

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari penelitian yang dilakukan di Pengobatan Alternatif Klinik Apitherapi Kusuma Moyudan, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

- a. Banyaknya pengobatan alternatif yang ada di masyarakat saat ini dan adanya penggunaan berbagai media sebagai alat promosinya, maka Klinik Apitherapi Kusuma merasa perlu membuat strategi promosi yang tepat untuk mampu bersaing dengan kompetitornya, yaitu pengobatan alternative yang lain seperti menggunakan merode lain seperti, akupuntur, dengan tumbuhan, herbal, ruqyah, dll. Strategi promosi yang dipergunakan oleh Klinik Apitherapi Kusuma untuk meningkatkan jumlah pasien adalah dengan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pengobatan alternatif sengat lebah (apitherapi) sebagai upaya mengatasi permasalahan kesehatan masyarakat, dengan melakukan berbagai kegiatan untuk mempromosikan Klinik Kusuma sebagai pengobatan alternative sengat lebah. Dalam menentukan strategi promosi tersebut Klinik Apitherapi Kusuma sebelumnya melakukan beberapa tahapan perencanaan yang diawali dengan melakukan analisis SWOT, yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki Klinik Apitherapi Kusuma untuk memaksimalkan

**pengobatan ini merupakan pengobatan yang tergolong unik dan telah diakui WHO dan ditangani oleh ahli terapi lebah.**

**Dari analisis SWOT yang telah dimiliki, pihak pengelola Klinik Apitherapi Kusuma kemudian menggabungkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) menjadi sebuah strategi hasil penggabungan antara kekuatan dan peluang yang ada (S-O Strategy), sehingga kemudian muncul strategi promosi untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pengobatan alternatif sengat lebah (apitherapi) sebagai upaya mengatasi permasalahan kesehatan masyarakat.**

- b. Untuk mendukung strategi promosi tersebut Klinik Apitherapi Kusuma kemudian menetapkan beberapa program atau aktivitas promosi yang akan dilaksanakan sesuai perencanaan promosi yang sudah dibuat. Penetapan program promosi ini berdasar pada strategi promosi yang sudah ada serta berdasar pada tujuan klinik, yaitu : untuk mengenalkan pengobatan sengat lebah di Klinik Apitherapi Kusuma kepada masyarakat luas. Sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah mendirikan Rumah Sakit Apitherapi pertama di Indonesia. Sementara, untuk tujuan jangka pendek yaitu mensosialisasikan dan memberikan edukasi mengenai pengobatan sengat lebah dan diharapkan masyarakat tahu pengobatan apitherapi Kusuma ini.**

**Dari strategi promosi dan tujuan yang telah ditetapkan oleh Klinik Apitherapi Kusuma, maka kemudian Klinik Apitherapi Kusuma**

**menetapkan alat promosi yaitu antara lain : brosur, personal selling**

promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi mulut ke mulut, pemasaran langsung dan publikasi.

- c. Program promosi yang dilakukan oleh Klinik Apitherapi Kusuma, antara lain : menyebarkan brosur, membagikan kalender kepada pelanggan, melakukan kunjungan edukasi ke sekolah dan dusun, melakukan presentasi dan demo serta sampling pada saat menerima kunjungan, melakukan sosialisasi ke masyarakat, mengikuti pameran-pameran, mengisi program acara *live* di televisi dan radio, melakukan kerjasama dengan Laboratorium Kesehatan dan media, melakukan publikasi di media televisi radio dan internet, serta melakukan dan mendukung aktivitas *word of mouth*. Aktivitas promosi yang cukup mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat dan terkait dengan peningkatan jumlah pasien di Klinik Apitherapi Kusuma adalah : *word of mouth*, siaran *live* di televisi dan radio, serta sosialisasi dan edukasi di sekolah dan masyarakat serta ikut dalam pameran juga mendapatkan respon baik dari pengunjung. Sedangkan, alat promosi yang tidak dimanfaatkan secara maksimal adalah pemasaran langsung, terutama yang berkaitan dengan penggunaan *media social network / facebook*.

## **B. SARAN**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, maka peneliti memberikan saran kepada Klinik Apitherapi Kusuma dalam beberapa hal yang disarankan oleh peneliti masih ada kekurangan dan perlu

dimaksimalkan, sehingga diharapkan dapat menjadi masukan dalam perbaikan dan strategi promosi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

- a. Klinik Apitherapi Kusuma perlu lebih mengatur perencanaan yang lebih baik, sehingga semua yang telah direncanakan berjalan dengan baik. Apabila salah satu kegiatan ada yang terhenti maka harus sudah mempersiapkan langkah selanjutnya.
- b. Menambah ahli terapi di Klinik pengobatan Apitherapi Kusuma.
- c. Memanfaatkan media sosial berjaringan seperti Facebook sebagai alat untuk promosi. Apabila terjadi penyalahgunaan oleh orang lain maka dapat diblokir dari akun tersebut.
- d. Menambah dana untuk promosi karena program promosi di media elektronik seperti televisi dan media cetak bagus untuk mengembangkan iklan dari program promosi yang dilakukan.
- e. Segera membuat jadwal baru untuk radio dan televisi sehingga masyarakat yang belum tahu akan mengetahui pengobatan sengat lebah karena jangkauan media televisi dan radio sangat luas.
- f. Lebih fokus dalam menjalankan beberapa fungsi PR agar program promosi yang dilakukan beragam sehingga banyak masyarakat yang mengetahui dan nantinya akan dapat meningkatkan pasien/ konsumen.
- g. Meningkatkan aktifitas promosi guna menunjang strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pasien dan agar masyarakat

mengetahui pengobatan sengat lebah Klinik Apitherapi Kusuma disamping  
banyaknya pengobatan alternatif dengan metode lain di Yogyakarta ini.