 5. Increasing scientific writings that can be a means to be recognized both nationally and internationally; 6. Increasing the question and answer radio activities on the radio; 7. Social activities regularly.

Keywords: marketing strategy, veterinary hospital, explorative design