

RINGKASAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN DAN SWOT DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN ALAT KESEHATAN APOTEK KIMIA FARMA X DI DAERAH SIDOARJO

Aisyah Ayu Andini

Strategi pemasaran yang pada dasarnya merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan sangat dibutuhkan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran Apotek Kimia Farma dalam meningkatkan volume penjualan alat kesehatan dengan pendekatan bauran pemasaran dan SWOT. Menganalisa strategi kekuatan – peluang (SO) berdasarkan bauran pemasaran Apotek Kimia Farma yang memengaruhi peningkatan penjualan alat kesehatan. Menganalisa strategi kekuatan – ancaman (ST) berdasarkan bauran pemasaran Apotek Kimia Farma yang memengaruhi peningkatan penjualan alat kesehatan. Menganalisa strategi kelemahan – peluang (WO) berdasarkan bauran pemasaran Apotek Kimia Farma yang memengaruhi peningkatan penjualan alat kesehatan. Menganalisa strategi kelemahan – ancaman (WT) berdasarkan bauran pemasaran Apotek Kimia Farma yang memengaruhi peningkatan penjualan alat kesehatan.

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, mengacu pada konsep bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat) dan analisis SWOT. Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa Apotek Kimia Farma memiliki strategi-strategi dalam meningkatkan volume penjualan alat kesehatan yaitu strategi produk dengan melengkapi segala macam jenis produk alat kesehatan terutama untuk kebutuhan lansia, strategi harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan dengan memperhitungkan harga biaya, strategi promosi dengan memanfaatkan *platform* digital milik Kimia Farma, serta strategi tempat dengan melakukan penataan produk yang rapi dan mudah dijangkau ditambah pula menjalin kerjasama dengan instansi lain. Berdasarkan dari analisis internal dan eksternal diketahui nilai kekuatan di atas nilai kelemahan selisih (+) 0,68 dan nilai peluang di atas nilai ancaman selisih (+) 0,55 maka diagram analisa SWOT yang dilakukan di Apotek Kimia Farma saat ini berada pada strategi *Growth* (perkembangan) dimana keputusan yang akan diambil yaitu mengembangkan apotek dengan cara meningkatkan kualitas dan kelengkapan produk dan memperbanyak promosi. Apotek Kimia Farma berada di situasi yang sangat menguntungkan sehingga Apotek Kimia Farma harus memanfaatkan peluang dan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Apotek Kimia Farma diharapkan tetap mempertahankan kelengkapan produk terutama kebutuhan lansia dan rutin melakukan cek kelengkapan produk melalui penolakan sistem yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Strategi harga yang telah

ditetapkan oleh perusahaan yang terbilang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing harus sebanding dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan tidak dirugikan. Promosi yang sudah ditetapkan oleh tim digital Kimia Farma tetap dilaksanakan serta melakukan promosi secara mandiri dengan lebih maksimal seperti *update story Whatsapp* maupun *story Instagram*.