

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Klinik Herbal NSA Kudus

Klinik Herbal NSA (Natural Sehat Alami) Kudus adalah pusat terapi Holistik yang merupakan satu dari berbagai klinik kesehatan berbasis holistik yang berada di kabupaten kudus. Klinik ini berlokasi di jalan KH. Arwani 1A desa Krandon Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus. Sebelum berdirinya sebuah klinik seperti saat ini, diawali dengan beliau bapak Jayus Iqwan Noor yang mengikuti pelatihan pengobatan dengan metode bekam pada tahun 2002. Setelah mengikuti pelatihan selama beberapa tahun dan telah menguasai teknik-teknik dalam melakukan pengobatan dengan cara bekam akhirnya bapak Jayus Iqwan Noor mulai melakukan pengobatan dengan cara *door to door* dengan mendatangi konsumen dan melakukan pengobatan dari rumah ke rumah.

Seiring berjalannya waktu dan diiringi dengan tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap pengobatan beliau, sehingga pada tahun 2005 beliau membuka tempat pengobatan pertama yang berlokasi di Desa Puri Kabupaten Pati, kemudian berpindah ke Juanalan Sekarpurung Pati, kemudian sejak tahun 2010 klinik berpindah di kabupaten kudus tepatnya di jalan Ahmad Dahlan, setelah itu pindah lagi pada tahun 2014 di Jalan KH. Arwani 1A Desa Krandon dan menetap serta berkembang hingga sekarang.

Hingga saat ini, usaha atau klinik yang dijalankan oleh bapak Jayus Iqwan Noor telah berkembang pesat dan menjadi Pusat Bekam di Kabupaten Kudus dengan fasilitas serta pelayanan yang semakin lengkap. Disamping menjadi pusat bekam, klinik ini juga menambah produk dengan menyediakan dan melayani penjualan berbagai macam obat herbal dengan berbagai macam kegunaan. Dengan mengedepankan kualitas perusahaan yang selalu dipertahankan oleh bapak Jayus Iqwan Noor, kini pasar yang telah dijangkau pun sudah semakin luas hingga tersebar agen-agen resmi yang berada di luar kabupaten kudus. Selain itu, beliau juga membuka pelatihan terapi bekam dan teknik pengobatan holistik untuk masyarakat umum agar ilmu yang beliau miliki dapat tersalurkan dan memberikan manfaat lebih bagi masyarakat luas. Hingga sekarang terdapat

beberapa klinik herbal di kota kudus yang berasal dari didikan beliau.<sup>1</sup>

## 2. Profil Klinik Herbal NSA Kudus

Berikut adalah profil dari Klinik Herbal NSA Kudus

Nama Perusahaan : Klinik Herbal NSA (Natural Sehat Alami) Kudus

Pendiri : Jayus Iqwan Noor, CH, CHT, AMH

Bidang Usaha : Klinik Kesehatan (Pelayanan jasa terapi holistik dan sedia berbagai obat herbal)

Alamat : Jl. K.H. Arwani 1A Desa Krandon Rt. 04 Rw. 03, Kecamatan Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah<sup>2</sup>

## 3. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam setiap perusahaan ataupun lembaga pasti mempunyai sebuah visi dan misi yang diterapkan pada kegiatan operasional setiap hari untuk mencapai tujuan perusahaan.

Adapun Visi sekaligus tujuan yang hendak dicapai oleh Klinik Herbal NSA Kudus yaitu “*Menjadi Pusat Terapi Holistik Yang Terbaik di Indonesia 2024*”.

Dengan Misi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan proses pengobatan holistik yang baik dan produktif
- b. Menyelenggarakan pelayanan pendidikan kesehatan holistic yang bermutu

Serta komitmen dari Klinik Herbal NSA Kudus yaitu “*Menerapkan pedoman nilai-nilai perusahaan dan berinovasi serta berkreasi untuk memenuhi kebutuhan umat serta menciptakan pengelolaan yang benar*”. Adapun nilai-nilai yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA kudus ialah nilai kepercayaan, kepedulian, professional, kebersamaan, dan keberkahan.

Selain itu, Klinik Herbal NSA Kudus juga mempunyai Motto yaitu “*Sahabat Menuju sehat Secara Holistik*”.<sup>3</sup>

---

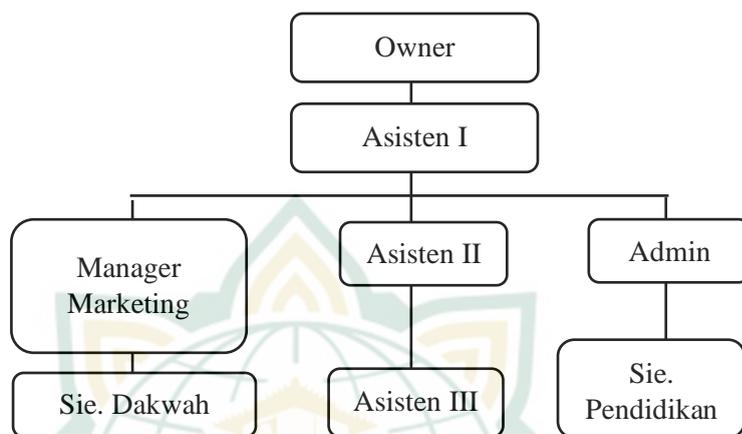
<sup>1</sup> Jayus Iqwan Noor, wawancara oleh penulis, 31 Januari, 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>2</sup> Dokumentasi pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022

<sup>3</sup> Dokumentasi pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022

#### 4. Struktur Organisasi Klinik Herbal NSA Kudus

**Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Klinik Herbal NSA Kudus**



##### a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan susunan dari berbagai bagian yang berhubungan baik kedudukan maupun fungsi masing-masing bagian yang ada pada setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dengan adanya struktur organisasi, setiap anggota dalam perusahaan akan saling mengerti dan memahami tugas dan tanggung jawab masing-masing. Sehingga aktivitas dalam setiap bagian perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan jabatan dan tanggungjawabnya masing-masing.

