

ABSTRAK

AYU JUNIANDANI A. 105720413913 “Analisis Strategi Pemasaran alat kesehatan pada PT. Rayhan Alkesindo Makassar”. dibimbing oleh Moh. Aris Pasigai, SE., MM sebagai pembimbing I dan Muh. Nur. Rasyid, SE., MM sebagai pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk Menganalisis Strategi Pemasaran alat kesehatan pada PT. Rayhan Alkesindo Makassar.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis SWOT, strategi bauran pemasaran (Marketing Mix), strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growthoriented strategy*).

Hasil analisis strategi pemasaran dengan melalui strategi bauran pemasaran (Marketing Mix) melalui produk , harga, promosi dan saluran distribusi. Bahwa dari segi produk pasokannya terlambat, dari harga PT. Rayhan Alkesindo Makassar relatif mahal dan dari segi promosi kurang memadai.

Hasil analisis Swot nampak bahwa posisi strategi pemasaran alat kesehatan pada PT. Rayhan Alkesindo Makassar berada pada telah berada pada kuadran 1, hal tersebut merupakan situasi yang menguntungkan di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang sangat baik. Strategi yang harus diterapkan oleh PT. Rayhan Alkesindo Makassar dalam melakukan pemasaran alat kesehatan adalah dengan strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growthoriented strategy*). Alasannya karena perusahaan PT. Rayhan Alkesindo Makassar memiliki nilai kekuatan yang lebih besar dari kelemahan dan di samping itu memiliki peluang yang lebih besar jika dibandingkan dengan ancaman.

Kata Kunci : Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (Opportunity), Ancaman (Threats)