

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI DALAM *SOCIAL MEDIA*
MARKETING RUMAH SAKIT JANTUNG TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital



Oleh

Nama : Rizka Wahyudi

NIM : 2009161

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2024**

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI DALAM *SOCIAL MEDIA*
MARKETING RUMAH SAKIT JANTUNG TASIKMALAYA**

Oleh

Rizka Wahyudi

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital**

©Rizka Wahyudi

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

**Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan
dicetak ulang, di foto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis**

RIZKA WAHYUDI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

RIZKA WAHYUDI

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI DALAM *SOCIAL MEDIA*
MARKETING RUMAH SAKIT JANTUNG TASIKMALAYA**

disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:

Pembimbing I



Btari Mariska Purwaamijaya, S.H., M.M.

NIP. 920200119901015201

Pembimbing II



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.

NIP. 920190219900625201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Bisnis Digital

Kampus UPI Tasikmalaya



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.

NIP. 920190219900625201

IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI DALAM *SOCIAL MEDIA* *MARKETING* RUMAH SAKIT JANTUNG TASIKMALAYA

ABSTRAK

Oleh
Rizka Wahyudi

Saat ini seluruh industri sudah melakukan transformasi digital baik dalam proses produksi, operasional, dan juga pemasaran. Salah satu industri yang melakukan transformasi digital adalah industri layanan kesehatan, diantara bentuk transformasi digital layanan kesehatan salah satunya adalah dalam hal pemasaran atau promosi kesehatan yang dilakukan melalui sosial media atau lebih dikenal dengan *social media marketing*. Namun, tentu harus ada etika dan aturan yang diterapkan dalam melakukan promosi layanan kesehatan menggunakan sosial media. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan evaluasi terhadap penerapan etika *social media marketing* pada salah satu layanan kesehatan di Kota Tasikmalaya yaitu Rumah Sakit Jantung Tasikmalaya menggunakan teori manajemen strategi dari Wheelen dkk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus untuk mendapatkan data yang mendalam. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa beberapa konten yang dipublikasikan sudah sesuai dengan aturan yang berlaku namun masih ada beberapa konten yang belum sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 dan Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit Tahun 2006. Hal tersebut sangat perlu menjadi perhatian untuk segera dilakukan penyesuaian baik dari pedoman promosi kesehatan yang sudah dimiliki oleh rumah sakit maupun dari segi pelaksanaan promosi layanan kesehatan.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Layanan Kesehatan, *Social Media Marketing*

IMPLEMENTATION OF STRATEGY MANAGEMENT IN SOCIAL MEDIA MARKETING TASIKMALAYA HEART HOSPITAL

ABSTRACT

**By
Rizka Wahyudi**

Currently, all industries have undergone digital transformation in production processes, operations, and marketing. One industry that has embraced digital transformation is the healthcare industry. One form of digital transformation in healthcare services is marketing or health promotion through social media, also known as social media marketing. However, there must be ethics and regulations applied when promoting healthcare services using social media. The purpose of this study is to evaluate the implementation of social media marketing ethics at one healthcare service in Tasikmalaya City, RS Jantung Tasikmalaya, using the strategic management theory by Wheelen et al. This study employs a qualitative case study research method to obtain in-depth data. The results of the study found that some of the published content complies with the prevailing regulations, but some content does not yet comply with the Ministry of Health Regulation No. 1787/MENKES/PER/XII/2010 and the Hospital Promotion Ethics Guidelines of 2006. This needs to be addressed immediately by adjusting both the existing health promotion guidelines of the hospital and the implementation of healthcare service promotions.

Keywords: Strategic Management, Healthcare Services, Social Media Marketing

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR PUSTAKA	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	7
2.1.3 <i>Digital Marketing Strategy</i>	8
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	8
2.1.5 Regulasi Periklanan Layanan Kesehatan	9
2.1.6 Manajemen Strategi	10
2.1.7 Analisis SWOT	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	18
BAB III	18
METODE PENELITIAN	18
3.1 Subjek Penelitian	18
3.1.1 Lokasi Penelitian	18
3.1.2 Tahapan Penelitian	18
3.2 Metode Penelitian	19
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	19

3.2.2 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.2.4 Rancangan Analisis Data.....	21
3.2.5 Pengujian Validitas.....	22
BAB IV	23
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	23
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	24
4.2.1 Tahap <i>Environmental Scanning</i>	24
4.2.2 Tahap <i>Strategy Formulation</i>	32
4.2.3 Tahap <i>Strategy Implementation</i>	45
4.2.4 Tahap <i>Evaluation</i>	52
BAB V	57
SIMPULAN DAN REKOMENDASI	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Rekomendasi	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses <i>Digital Marketing Strategy</i>	10
Gambar 2. 2 Tahapan Manajemen Strategi.....	10
Gambar 2. 3 Contoh Tabel IFAS EFAS.....	11
Gambar 2. 4 Kuadran SWOT.....	13
Gambar 2. 5 Grafik Penelitian Terdahulu	15
Gambar 2. 6 VOS Viewer penelitian tentang etika <i>social media marketing</i> rumah sakit	16
Gambar 3. 1 Ringkasan Penelitian	19
Gambar 3. 2 Analisis Data Miles & Huberman	22
Gambar 3. 3 Triangulasi Teknik	23
Gambar 4. 1 SOTK RS Jantung Tasikmalaya.....	25
Gambar 4. 2 Hasil Kuadran SWOT	37
Gambar 4. 3 Konten Edukasi dan Informasi RS Jantung Tasikmalaya	54
Gambar 4. 4 Konten Lokasi dan Fasilitas RS Jantung Tasikmalaya	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jumlah Penelitian tentang etika, <i>social media marketing</i> , dan rumah sakit	14
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4. 1 Uji Validasi <i>Environmental Scanning</i>	26
Tabel 4. 2 Matriks IFAS.....	34
Tabel 4. 3 Matriks EFAS	35
Tabel 4. 4 Pencocokan SWOT Strategies	37
Tabel 4. 5 Uji Validasi <i>Strategy Formulation</i>	40
Tabel 4. 6 <i>Strategic Factor Analysis Summary</i>	44
Tabel 4. 7 Pencocokan SWOT Implementation.....	46
Tabel 4. 8 Uji Validasi <i>Strategy Implementation</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	63
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian	64
Lampiran 3 Hasil Wawancara Narasumber 1	65
Lampiran 4 Hasil Wawancara Narasumber 2	85
Lampiran 5 Hasil Observasi.....	105