Klinik Herbal NSA Kudus memiliki susunan organisasi inti yang sangat sederhana yang dipimpin oleh bapak Jayus Iqwan Noor, CH, CHT, AMH selaku Pemilik dan penanggung jawab serta bertindak sebagai pengambil keputusan utama dalam menentukan kebijakan organisasi. Sedangkan urusan pengelola administrasi dan operasional perusahaan di pegang oleh mas M. Shibghatullah dengan dibantu oleh bapak Noor Rokhman dan ibu Tutut Muryaningsih dan urusan pendidikan terapi holistik ditangani oleh ibu Nur Shabrina Albaiti serta bagian lainnya yang mempunyai tugas serta tanggungjawab masing-masing sesuai dengan perintah dan kebijakan perusahaan.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Dokumentasi pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022

b. Deskripsi Jabatan

1) Pemilik

Pemilik mempunyai tanggung jawab sepenuhnya terhadap perkembangan klinik Herbal NSA Kudus dan mengambil keputusan serta menentukan semua kebijakan yang berhubungan dengan kegiatan untuk kemajuan Klinik Herbal NSA Kudus serta mengkoordinasi dan memotivasi semua kegiatan para karyawannya.

2) Asisten I

Membantu owner dalam pengelolaan klinik, memberikan evaluasi serta pendapat pada keputusan kebijakan perusahaan, melakukan pengaturan pada tiap-tiap bagian perusahaan dan bertanggungjawab atas kelancaran kegiatan klinik.

3) Asisten II

Bertanggung jawab pada kelancaran operasional perusahaan dan membantu menangani konsumen.

4) Asisten III

Bertanggung jawab pada kelancaran kegiatan perusahaan, menangani konsumen, serta membantu kelancaran kegiatan tiap bagian perusahaan.

5) Manager Marketing

Membuat brosur serta pamflet untuk dipublikasikan sebagai sarana pemasaran, bertanggungjawab atas kegiatan pemasaran, menjaga kerjasama antara klinik dengan mitra pemasaran yang ada.

6) Admin

Melayani transaksi oleh konsumen, memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan nyaman bagi konsumen, mencatat produk-produk yang telah terjual serta memperhatikan stok produk yang ada.

7) Sie. Dakwah

Memberikan sosialisasi pada konsumen dan masyarakat luas, serta bertanggungjawab mengenai kegiatan-kegiatan keagamaan yang diselenggarakan.

8) Sie. Pendidikan

Memberikan pengetahuan pada masyarakat luas mengenai herbal holistic, memberikan pelatihan dan

menjadi pembimbing bagi masyarakat yang ingin belajar mengenai dunia herbal serta terapi holistik.<sup>5</sup>

## **5. Sumber Daya Manusia Perusahaan**

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Klinik Herbal NSA Kudus berjumlah 8 orang, yakni terdiri dari 1 orang pemilik, 3 orang asisten, 1 orang admin, 1 orang manager marketing, dan masing-masing 1 orang pada sie. Dakwah dan sie. Pendidikan. Dengan sumber daya manusia yang dimiliki tersebut, diharapkan seluruh kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Seluruh keputusan dan kebijakan yang telah ditetapkan, dilaksanakan dengan baik oleh seluruh sumber daya manusia yang ada pada Klinik Herbal NSA Kudus, salah satunya yaitu pelaksanaan kebijakan tentang penerapan strategi pemasaran perusahaan. Dengan kapasitas yang dimiliki sumber daya manusia yang ada, pelaksanaan kebijakan tersebut dapat berjalan dengan sesuai dengan yang telah ditentukan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.<sup>6</sup>

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

### **1. Strategi pemasaran pada Klinik Herbal NSA Kudus**

Strategi pemasaran yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus terdiri dari empat komponen strategi yang sesuai dengan bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi.

#### **a. Strategi Produk**

Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan untuk dipasarkan dan digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Adapun beberapa strategi produk yang diterapkan oleh Klinik Herbal NSA Kudus sendiri adalah:

##### **1) Membuat kemasan sendiri**

Kemasan pada produk bukan hanya berfungsi sebagai pembungkus produk. Akan tetapi kemasan juga bisa menjadi identitas produk yang menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi minat konsumen. Produk dari Klinik Herbal NSA Kudus dibuatkan kemasan sendiri dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda baik dari segi ukuran, kebutuhan, ataupun faktor lainnya. Hal ini dapat dilakukan karena produk

---

<sup>5</sup> Dokumentasi pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022

<sup>6</sup> Dokumentasi pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022

herbal yang dipasarkan oleh Klinik Herbal NSA Kudus bukan produksi sendiri melainkan berasal dari produsen khusus obat herbal. Klinik Herbal NSA menyetok barang dalam jumlah banyak lalu oleh Klinik Herbal NSA Kudus dikemas dalam botol berbagai ukuran, diantaranya adalah ukuran kecil, sedang, dan besar. Selain itu pada kemasan baru yang dibuat oleh Klinik Herbal NSA Kudus ditambahkan label untuk informasi produk serta agar kemasan lebih menarik sehingga menjadi sebuah diferensiasi produk dan dapat menarik minat konsumen.

2) Produk yang berkualitas

Kualitas dan mutu produk merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena akan berpengaruh pada loyalitas konsumen. Pada Klinik Herbal NSA Kudus sendiri melakukan upaya untuk menjaga kualitas perusahaan, baik produk maupun pelayanan. Upaya tersebut diantaranya yaitu pemilihan produk yang akan dipasarkan dengan memilih produk yang berkualitas, terverifikasi BPOM serta memiliki khasiat yang tinggi, serta diambil dari produsen yang sudah mempunyai pengalaman luas mengenai obat herbal sehingga produk yang pasarkan merupakan produk yang terjamin kualitasnya untuk konsumen. Oleh karena itu, Klinik Herbal NSA tidak jarang selalu mempunyai produk-produk unggulan yang diminati oleh banyak konsumen. Salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh Klinik Herbal NSA adalah Enzim 77.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

**Gambar 4. 2 Produk Unggulan Klinik Herbal NSA<sup>8</sup>**

3) Pengembangan produk turunan

Dalam mengembangkan produk, Klinik Herbal NSA membuat produk turunan sebagai inovasinya. Produk turunan tersebut merupakan produk herbal yang dikembangkan oleh Klinik Herbal NSA, berasal dari satu bahan produk herbal dari produsen kemudian Klinik Herbal NSA diberikan ijin untuk mengembangkan produk tersebut sehingga tercipta berbagai macam produk herbal baru dengan khasiat yang berbeda-beda. Salah satu produk turunan dari Klinik Herbal NSA Kudus ini antara lain:

**Gambar 4. 3 Produk Turunan Klinik Herbal NSA<sup>9</sup>**

<sup>8</sup> Dokumentasi Produk Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022.

