
Efektifkah Experiential Marketing di Sebuah Rumah Sakit ?*by***Tiwik Setyawati ⁽¹⁾****Gede Sri Darma ⁽²⁾****Undiknas Graduate School**

Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

*tiwi86@yahoo.co.id ⁽¹⁾**sridarma@undiknas.ac.id ⁽²⁾***ABSTRACT**

The success of a business are depends on ideas, opportunities and stakeholders. Businesses must be able to create new ideas in order to provide value to consumers. In addition, business people must be able to see the business opportunities that grow. The actions taken by management must be in reaching opportunities and overcoming challenges to provide customer service in line with experiential marketing. One of the business that is developing at this time is the health business that is the hospital so that researchers choose the hospital as one of the object of research.

The research conducted at Surya Husadha Hospital Nusa Dua has the objective to know, analyze and interpret the effectiveness of experiential marketing implementation. This research is a qualitative descriptive by using phenomenological approach and rationalistic approach. The data process begins by reviewing all the data collected from various sources, from interviews, observations already written in field records, personal documents, official documents, drawings, photographs, etc., resulting in a broad, general and detailed analysis.

From the research result, it can be concluded that the management of Surya Husadha Nusa Dua has been effective in applying experiential marketing, but there are still things that need to be improved in experiential marketing enforcement that is from the sense dimension need the response of officer to avoid complaints and improvement of service facility; from the Feel dimension purlu an increase in human resource competence; from the Think side of a comfortable layout and providing parking area.

Keywords: Experiential Marketing**ABSTRAK**

Kesuksesan suatu bisnis tergantung pada ide, peluang dan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide-ide baru agar dapat memberikan nilai lebih (*value*) kepada konsumen. Selain itu pelaku bisnis juga harus mampu untuk melihat peluang bisnis yang berkembang. Tindakan yang dilakukan oleh manajemen harus dalam menggapai peluang dan mengatasi tantangan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan tersebut sejalan dengan *experiential marketing*. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis kesehatan yaitu rumah sakit sehingga peneliti memilih rumah sakit sebagai salah satu objek peelitian.

Penelitian yang dilaksanakan di Rumah Sakit Umum Surya Husadha Nusa Dua mempunyai tujuan untuk mengetahui, menganalisa dan menginterpretasi efektifitas penerapan *experiential marketing* yang dilakukan oleh Manajemen RSU Surya Husadha Nusa Dua. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis dan pendekatan rasionalistik. Proses data dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara,

pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya, sehingga menghasilkan analisis secara luas, umum serta terperinci.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa manajemen RSUD Surya Husadha Nusa Dua telah efektif menerapkan *experiential marketing*, tetapi masih ada hal yang perlu ditingkatkan dalam peneraan *experiential marketing* yaitu dari dimensi *sense* perlu adanya respon petugas untuk menghindari keluhan pelanggan dan peningkatan fasilitas pelayanan; dari dimensi *Feel* perlu adanya peningkatan kompetensi SDM; dari sisi *Think* adanya tata ruang yang nyaman dan penyediaan lahan parkir.

Kata kunci: *Experiential Marketing*

DAFTAR PUSTAKA

- Angka, A.T., and Darma, G.S. (2016). The Impact of Leadership Style on Employee's Satisfaction, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 78-91.
- Adnyana, R., and Darma, G.S. (2015). Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 92-115.
- Adi, P. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Equity (Studi Kasus Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, Airasia Dan Lion Air Dengan Rute Penerbangan Domestik)*, Skripsi Universitas Telkom.
- Adriansyah, T. A. (2010). *Skripsi Pengaruh Experiential Marketing Universitas Widyatama Terhadap Loyalitas Mahasiswa. Astrid.* (2011). Kecewa Dengan Sikap Pramugari Garuda Indonesia. [online]. <http://www.suratpembaca.web.id> [17 September 2017]
- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran), *Jurnal Pemasaran*, **2** (1), Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Astuti, T. (2010). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan*, **12** (2): 191-195.
- Artawijaya, I.G.P.A., and Darma, G.S. (2015). Evaluation The Effectivity of Performance Management Online System to Improving The Employees Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 73-89.
- Adnyasuari, P.A.S., and Darma, G.S. (2017). Technology Acceptance Model dan E-Satisfaction in Mobile Banking, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 1-12.
- Arsriani, I.A.I., and Darma, G.S. (2013). Peran Media Sosial Online Dan Komunitas Terhadap Keputusan Nasabah Bank, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **10** (2): 48-68.
- Budiasni, N.W.N., and Darma, G.S. (2016). Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Lembaga Keuangan Berbasis Kearifan Lokal, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (2): 1-19.
- Bramantio, D., and Dharmayanti, D. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction Café My Kopi-O Surabaya Town Square.*
- Candra, H. (2008). *Marketing untuk orang awam*. Palembang: Maxikom.
- Chien, C., and I-Han, C. (2014). *JA Study of the Effect of Experiential Marketing on Customer Purchase Intention: Case Study of the Taipei International Sports Cycle Show.*

