

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ALAT KESEHATAN PADA  
PT. RAYHAN ALKESINDO MAKASSAR**

**AYU JUNIANDANI A  
105720413913**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2017**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul : **Analisis Strategi Pemasaran Alat Kesehatan pada PT.  
Rayhan Al-Kesindo Makassar**

Nama Mahasiswa : **AYU JUNIANDANI A.**

NIM : 10572 04139 13

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

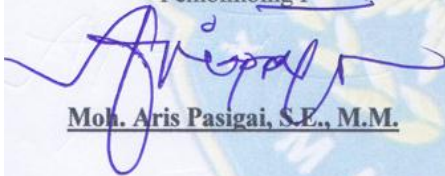
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan di depan Panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Sabtu, tanggal 07 Oktober 2017 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

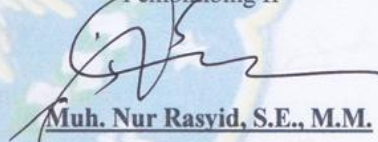
Makassar, 07 Oktober 2017

Menyetujui :

Pembimbing I


  
**Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M.**

Pembimbing II

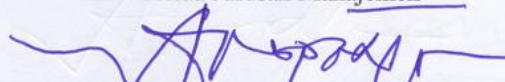
  
**Muh. Nur Rasvid, S.E., M.M.**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

  
**Ismail Rasulong, S.E., M.M.**  
NBM: 903 078

Ketua Jurusan Manajemen

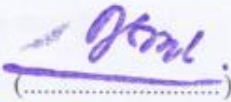
  
**Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M.**  
NBM. 1093435


## PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

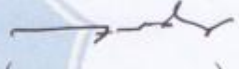
Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 160/2017 Tahun 1439 H/2017 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Sabtu, 7 Oktober 2017 M/17 Muharram 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


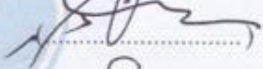

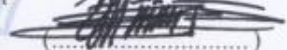
Makassar, 9 Oktober 2017

Panitia Ujian :

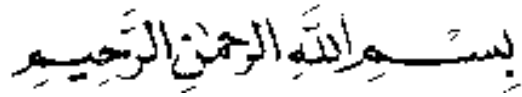
Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM  
(Rektor Unismuh Makassar) 

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM  
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 

Penguji : 1. Dr. H. Mahmud Nuhung, MA.   
2. Muh. Nur R, SE, MM.   
3. Abd. Salam HB, SE, M.Si. Ak.   
4. Dr. Edi Jusriadi, SE, MM. 

## KATA PENGANTAR



Assalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, salawat dan salam tercurahkan kepada nabi segala zaman yang menjadi rahmat petunjuk bagi umat manusia dan seluruh sahabat dan keluarganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ALAT KESEHATAN PADA PT. RAYHAN ALKESINDO MAKASSAR”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari dengan segala kekurangannya sehingga tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak skripsi ini takkan terselesaikan. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimah kasih tak ternilai kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan selama proses studi, di antaranya:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong SE., MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Pembimbing I Moh. Aris Pasigai,SE., MM dan pembimbing II Muh. Nur Rasyid,SE., MM yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sejak penulisan proposal hingga skripsi
5. Sugianto selaku Kepala Pimpinan dan seluruh karyawan PT.Rayhan Al-kesindo Makassar yang telah memberian masukkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tuaku Ayahanda Ir.H.Muh.Arief Dg Tawang dan Ibunda HJ.Rukiati Dg Ngai serta saudara-saudaraku Andriany Arief, Andi Harimawan Arief, yang senangtiasa mengalirkan kesejukan kasih melalui upaya dan do'a serta sebagai motivasi utamaku.
7. Buat sahabat-sahabatku Rohayu Bin Asmur dan Umy Wachidin Indar yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Buat Muh. Riswan Kusnadi Pratama, Suardi dan Hasrianti Azis yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman angkatan 2013 jurusan Manajemen khususnya kelas MAN 1 -13 yang tidak dapat disebutkan satu-satu.

Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Dan semoga segala bentuk bantuan dan do'a mereka dicatat sebagai amal ibadah oleh Allah SWT seta mendapat balasan yang berlipat ganda. Amin ya robbil alamin.

Makassar, Mei 2017  
Penulis,

**Ayu Juniandani A.**

## 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)

## ABSTRACT

**AYU JUNIANDANI A. 105720413913 "Analysis of Healthcare Marketing Strategy at PT. Rayhan Alkesindo Makassar ". guided by Moh. Aris Pasigai, SE ,. MM as mentors of I and Muh. Nur. Rashid, SE ,. MM as mentor II.**

The purpose of this study is to Analyze Healthcare Marketing Strategy at PT. Rayhan Alkesindo Makassar.

The research method used is SWOT analysis research method, marketing mix strategy, aggressive growth policy strategy (Growthoriented strategy).

The result of marketing strategy analysis through marketing mix (Mix) through product, price, promotion and distribution channel. That in terms of the supply of products late, from the price of PT. Rayhan Alkesindo Makassar is relatively expensive and in terms of inadequate promotion.

The result of Swot analysis shows that the position of health tool marketing strategy at PT. Rayhan Alkesindo Makassar is on the 1st quadrant, it is a favorable situation where the company has excellent opportunities and strengths. Strategy that must be applied by PT. Rayhan Alkesindo Makassar in marketing the health tool is with an aggressive growth policy strategy (Growthoriented strategy). The reason is because the company PT. Rayhan Alkesindo Makassar has a greater strength value of weakness and in addition has a greater chance when compared with threats.

Keywords: Strengths, Weakness, Opportunities  
(Opportunity), Threats (Threats)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Pengertian Pemasaran .....	6
B. Definisi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) .....	10
C. Strategi Pemasaran .....	11
D. Jenis-Jenis Pemasaran .....	13
E. Analisis SWOT .....	15
F. Faktor-Faktor Strategi Internal.....	17
G. Faktor-Faktor Eksternal.....	18
H. Penelitian Terdahulu .....	
I. Karangka Pikir.....	18
J. Hipotesis.....	19
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	20



B. Metode Pengumpulan Data .....	20
C. Jenis dan Sumber Data .....	21
D. Definisi Operasional.....	22
E. Metode Analisis .....	23
<b>BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>20</b>
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	20
B. Struktur Organisasi .....	20
C. Visi dan Misi Perusahaan .....	21
<b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>20</b>
A. Analisis Strategi Bauran Pemasaran .....	20
B. Analisis SWOT dalam Pemasaran Alat Kesehatan .....	20
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>20</b>
A. Kesimpulan .....	20
B. Saran .....	20

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. I Kerangka Fikir .....	19
Gambar. II Struktur Organisasi.....	27

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. I Jenis/ Type Alat Kesehatan .....	30
Tabel. II Harga Jual, Jenis / Type Alat Kesehatan.....	31
Tabel. III Analisis Faktor Strategi Internal dalam Analisis SWOT .....	36
Tabel. IV Analisis Faktor Strategi Eksternal dalam Analisis SWOT.....	37
Tabel. V Matriks SWOT dalam Pemasaran Alat Kesehatan .....	39