

RINGKASAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN APOTEK MUKTI HUSADA**

Rini Arifiani

Strategi pemasaran adalah instrumen yang digunakan perusahaan, seperti rencana perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Manfaat penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran pada Apotek Mukti Husada dengan menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu analisa yang dicetuskan Albert Humphrey, pada tahun 1960 – 1970, SWOT digunakan untuk menilai kekuatan - kekuatan dan kelemahan - kelemahan dari sumber - sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan - kesempatan eksternal dan tantangan - tantangan yang dihadapi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan di Apotek Mukti Husada dengan menggunakan analisis SWOT.

SWOT merupakan akronim untuk kata kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Menurut Freddy Rangkuti, Analisis SWOT ini mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT ini pada dasarnya dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dan mampu meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Untuk merumuskan strategi perusahaan maka diperlukan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan baik kondisi internal maupun eksternal karena hal ini sebagai acuan dalam perencanaan strategi yang akan datang

Metode pengambilan data yang dilakukan secara *Non Probability Sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria - kriteria tertentu. Pengambilan data dilakukan selama bulan Januari – Februari 2023 dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden pelanggan Apotek Mukti Husada dengan mengisi kuesioner yang berjumlah 20 pernyataan meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penelitian dan pengambilan data dilaksanakan di Apotek Mukti Husada Surabaya di Jalan Manukan Tengah 10A/12 Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pengelompokan secara manual dan data diolah secara deskriptif yang disajikan dengan berupa tabel, grafik dan presentase dengan menggunakan instrumen lembar kuesioner data responden yaitu pelanggan Apotek Mukti Husada pada bulan Januari – Februari 2023. Hasil penelitian ini menunjukkan demografi berdasarkan jenis kelamin dengan responden terbanyak adalah perempuan sejumlah 59 responden (59%). Demografi berdasarkan usia dengan responden terbanyak adalah usia 19-30 tahun sejumlah 69 responden (69%). Demografi berdasarkan pendidikan terakhir dengan responden terbanyak adalah sarjana sejumlah 43 responden (43%). Demografi berdasarkan pekerjaan dengan responden terbanyak adalah pegawai swasta sejumlah 33 responden (33%).

Demografi berdasarkan penghasilan dengan responden terbanyak adalah dikisaran penghasilan 2.000.000 – 3.000.000 sejumlah 25 responden (25%).

Berdasarkan data hasil perhitungan pada matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) di dapatkan nilai hasil total faktor internal pada indikator kekuatan yaitu 1,63 pada indikator kelemahan yaitu 1,52, untuk faktor external pada indikator peluang yaitu 0,74, pada indikator ancaman yaitu 1,71. Untuk mengetahui posisi kuadran Apotek Mukti Husada dilakukan perhitungan faktor internal nilai akhir total pada kekuatan - nilai akhir total pada kelemahan didapatkan hasil 0,11 sedangkan perhitungan faktor external nilai akhir total pada peluang - nilai akhir total pada ancaman didapatkan hasil -0,43, hasil tersebut digunakan untuk membuat diagram SWOT yang menggambarkan Apotek Mukti Husada berada pada kuadran II yang artinya apotek menghadapi berbagai ancaman akan tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan yaitu diversifikasi kemudian merumuskan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT, matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis diantaranya strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Berdasarkan hasil yang telah dijabarkan disarankan Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih dalam mengenai permasalahan dan pengaruh strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan, dengan meneliti hasil implementasi dari strategi pemasaran yang di sarankan dalam Karya Tulis Ilmiah ini. Untuk Apotek Mukti husada diharapkan menambahkan cara pemesanan obat via WA dan transaksi menggunakan non tunai, memperluas pengenalan Apotek Mukti Husada melalui media online atau internet, mengadakan program produk *bundling* dan memberikan kartu loyalitas untuk pelanggan sebagai penghargaan kesetiaan pelanggan pada Apotek Mukti Husada.