- Darma, G.S. (2004). Qualitative and Quantitative Data in Management Research: A Study of the Banking Industry, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, **16** (2): 107-118.
- Dewi, N.M.A.T., and Darma, G.S. (2016). Efektivitas Leadership, Growth Performance dan Regulasi Otoritas Jasa Keuangan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 1-13.
- Dewi, A.A.I.S., and Darma, G.S. (2017). Proses Rekrutmen, Seleksi, Pelatihan, Penempatan dan Kinerja Karyawan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 1-18.
- Daryanto. (2011). *Sari kuliah manajemen pemasaran (cetakan pertama)*. Jakarta: Oryza.
- Farela, D., and Darma, G.S. (2014). Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness dan Brand Attitude, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 35-47.
- Hendhana, S., and Darma, G.S. (2017). Service Quality Rumah Sakit dan Efeknya terhadap Patient Satisfaction, Perceived Value, Trust, dan Behavioral Intention, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 37-55.
- Holbrook, M.B., and Hirschman, E.C. (1994). The Experiential Aspect of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, *Journal of Consumer Research*, **9** (2): 132-140.
- Istikhomah, I., and Darma, G.S. (2016). Masifnya Penggunaan Online Travel Agents Dalam Meningkatkan Revenue Pemasaran, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 52-63.
- Inka, J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Krisnamurti, M.B., and Darma, G.S. (2015). Strategi Diferensiasi Produk dan Jasa di Industri Digital Printing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 122-139.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 143-165.
- Kertajaya, H. (2006). *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumala, L.W. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, J.L. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nesia, A., and Darma, G.S. (2015). Diversification Analyzes the Concept of Branding and Promotion to Company Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 125-171.
- Nana, S.S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Pranata, I.M.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 69-81.
- Purnantara, I.M.H., and Darma, G.S. (2015). Competency, Organizational Health, Job Career, Job Performance And Employees Turnover, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 90-124.
- Permanasari, I.A.S., and Darma, G.S. (2013). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Rasa Aman, Rasa Percaya Dan Loyalitas Nasabah Dalam Meningkatkan Saldo Bank, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **10** (1): 186-204.
- Patni, S.S., and Darma, G.S. (2017). Non-Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, Net Interest Margin, BOPO, Capital Adequacy Ratio, Return on Asset dan Return on Equity, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 166-184.
- Razanah, Z. (2013). *Penerapan Experiential Marketing Strategy dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Saefulloh, D.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Marketing Wisata Wedding Sebagai Destinasi Alternatif, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 17-34.
- Sangadji, E.M., and Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Samadiartha, I.N.D., and Darma, G.S. (2017). Dampak Sistem E-Filing, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 75-103.
- Saraswati, R. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Satori, D., and Komariah, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Schmitt. (1999). *Experiential Marketing How To Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, To Your Company And Brands*.
- Smilansky, S. (2009). *Experiential Marketing: A Prectical Guide Interactive to Brand Experiences*. India: Replika Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widiastra, I.K., and Darma, G.S. (2015). Komitmen, Kepuasan Kerja, Organizational Citizenship Behavior dan Kinerja Pegawai Kontrak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 214-241.
- Wiandari, I.A.A., and Darma, G.S. (2017). Kepemimpinan, Total Quality Management, Perilaku Produktif Karyawan, Kinerja Karyawan dan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 61-78.