<sup>9</sup> Dokumentasi Produk Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022.

b. Strategi Harga

Produk herbal yang dipasarkan oleh Klinik NSA ini bukan produksi sendiri tetapi berasal dari produsen kemudian dipasarkan. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga produk, Klinik Herbal NSA menetapkan harga jual setelah menambah harga jual dengan jumlah *mark-up* tertentu. Akan tetapi dari produsen terdapat ketentuan HET (Harga Eceran Tertinggi) sehingga *mark-up* yang diambil sesuai dengan ketentuan HET. Selain itu harga jual para agen yang berkerja sama dengan Klinik NSA juga ditetapkan supaya harga tidak melebihi HET. Sehingga kestabilan harga akan dapat dikendalikan.<sup>10</sup>

Adapun daftar harga dari produk herbal yang terdapat di Klinik Herbal NSA Kudus sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 Daftar Produk dan Harga<sup>11</sup>**

NO	NAMA PRODUK	HARGA
1	Amuratik	Rp. 50.000,-
2	Collagen	Rp. 75.000,-
3	Cysta Vit	Rp. 80.000,-
4	Daun Ungu	Rp. 50.000,-
5	Daun Dewa	Rp. 80.000,-
6	Habbatussauda	Rp. 45.000,-
7	Jerba Jawi	Rp. 25.000,-
8	Gamat Kapsul	Rp. 75.000,-
9	Gamat Jelly	Rp. 180.000,-
10	Keji Beling	Rp. 70.000,-
11	Keladi Tikus	Rp. 60.000,-
12	Kutuk	Rp. 60.000,-
13	Madu Angkak	Rp. 60.000,-
14	Madu Jadid Kids	Rp. 35.000,-
15	Madu Jadid Lambung	Rp. 35.000,-

<sup>10</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>11</sup> Dokumentasi Pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022.

16	Madu Pahit	Rp. 50.000,-
17	Madu Syamil	Rp. 30.000,-
18	Madu Visina	Rp. 80.000,-
19	Minyak But But	Rp. 50.000,-
20	Minyak Ikan Salmon	Rp. 50.000,-
21	Minyak Zaitun	Rp. 50.000,-
22	Omega 3	Rp. 300.000,-
23	Otem	Rp. 30.000,-
24	Pegagan	Rp. 50.000,-
25	Prostat	Rp. 60.000,-
26	Sambiloto	Rp. 60.000,-
27	Sam Lambung	Rp. 55.000,-
28	Sari Kurma	Rp. 30.000,-
29	Sidat	Rp. 75.000,-
30	Sirulina	Rp. 70.000,-
31	Susu Kambing Merapi	Rp. 25.000,-
32	THM	Rp. 20.000,-
33	Trigona	Rp. 120.000,-
34	VCO	Rp. 40.000,-
35	Vermin	Rp. 50.000,-
36	Vertigo	Rp. 60.000,-
37	Enzim Herbal 99 250ml	Rp. 200.000,-
38	Enzim Herbal 77 250ml	Rp. 175.000,-
39	Enzim Herbal 77 100ml	Rp. 80.000,-
40	Enzim Herbal 77 50ml	Rp. 40.000,-
41	Enzime 10ml	Rp. 50.000,-
42	Enzim Drink	Rp. 7.000,-
43	Enzim Booster	Rp. 17.000,-
44	Enzim Beauty	Rp. 50.000,-

c. Strategi distribusi

Klinik Herbal NSA Kudus terletak di Jl. K.H. Arwani 1A Desa Krandon Rt. 04 Rw. 03, Kecamatan Kota Kudus, Kabupaten Kudus. Klinik NSA ini lokasinya cukup strategis, selain berada di daerah perkotaan yang mudah dijangkau lokasi Klinik ini juga mudah untuk ditemukan karena sudah bisa diakses melalui di *Google Maps*. Selain itu tata letak dan desain interior dari Klinik NSA ini juga diatur sedemikian rupa agar konsumen dapat merasa nyaman.

**Gambar 4. 4 Ruang Penjualan Obat Herbal<sup>12</sup>**



Selain letak lokasi, aspek lain yang diperhatikan oleh Klinik Herbal NSA adalah kebersihan dan kenyamanan. Karena kebersihan merupakan sebagian dari iman. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh karyawan dari Klinik Herbal NSA juga dilakukan secara prima dengan terus berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan konsumen. Dalam melakukan strategi distribusi, Klinik Herbal NSA Kudus menggunakan 2 teknik saluran distribusi yaitu:<sup>13</sup>

1) Saluran distribusi langsung

Klinik NSA melayani pembelian langsung pada konsumen yang datang serta melakukan transaksi secara langsung ditempat.

2) Saluran distribusi tidak langsung (menggunakan perantara)

<sup>12</sup> Dokumentasi Pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022.

<sup>13</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

Untuk memperluas pasar serta membantu konsumen yang jauh dari lokasi klinik, Klinik NSA menggunakan perantara berupa beberapa distributor yang tersebar di beberapa kota kudus dan sekitarnya. Yaitu pada kota pati, demak, jepara, dan solo.

d. Strategi Promosi

Promosi bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar termotivasi untuk membeli, sekaligus membangun hubungan dengan pelanggan, dan mendapatkan loyalitas mereka. Kegiatan promosi yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus sebagian besar masih menggunakan cara pemasaran konvensional tetapi juga sudah dikombinasikan dengan pemasaran digital. Pada awalnya promosi yang dilakukan pada Klinik NSA hanyalah promosi dari mulut ke mulut, karena kualitas klinik yang terus meningkat maka hingga sekarang Klinik Herbal NSA Kudus telah dikenal luas oleh masyarakat. Promosi tersebut biasanya dimulai dari konsumen yang merasa puas dengan Klinik NSA, sehingga mereka merekomendasikan kepada orang-orang yang mereka kenal dan berlanjut terus-menerus sehingga informasi mengenai Klinik NSA dapat tersebar luas di berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, promosi di Klinik Herbal NSA juga terus dikembangkan sehingga saat ini dalam melakukan pemasaran produk dan jasanya telah menggunakan beberapa sarana promosi antara lain:<sup>14</sup>

1) Periklanan (*Advertising*)

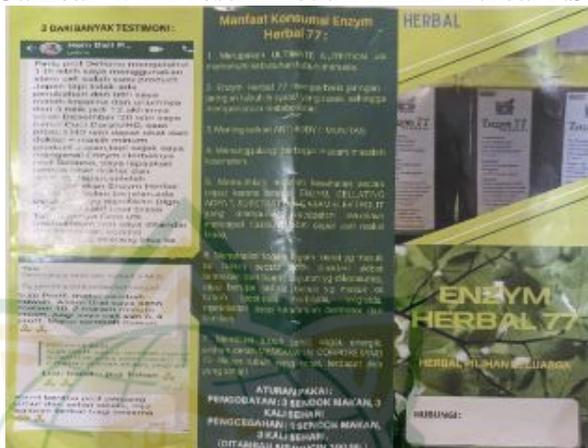
Sarana promosi yang pertama pada Klinik Herbal NSA merupakan periklanan yaitu bentuk tayangan publik yang dapat berupa media cetak ataupun media siar. Beberapa bentuk periklanan yang telah diterapkan pada Klinik Herbal NSA antara lain:

a) Brosur

Brosur biasanya digunakan untuk membantu konsultan toko dalam menginformasikan produk herbal yang ditawarkan. Akan tetapi dapat juga menjadi media promosi karena pada setiap pembelian konsumen akan diberikan selebaran brosur sehingga informasi dapat tersebar ke konsimen lain.

