

## ABSTRAK

Tugas Akhir ini disusun oleh Ghaisani Gustari Putri (0412U005), Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, dibawah bimbingan Dr. Mariana Rachmawati, S.E., M.M. dengan judul “**Analisis Bauran Promosi Yang Dilakukan TelkoMedika Bidang Pelayanan Kesehatan Kota Bandung**”

Telkomedika adalah salah satu perusahaan di bidang pelayanan kesehatan dan merupakan perusahaan yang baru berdiri setelah berganti nama dari PT. Sarana Usaha Insanpalapa (Rasapala) dengan pemegang saham terbesar dari Telkom. Dengan berkembang pesatnya permintaan akan jasa pelayanan kesehatan tentu diiringi dengan persaingan yang cukup tinggi.

Permasalahan yang dialami oleh perusahaan layanan kesehatan adalah turunnya jumlah peserta, hal ini disebabkan oleh karena bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan dan pemikiran-pemikiran masyarakat yang masih mengesampingkan pentingnya kesehatan bagi tubuh. Hal ini pun dialami oleh TelkoMedika, sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya maka pada penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut: Bagaimana Strategi bauran promosi yang digunakan oleh Telkomedika, hambatan apa yang ada pada pelaksanaan bauran promosi yang dilakukan Telkomedika dan bagaimana solusi yang dilakukan Telkomedika Bandung dalam mengatasi hambatan pada pelaksanaan Bauran Promosi

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif. Dimana tujuan dari deskriptif adalah memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat dengan fakta yang ada. Untuk mendapatkan informasi yang diperlukan penulis melakukan wawancara langsung, observasi dan penelitian kepustakaan.

Adapun saran penulis dalam penelitian ini adalah dalam kegiatan promosi perlu diperhatikan bagaimana cara mengevaluasi setiap kekurangan dari bauran promosi, dan mengatasi hambatan yang ada dengan upaya-upaya yang salah satunya yaitu meningkatkan program promosi TelkoMedika

## **ABSTRAC**

*This final project was prepared by GhaisaniGustariPutri (0412U005), Major of Management Faculty of Business and Management, University of Widyatama, under guidance of Dr.MarianaRachmawati, SE, MM with the title "The Promotion Mix Analysis TelkoMedika Do Bandung Health Care Sector"*

*Telkomedika is one of the companies in the field of health care and is a newly established company after changing the name of PT.Sarana Usaha Insanpalapa (Rasapala) the largest shareholder of Telkom. With the rapidly growing demand for health care services would be accompanied by a fairly high competition.*

*Problems faced by health care company is the decline in the number of participants, it is caused by the promotion mix is done by the company and the thoughts of the community who still rule out the importance of health for the body. It is also experienced by TelkoMedika, as mentioned earlier, this research identified the following sebaga: How the promotional mix strategies used by Telkomedika, what barriers exist to the implementation of the promotion mix is done Telkomedika and how do Telkomedika Bandung solutions to overcome barriers on the implementation of the Promotion Mix*

*The method used by the writer is descriptive method. Where the purpose is to provide an overview of descriptive or painting in a systematic, factual, accurate with facts. To obtain the necessary information the author conducted interviews, observation and research literature.*

*The advice the author in this study is in promotional activities to consider how to evaluate any shortcomings of the promotion mix, and to overcome existing barriers to the efforts of one of them is increasing promotion programs TelkoMedika.*