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. CV Noah Aletheia.
- Argaw, S. T., Bempong, N. E., Eshaya-Chauvin, B., & Flahault, A. (2019). The state of research on cyberattacks against hospitals and available best practice recommendations: A scoping review. Dalam *BMC Medical Informatics and Decision Making* (Vol. 19, Nomor 1). BioMed Central Ltd. <https://doi.org/10.1186/s12911-018-0724-5>
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Burhan, L., & Sulistiadi, W. (2022). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Bagi Rumah Sakit. *BRANDING: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Cartwright, A. J. (2023). The elephant in the room: cybersecurity in healthcare. Dalam *Journal of Clinical Monitoring and Computing* (Vol. 37, Nomor 5, hlm. 1123–1132). Springer Science and Business Media B.V. <https://doi.org/10.1007/s10877-023-01013-5>
- Chaffey, D., & Chadwick, E. F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice*. PEARSON
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Chretien, K. C., & Kind, T. (2014). Social Media and Clinical Care Ethical, Professional, and Social Implications. *Circulation*, 1413–1421.
- Etheredge, H. R., Early, J., Norval, D., & Fabian, J. (2021). Influencer marketing by healthcare providers - Ethics and the law. *Aesthetic Medicine*, 7(4), 45–51.
- Fadhallah, R. A. (2020). *Wawancara*. UNJ Press.
- Goodstats. (2023). *Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. Goodstats.
- Gustiana, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Suatu Kajian Literatur Review Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 657-666.
- Hariyanto, A. A. R., Purwaamijaya, B. M., & Hermawan, A. (2024). The Effect of Social Media Marketing Instagram and Price on Purchasing Decisions @Rumahbatik.Palbatu. *Indonesian Journal of Digital Business*, 4(1), 26–36.

- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Hootsuite. (2023). *Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.
- KBBI. (t.t.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading And Composition Terhadap Hasil Belajar. Dalam *Jurnal Teknologi Pendidikan* (Vol. 2).
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. KOGAN PAGE
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. PEARSON.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). GRAMEDIA
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. PEARSON.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa Data*. Alfabeta.
- Lavidya, V., Apriliana, P. S., & Hanum, K. Z. (2023). Peran Budaya Perusahaan Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Multinasional. *Multidisciplinary Scientific Journal*.
- Mardiati, S., & Achadi, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kunjungan Pasien Baru Di Rumah Sakit: Studi Systematic Review. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12).
- Muhajir, M., Akib, H., & Niswaty, R. (2023). Transformasi Digital Pada Rumah Sakit Umum Daerah Prof.dr.H.M. Anwar Makkatutu Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 129–139. <https://doi.org/10.25008/altifani.v3i1.327>
- Nahru, G., & Lestari, Y. D. (2023). *Dukungan Digital Transformation Pada Daya Saing PT Pembangkitan Jawa Bali Services*. 8(8). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6>
- Oktaviani, E., Asrinur, Prakoso, A. W. I., & Madiisriyatno, H. (2023). Transformasi Digital Dan Strategi Manajemen. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 16–26.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010.

Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit Tahun 2006

Purwaamijaya, B. M., Herdiana, O., Prehanto, A., Maesaroh, S. S., & Guntara, R. G. (2022). Pelatihan Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Melalui Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 1(2), 133–140.

Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Deepublish Publisher.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business*. Wiley.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Syahwali, A. J., Piwari, B., Prabowo, A., & Sutabri, T. (2023). Transformasi Digital Untuk Pengembangan Pelayanan Kesehatan di Rumah Saki. *Indonesian Journal of Multidiciplinary*, 1(5), 1770–1777.

Tarakci, I. E., & Aslan, H. (2023). *The Essentials of Today's Marketing*. Efe Academy Publishing.

UU No 44/2009 Pasal 30 Ayat (1) Huruf G. (t.t.).

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson.

Wijayanto, H., & Harsadi, P. (2021). *Transformasi Digital*.

Wolfe, S. M., Sophia, Rundle, C. W., Weintraub, G. S., & Dellavalle, R. P. (2021). Healthcare Ethics and Professionalism in Social Media. *Springer Nature*, 186–197.

Yunti, A. P. (2018). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Penggunaan Facebook Ads. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 806–812.

Zakiah, D. M., Suciati, A. M., & Wicaksono, M. Fi. (2020). The Important Of Personal Digital Archive In Daily Activity. *Publication Library and Information Science Journal*, 4(1), 29–43.