---

<sup>14</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

Gambar 4.5 Brosur Produk Klinik Herbal NSA<sup>15</sup>

## b) Radio

Media siar radio digunakan oleh Klinik Herbal NSA untuk promosi karena dinilai cukup efektif untuk menyampaikan informasi meskipun dari masa ke masa pengguna radio semakin berkurang. Selain itu promosi menggunakan sarana radio ini dapat menjadi pilihan alternatif dari promosi di koran, karena biaya promosi dengan menggunakan radio lebih efisien daripada promosi di koran.

## c) Papan nama

Papan nama (*name board*) merupakan sarana promosi media cetak berbentuk iklan luar ruangan (*out door*). Papan nama dapat efektif jika di tempatkan pada tempat yang strategis, mudah dilihat dan dibaca. Papan nama merupakan media iklan out door dengan kategori *low cost* yang tidak memerlukan banyak biaya baik dalam penerapannya maupun pemeliharannya. Papan nama juga bersifat tahan lama, sehingga setiap tahun tidak harus diganti.

<sup>15</sup> Dokumentasi Pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022.

**Gambar 4. 6 Papan Nama Klinik Herbal NSA Kudus<sup>16</sup>**



d) Media Online

Selain menggunakan sarana promosi dengan media cetak dan siaran, Klinik Herbal NSA Kudus juga memanfaatkan media online antara lain:

(1) *Landing Page*

*Landing page* merupakan sebuah halaman atau situs yang dibuat secara khusus untuk melakukan pengiklanan secara online. *Landing page* sangat efektif digunakan karena selain bermanfaat memberikan informasi pada konsumen mengenai sebuah produk, konsumen juga dapat melakukan transaksi atau pembelian langsung melalui *landing page* tersebut. Hal itu berarti bahwa *landing page* akan membantu mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Pada Klinik Herbal NSA Kudus setiap pemasar telah mempunyai *landing page* masing-masing bahkan hingga tingkatan agen, hal tersebut dikarenakan setiap orang yang bergabung menjadi agen akan dibuatkan *landing page* sendiri secara gratis dan bisa

<sup>16</sup> Dokumentasi Pada Klinik Herbal NSA Kudus, 17 Januari, 2022.

langsung publikasikan. Sehingga akan lebih mudah untuk dalam beriklan karena *landing page* sangat mudah untuk dipublikasikan.

**Gambar 4. 7 Halaman Landing Page Klinik Herbal NSA Kudus<sup>17</sup>**



## (2) Media Sosial

Media sosial memang menjadi solusi untuk sarana iklan terbaik saat ini, karena selain efisien dari segi biaya pemasaran melalui sosial media sangat efektif mudah untuk dilakukan dan mampu menjangkau banyak orang. Sosial media yang digunakan pada Klinik Herbal NSA Kudus adalah Instagram, Facebook, dan Whatsapp.

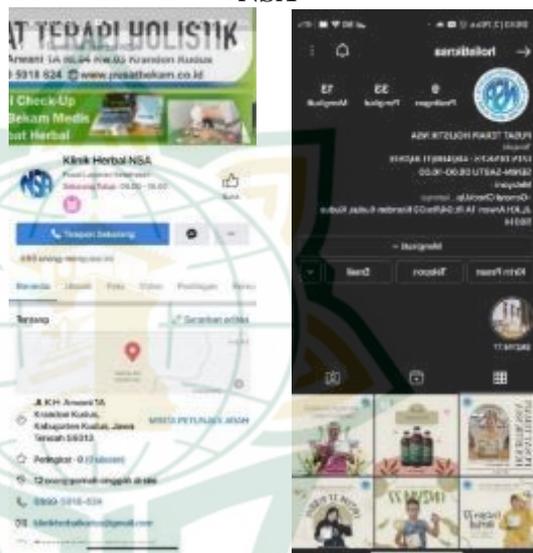
Klinik Herbal NSA Kudus mempunyai akun Instagram yang bernama @holistiknsa berisi berbagai konten informasi menarik mengenai produk di Klinik NSA. Dengan adanya konten-konten di Instagram, selain menarik juga akan mempermudah konsumen dalam menemukan informasi mengenai produk yang ada di Klinik Herbal NSA Kudus.

Selanjutnya Klinik Herbal NSA Kudus juga mempunyai akun media sosial

<sup>17</sup> Dokumentasi Landing Page Klinik Herbal NSA Kudus melalui [https://smartbio.link/enzymherbal\\_NSA](https://smartbio.link/enzymherbal_NSA), 20 Februari, 2022.

lain yaitu Facebook page. Sebenarnya facebook page juga cukup efektif untuk menyampaikan informasi tentang sebuah produk, akan tetapi halaman facebook Klinik Herbal NSA Kudus masih belum dikelola secara maksimal.<sup>18</sup>

#### Gambar 4. 8 Media Sosial Klinik Herbal NSA<sup>19</sup>



Selain membuat konten-konten menarik di akun Instagram dan Facebook page, Klinik Herbal NSA Kudus juga memanfaatkan aplikasi WhatsApp sebagai saran iklan. Para konsumen akan dibuatkan sebuah grup WhatsApp yang berguna untuk membantu mempermudah konsumen dalam berkonsultasi secara berkelanjutan mengenai keluhan yang dialaminya. Dimana dalam grup tersebut juga terdapat konsultan produk herbal sehingga dapat memberikan intruksi secara langsung pada konsumen. Selain itu, grup tersebut juga digunakan untuk

<sup>18</sup> Observasi pada Klinik Herbal NSA Kudus, 20 Februari, 2022.

<sup>19</sup> Dokumentasi Akun Media Sosial Klinik Herbal NSA Kudus, 20 Februari, 2022

menyampaikan informasi-informasi mengenai produk terbaru dari Klinik NSA sehingga sekaligus juga melakukan promosi melalui media tersebut.

## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Klinik Herbal NSA Kudus juga menggunakan sarana promosi dalam *sales promotion*. Bentuk promosi penjualan yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA adalah:

### a) Potongan harga/diskon

Potongan harga diberikan oleh Klinik Herbal NSA Kudus dalam rangka menarik minat konsumen atas produk yang ditawarkan. Potongan harga tersebut terbagi menjadi 2 bentuk:

#### (1) Diskon toko

Diskon toko merupakan sebuah penawaran potongan harga yang diberikan kepada seluruh konsumen Klinik NSA baik konsumen baru maupun konsumen lama. Potongan yang diberikan sebesar 10% dan dapat bertambah tergantung dengan banyaknya pembelian.

#### (2) Diskon khusus

Diskon khusus merupakan potongan harga yang diberikan secara khusus kepada konsumen-konsumen tertentu. Besar potongan pada diskon khusus ini tidak ada batas tertentu karena jumlah yang harus dibayarkan konsumen tidak ditentukan (bayar semampunya) tergantung dari kadar kemampuan konsumen itu sendiri. Beberapa konsumen yang mendapatkan diskon khusus ini diantaranya konsumen yang kurang mampu, lanjut usia, atau kriteria lain yang nantinya akan ditentukan oleh kebijakan klinik.

### b) Bonus produk

Klinik herbal NSA kudus memberikan bonus produk secara gratis dengan ketentuan-ketentuan tertentu. Biasanya produk yang diberikan merupakan produk baru (dapat dikatakan sebagai sampel) sehingga selain memberikan produk gratis kepada konsumen juga sekaligus menjadi sarana

promosi dalam memperkenalkan produk baru tersebut.

c) Penawaran pada hari/acara khusus

Selain memberikan penawaran khusus pada produk dan konsumen tertentu, Klinik Herbal NSA juga menerapkan beberapa penawaran di hari-hari atau acara tertentu. Salah satunya adalah pelayanan pemeriksaan kesehatan (*general check-up*) secara gratis dan berlaku pada siapapun yang hanya dilakukan khusus pada hari jum'at. Selain itu dalam rangka memperingati HUT Klinik NSA pada tanggal 17 oktober serta saat menjelang bulan Ramadhan terdapat penawaran-penawaran khusus yang hanya berlaku pada hari-hari tersebut.

3) Publisitas (*Publicity*)

Kegiatan periklanan menggunakan sarana publik juga kerap dilakukan oleh Klinik Herbal NSA Kudus. Salah satunya adalah dengan mengikuti bazar-bazar ataupun menjadi sponsor kegiatan dalam suatu acara. Kegiatan publisitas ini dinilai efektif dalam menarik konsumen baru karena bersifat publik serta Klinik NSA juga dapat berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen sekaligus memberikan testimoni produk beserta pelayanan pemeriksaan kesehatan gratis kepada calon konsumen secara langsung.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Periklanan dengan bentuk penjualan pribadi (*personal selling*) juga diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus. Setiap anggota perusahaan banyak yang ikut serta dalam melayani serta mempromosikan produk pada konsumen dengan cara membagikan informasi produk melalui akun media sosial pribadi serta memberikan informasi kepada sanak saudara ataupun kerabatnya. Setiap anggota klinik telah memiliki sedikit banyak bekal pengetahuan mengenai pengobatan herbal sehingga bisa sedikit memberikan pengarahan maupun rekomendasi apabila ada konsumen yang mau berkonsultasi.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

## 2. Keunggulan dan kekurangan strategi pemasaran Klinik Herbal NSA Kudus

Dalam penerapannya, kegiatan pemasaran pada Klinik Herbal NSA Kudus mempunyai beberapa keunggulan yang menjadi faktor pendukung kegiatan pemasaran tersebut antara lain:<sup>21</sup>

- a. Memiliki produk turunan yang tidak dimiliki oleh kompetitor

Keunggulan pertama yang dimiliki oleh Klinik Herbal NSA adalah sebuah produk turunan dimana kompetitor tidak memilikinya. Inovasi pengembangan produk turunan ini menjadi keunggulan tersendiri bagi klinik, karena tidak semua penjual obat Herbal dapat membuat produk turunan dikarenakan tidak diberikan wewenang dari produsen untuk mengembangkan produknya.

- b. Memiliki jangkauan pasar yang luas (saluran distribusi tidak langsung)

Dalam memasarkan produknya, jangkauan pemasaran dari Klinik Herbal NSA Kudus ini cukup luas dengan memiliki beberapa distributor pada tingkat kabupaten dan kecamatan tiap kota. Beberapa diantaranya terletak di kota kudus, pati, demak, jepara, dan solo. Distributor di tingkat kabupaten disebut sebagai Master Dealer dan distributor tingkat kecamatan disebut sebagai Agen. Untuk distributor Master Dealer dapat melakukan penjualan kepada konsumen secara langsung atau berperan sebagai penyalur produk pada Agen, sedangkan Agen adalah distributor yang menjual produknya langsung pada konsumen akhir.

- c. Memberikan diskon dan harga khusus bagi konsumen tertentu

Keunggulan selanjutnya dari Klinik Herbal NSA Kudus ialah dengan memberikan penawaran khusus bagi konsumen. Penawaran tersebut dapat berupa potongan harga atau sebuah produk gratis yang diberikan kepada konsumen setelah membeli beberapa produk herbal. Selain itu, sebuah keunggulan Klinik Herbal NSA yang sepertinya tidak terdapat pada klinik lain adalah memberikan harga khusus pada konsumen dengan kriteria khusus, seperti konsumen yang kurang mampu, lanjut usia, atau kriteria lainnya. Bagi konsumen khusus tersebut, biaya untuk pemeriksaan atau

---

<sup>21</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

harga obat yang harus dibayarkan tidak ditentukan oleh klinik melainkan dapat membayar berapapun sesuai kemampuannya.

d. Memberikan pelayanan kesehatan gratis bagi masyarakat

Salah satu keunggulan menarik lainnya pada Klinik Herbal NSA Kudus yaitu dengan memberikan pelayanan pemeriksaan kesehatan secara gratis bagi siapa saja yang datang pada hari jum'at. Dengan adanya pelayanan tersebut, dapat menjadi salah satu keunggulan klinik sehingga dapat menarik minat konsumen baik konsumen lama maupun baru.

Selain beberapa keunggulan diatas, terdapat juga beberapa kekurangan yang menjadi penghambat dalam melakukan pemasaran yaitu:<sup>22</sup>

a. Belum memaksimalkan akun media sosial

Sebenarnya Klinik Herbal NSA Kudus sudah memiliki akun media sosial untuk pemasaran, akan tetapi akun tersebut tidak ada yang mengelola sehingga fungsinya belum maksimal. Contoh pada halaman facebook Klinik Herbal NSA Kudus yang pengikutnya dari masih cukup sedikit sehingga informasi yang terdapat didalamnya belum banyak yang melihat.

b. Tidak melakukan pemasaran melalui *E-Commerce*

Seperti yang kita tahu E-Commerce dinilai cukup efektif dan sedang ramai digunakan saat ini. E-commerce yang dimaksud disini adalah platform belanja online seperti shopee, tokopedia, dll. Klinik Herbal NSA sendiri belum pernah melakukan pemasaran melalui salah satu platform tersebut karena tidak ada pengelolanya. Hal ini termasuk dalam salah satu kekurangan karena e-commerce cukup efektif digunakan untuk pemasaran karena memiliki jangkauan yang lebih luas, akses yang lebih mudah, serta dapat memperkenalkan produk dengan bentuk audio visual sehingga bagi konsumen terlihat lebih menarik daripada informasi visual.

Beberapa kelemahan yang disebutkan diatas disebabkan oleh kurang maksimalnya strategi pemasaran sehingga menyebabkan penjualan pada Klinik herbal NSA Kudus mengalami penurunan khususnya di dua tahun terakhir yaitu sebesar 10-20%. Penurunan tersebut memang tidak

---

<sup>22</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

terlalu signifikan akan tetapi tetap harus perlu diperhatikan dan perlu dievaluasi agar tidak bertambah buruk dan berdampak di masa yang akan datang.<sup>23</sup>

### C. Analisis Strategi Pemasaran Klinik Herbal NSA Kudus

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT yaitu dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal serta eksternal perusahaan. Faktor lingkungan internal terdiri atas kekuatan dan kelemahan perusahaan sedangkan faktor lingkungan eksternal merupakan peluang serta ancaman perusahaan. Dengan demikian, analisis strategi pemasaran pada Klinik Herbal NSA Kudus di era digital dapat dilihat dari sisi perkembangan teknologi saat ini dan sistem pemasaran yang implementasikan. Berikut adalah analisis lingkungan internal dan eksternal pada Klinik herbal NSA Kudus:

#### 1. Analisis lingkungan internal

##### a. Faktor kekuatan (*strength*)

Kekuatan adalah sesuatu yang berasal dari dalam perusahaan yang berupa kompetensi sumber daya yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk menghadapi peluang maupun ancaman.<sup>24</sup> Kekuatan yang dimiliki oleh Klinik Herbal NSA Kudus dalam implementasi strategi pemasaran di era digital adalah sebagai berikut:

##### 1) Pengembangan produk turunan

Pengembangan produk turunan dari Klinik Herbal NSA dapat menciptakan diferensiasi produk yang menjadi pembeda dari produk toko herbal lainnya. Sehingga hal tersebut menjadi sebuah kekuatan perusahaan untuk menarik minat konsumen.

##### 2) Produk yang unggul dan berkualitas

Klinik Herbal NSA Kudus memiliki produk unggulan dari produk turunan yang tidak dimiliki oleh Toko herbal lain.

##### 3) Pelayanan prima

Dengan pelayanan prima yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus serta pelaksanaan pelayanan

---

<sup>23</sup> M. Shibghatullah, wawancara oleh penulis, 17 Januari, 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>24</sup> Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi*, (Bandung : Rekayasa Sains, 2005), 118.

jarak jauh (*online*) menjadi daya tarik klinik tersendiri bagi konsumen.

4) Menjunjung tinggi nilai sosial

Lebih mengutamakan memberikan manfaat pada orang lain daripada selalu menekankan pada keuntungan telah menjadi prinsip Klinik Herbal NSA Kudus. Karena Klinik NSA selain bertujuan mencari keuntungan juga ingin menggapai keberkahan serta bermanfaat bagi masyarakat.

5) Pengembangan café herbal

Pengembangan berupa sebuah cafe herbal yang terletak di depan toko dapat menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen.

6) Citra baik perusahaan

Selain persepsi baik yang sudah melekat di hati masyarakat, Klinik Herbal NSA yang merupakan tempat praktik terapi holistik pertama dan sekarang menjadi pusat terapi holistik di kota kudus membuat masyarakat menaruh kepercayaan lebih kepada Klinik Herbal NSA Kudus.

b. Faktor kelemahan (*weakness*)

Faktor Kelemahan adalah situasi yang berada di dalam perusahaan yang menjadi penghambat sebuah peluang serta sulit digunakan dalam menghadapi ancaman.<sup>25</sup> Kelemahan yang terdapat pada Klinik Herbal NSA Kudus dalam implementasi strategi pemasaran di era digital adalah sebagai berikut:

1) Manajemen masih tradisional

Pada salah satu sistem manajemen khususnya pada bagian pencatatan masih belum menggunakan komputerisasi. Meskipun pencatatan manual lebih mudah untuk dilakukan, akan tetapi ketika terjadi sebuah kekeliruan akan sulit untuk diidentifikasi dan akan berdampak buruk bagi perusahaan.

2) Pemasaran yang belum intensif

Pemasaran Pada Klinik Herbal NSA khususnya pemasaran pada sosial media belum dilakukan secara intensif sehingga saat ini berada dalam kondisi stagnan karena tidak adanya pengelola.

---

<sup>25</sup> Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi*, 118-119

3) Keterbatasan operasional sumber daya manusia

Terbatasnya sumber daya manusia khususnya pada pengelolaan pemasaran digital mengakibatkan pemasaran pada Klinik Herbal NSA kurang maksimal.

**2. Analisis lingkungan eksternal**

a. Faktor peluang (*opportunity*)

Peluang adalah situasi diluar perusahaan yang berpotensi menguntungkan bagi perusahaan.<sup>26</sup> Peluang yang dimiliki oleh Klinik Herbal NSA Kudus dalam implementasi strategi pemasaran di era digital adalah sebagai berikut:

1) Kondisi pasar dimasa pandemi

Kondisi pasar yang saat ini sedang dilanda pandemi, membuat permintaan akan obat-obat herbal ikut meningkat.

2) Perkembangan teknologi dan informasi

Perkembangan teknologi dan informasi ini menjadi peluang bagi sebuah usaha khususnya bagian pemasaran. Pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi yang saat ini dapat diterapkan adalah pemasaran online melalui *E-commerce* maupun *E-marketplace*.

3) Hubungan baik dengan pelanggan

Hubungan baik dengan pelanggan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Klinik Herbal NSA membangun hubungan dengan pelanggan dengan memberikan mereka wadah atau forum sehingga komunikasi tetap terjaga dan loyalitas pelanggan dapat tercapai.

b. Faktor ancaman (*treathts*)

Ancaman merupakan situasi atau keadaan diluar perusahaan yang berpotensi merugikan/menyulitkan bagi perusahaan.<sup>27</sup> Ancaman yang ada pada Klinik Herbal NSA Kudus dalam implementasi strategi pemasaran di era digital adalah sebagai berikut:

1) Kondisi perekonomian yang menurun

Masa pandemi yang mengakibatkan kondisi ekonomi masyarakat menurun mengakibatkan tingkat daya beli konsumen juga ikut menurun.

---

<sup>26</sup> Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi*, 118-119

<sup>27</sup> Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi*, 118-119

## 2) Pesaing dengan produk yang sama

Adanya pesaing dengan produk yang sama beserta segmen pasar yang sama juga akan menimbulkan kurangnya daya beli konsumen.

Berdasarkan dengan wawancara dengan Asisten I di Klinik Herbal NSA Kudus dapat dipahami bahwa dalam upaya memaksimalkan strategi pemasaran Klinik Herbal NSA Kudus memiliki kekuatan dengan produk-produk turunan dan unggulan serta historis perusahaan, kelemahan pada sektor promosi yang dilakukan dan kurangnya pemanfaatan perkembangan teknologi di era digital, memiliki peluang yang baik karena minat pasar yang tinggi terhadap obat herbal, serta ancaman yang semakin banyak kompetitornya. Analisis SWOT yang diterapkan di Klinik Herbal NSA Kudus ini didasarkan pada asumsi bahwa dengan pengembangan strategi yang efektif dapat memaksimalkan tujuan strategi pemasaran Klinik Herbal NSA Kudus di era digital.

Pernyataan ini sesuai dengan teori Freddy Rangkuti yang menyatakan bahwa analisis SWOT berperan sangat penting dalam faktor kesuksesan usaha khususnya pada bidang pemasaran, karena dapat memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada akan tetapi secara beriringan juga dapat meminimalkan kelemahan serta ancaman.<sup>28</sup> Hal ini dapat dijadikan acuan bagi Klinik Herbal NSA Kudus untuk mengevaluasi strategi pemasarannya sehingga dapat tercapai sebuah strategi pemasaran yang efektif dan maksimal di era digital saat ini. Adapun hasil analisis penulis mengenai tentang kekuatan yang harus dimaksimalkan oleh Klinik Herbal NSA Kudus ialah: dengan terus mempertahankan kualitas produk dan pelayanannya serta menambah variasi produk turunan sehingga dapat unggul dari toko lain, serta lebih mengembangkan café herbal yang telah ada supaya lebih menambah daya Tarik konsumen. Lalu dengan memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan perkembangan teknologi berupa pemasaran digital secara *online* agar dapat lebih mudah dalam melayani dan menjangkau konsumen. Sehingga secara beriringan dapat meminimalkan adanya kelemahan yaitu kurang intensifnya pemasaran yang dilakukan, serta ancaman terhadap kopetitor toko herbal lain dapat terantisipasi. Berdasarkan pernyataan diatas maka dengan adanya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman nantinya Klinik Herbal NSA Kudus dapat menggunakan analisis SWOT ini sebagai evaluasi dari strategi

---

<sup>28</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, cet ke-20, 19

pemasaran Klinik Herbal NSA untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meraih keunggulan bersaing dan mengembangkan perusahaan.

### 3. Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi mengenai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treaths*) dari strategi pemasaran yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus dihasilkan matriks SWOT dibawah ini. Matriks SWOT merupakan penggabungan antara berbagai indikator pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Matriks SWOT berguna untuk menyusun formulasi strategis sehingga dapat digunakan sebagai alternatif pengembangan strategi pemasaran untuk memecahkan isu strategis perusahaan dan membuat pemasaran lebih maksimal.<sup>29</sup> Dihasilkan tabel matriks SWOT dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 Analisis Matriks SWOT<sup>30</sup>**

Internal	<b>Strength (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan produk turunan</li> <li>2. Poduk yang unggul dan berkualitas</li> <li>3. Pelayanan prima</li> <li>4. Menjunjung tinggi nilai sosial</li> <li>5. Pengembangan Café Hebal</li> <li>6. Citra baik perusahaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen masih tradisional</li> <li>2. Pemasaran yang belum intensif</li> <li>3. Keterbatasan operasional sumber daya manusia</li> </ol>
Eksternal		
<b>Opportunity (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi pasar di masa pandemi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk</li> </ol>

<sup>29</sup> Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 64

<sup>30</sup> Hasil analisis data SWOT pada Klinik Herbal NSA Kudus

<p>2. Perkembangan teknologi dan informasi</p> <p>3. Hubungan baik dengan pelanggan</p>	<p>melalui konsistensi kualitas produk dan pelayanan klinik.</p> <p>2. Memaksimalkan pengembangan produk turunan untuk memenuhi permintaan pasar</p> <p>3. Mempromosikan café herbal secara intensif dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi.</p>	<p>pencatatan yang lebih sistematis</p> <p>2. Mengembangkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan <i>E-Commerce</i> dan <i>E-Marketplace</i> untuk meningkatkan kepuasan serta menjangkau konsumen lebih luas.</p> <p>3. Meningkatkan kualitas SDM untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta untuk dapat melakukan pemasaran intensif secara digital di masa pandemi</p>
<p><b>Treaths (T)</b></p> <p>1. Kondisi perekonomian yang menurun</p> <p>2. Pesaing dengan produk yang sama</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>1. Mempertahankan prinsip nilai sosial untuk membantu konsumen saat kondisi perekonomian yang sedang menurun.</p> <p>2. Mengembangkan produk turunan dan mempertahankan</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>1. Meningkatkan pengembangan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan</p> <p>2. Meningkatkan kualitas SDM dalam pemasaran sehingga pemasaran dapat terlaksana secara maksimal.</p>

	<p>n produk unggulan untuk menghadapi kompetitor.</p> <p>3. mengembangkan café herbal sebagai keunggulan klinik yang tidak dimiliki oleh pesaing.</p>	
--	---	--

Dari matriks SWOT diatas dapat dilihat bahwa faktor internal dan eksternal Klinik Herbal NSA Kudus sudah mampu bersaing dengan kompetitor. Berikut beberapa pengembangan strategi pemasaran berdasarkan analisis hasil dari matriks SWOT Klinik Herbal NSA Kudus:

a. Strategi SO

Strategi ini merupakan strategi yang disusun dengan cara menggunakan daya kekuatan untuk merebut peluang.<sup>31</sup> Strategi SO yang dapat dilakukan oleh Klinik Herbal NSA Kudus yaitu:

- 1) Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi kualitas produk dan pelayanan klinik.

Klinik Herbal NSA Kudus dapat terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar tetap konsisten supaya kepuasan konsumen serta loyalitas pelanggan dapat terus dipertahankan. Karena menurut Kasmir, bagaimana pun hebatnya sebuah promosi, distribusi serta terjangkaunya harga jika tidak di ikuti dengan produk yang berkualitas, maka tujuan marketing mix akan sulit tercapai.<sup>32</sup>

- 2) Memaksimalkan pengembangan produk turunan untuk memenuhi permintaan pasar

Mengingat Klinik Herbal NSA Kudus ini mempunyai beberapa produk turunan yang tidak dimiliki oleh toko lain, apabila produk turunan tersebut terus dikembangkan maka akan menjadi sebuah keunggulan bersaing dalam memenuhi permintaan pasar.

- 3) Mempromosikan café herbal secara intensif dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi.

<sup>31</sup> Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 64

<sup>32</sup> Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group, 2006), 32.

Klinik Herbal NSA Kudus mengembangkan sebuah café herbal dalam beberapa tahun terakhir ini. Dengan mempromosikannya melalui perkembangan teknologi saat ini, tentu promosi tersebut akan lebih cepat tersampaikan serta akan menjadi lebih menarik bagi konsumen.<sup>33</sup>

Mempromosikan suatu produk melalui media digital seperti media sosial memang patut untuk dilakukan di era saat ini. Dimana saat ini media sosial merupakan suatu bagian penting dari kehidupan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara fokus pada pengelolaan di salah satu platform media sosial dan fokus untuk mengembangkannya.<sup>34</sup>

#### b. Strategi WO

Strategi WO adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang.<sup>35</sup> Strategi WO yang dapat dilakukan oleh Klinik Herbal NSA Kudus yaitu:

##### 1) Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk pencatatan yang lebih sistematis

Klinik Herbal NSA Kudus dapat memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan pencatatan supaya lebih terprogram dan meminimalisir kekeliruan.

##### 2) Mengembangkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan *E-Commerce* dan *E-Marketplace* untuk meningkatkan kepuasan serta menjangkau konsumen lebih luas.

Pada era digital seperti saat ini *E-Commerce* dan *E-Marketplace* sangat ramai dipakai oleh beberapa unit usaha dalam mempromosikan produknya. Klinik Herbal NSA Kudus dapat meningkatkan strategi promosinya dengan menggunakan *E-Commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dll dan *E-Marketplace* seperti Facebook Ads, Instagram Ads, dll. untuk memberikan pelayanan yang lebih mudah bagi konsumen serta menjangkau konsumen secara lebih luas.

Penggunaan *E-Commerce* dan *E-Marketplace* cocok digunakan karena merupakan jenis B2C (*Business to Consumer*) yang mempunyai karakteristik terbuka sehingga

---

<sup>33</sup> Hasil analisis Matriks SWOT pada Klinik Herbal NSA Kudus, pada tanggal 28 Februari 2022

<sup>34</sup> Sri Lindawati, Dkk., *Pemasaran Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 34.

<sup>35</sup> Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 64

pelayanan dan informasi produk maupun jasa yang tersedia dapat diakses secara mudah.<sup>36</sup> Selain itu, melalui model B2C keuntungan akan lebih mudah diraih karena biaya tidak tumbuh secara proporsional dengan pertumbuhan bisnis. Dengan kebutuhan biaya operasional yang lebih rendah maka biaya dapat dialihkan untuk kebutuhan lain perusahaan.<sup>37</sup>

- 3) Meningkatkan kualitas SDM untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta untuk dapat melakukan pemasaran intensif secara digital di masa pandemi.

Klinik Herbal NSA Kudus dengan meningkatkan kualitas SDM nantinya dalam mengelola pemasaran dapat dilakukan dengan lebih baik sehingga pemasaran dapat dilakukan dengan lebih intensif.<sup>38</sup>

#### c. Strategi ST

Strategi ini merupakan strategi yang disusun berdasarkan dengan cara memanfaatkan daya kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.<sup>39</sup> Strategi ST yang dapat diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus antara lain:

- 1) Mempertahankan prinsip nilai sosial untuk membantu konsumen saat kondisi perekonomian yang sedang menurun.

Klinik Herbal NSA Kudus dengan terus menjunjung tinggi nilai sosial maka akan dapat membantu konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan citra baik perusahaan, serta akan dapat mencapai tujuan perusahaan.

- 2) Mengembangkan produk turunan dan mempertahankan produk unggulan untuk menghadapi kompetitor.

Produk menjadi faktor penting dalam bauran pemasaran karena produk merupakan hal yang pertama dipertimbangkan oleh konsumen. Oleh karena itu, dalam mengkadapi kompetitor Klinik Herbal NSA Kudus dapat mengandalkan produk-produk turunannya yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain.

---

<sup>36</sup> Dewi Imarwati, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis", *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis IV* (2011): 100.

<sup>37</sup> Tata sutabri, *Konsep Sistem Informasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), 114-115.

<sup>38</sup> Hasil analisis Matriks SWOT pada Klinik Herbal NSA Kudus

<sup>39</sup> Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 64

- 3) Mengembangkan café herbal sebagai keunggulan klinik yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Klinik Herbal NSA Kudus akan mendapatkan nilai lebih dimata konsumen dengan mengembangkan sebuah café di depannya. Sehingga akan menambah daya tarik konsumen dan dapat menjadi sebuah keunggulan bersaing perusahaan.<sup>40</sup>

d. Strategi WT

Strategi ini merupakan strategi yang disusun dengan meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancaman.<sup>41</sup> Strategi WT yang dapat dilakukan oleh Klinik Herbal NSA Kudus yaitu:

- 1) Meningkatkan pengembangan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan
- 2) Meningkatkan kualitas SDM dalam pemasaran sehingga pemasaran dapat terlaksana secara maksimal.<sup>42</sup>

Klinik Herbal NSA Kudus lebih baik menetapkan pengembangan setrategi pemasaran untuk menghindari adanya ancaman dan meminimalisir kelemahan dengan pengembangan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan serta peluang yang ada.

---

<sup>40</sup> Hasil analisis Matriks SWOT pada Klinik Herbal NSA Kudus

<sup>41</sup> Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 64

<sup>42</sup> Hasil analisis Matriks SWOT pada Klinik Herbal NSA Kudus