

ABSTRAK

Laboratorium klinik adalah salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yang berfungsi membantu pasien dalam upaya diagnosis penyakit, penyembuhan penyakit, serta pemulihan kesehatan. Kimia Farma Laboratorium adalah salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan yang berupa Laboratorium Klinik. Banyaknya jasa penyedia fasilitas pelayanan kesehatan saat ini menyebabkan tingkat persaingan yang cukup tinggi dalam bidang ini. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di Kimia Farma Laboratorium dan memberi usulan strategi pemasaran bagi Kimia Farma Laboratorium. Penelitian ini menggunakan metode QSPM untuk menentukan prioritas strategi alternatif yang didapatkan dari analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan Matriks IFE dan EFE, Matriks IE, serta Matriks SWOT. Hasil dari penelitian didapatkan faktor internal, yang terdiri dari sembilan aspek kekuatan dan lima aspek kelemahan, serta faktor eksternal, yang terdiri dari lima aspek peluang dan lima aspek ancaman, yang mempengaruhi pemasaran Kimia Farma Laboratorium dan memberikan sepuluh alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Kimia Farma Laboratorium dengan strategi prioritasnya yaitu optimalisasi promosi dan publikasi Kimia Farma Laboratorium melalui semua lini media sosial.

Kata Kunci : Pemasaran, QSPM, Matriks IFE dan EFE, Matriks IE, Matriks SWOT

ABSTRACT

Clinical laboratory is one of health service facilities that can help patients to diagnose disease, treatment for disease, and recovery from disease. Kimia Farma Laboratory is a healthcare provider in the form of a Clinisa Laboratory. The number of health care facility service providers these days caused a fairly high level of competition in this field. The purpose of this research is to identify internal and external factors that influence the marketing strategy at Kimia Farma Laboratory and to give marketing strategy for Kimia Farma Laboratory. This research uses QSPM method to determine the priority of the alternative strategies obtained from the SWOT analysis. SWOT analysis was carried out using IFE and EFE Matrix, IE Matrix, and SWOT Matrix. This research had results that are internal factors, which consist nine aspects of strengths and five aspects of weaknesses, as well as external factors, which consist five aspects of opportunities and five aspects of threats, that affect the marketing of Kimia Farma Laboratory and also give ten alternative strategies for Kimia Farma Laboratory that can be implemented with its priority strategy is optimizing promotion and publication of Kimia Farma Laboratory through all social media.

Keywords : Marketing, QSPM, IFE and EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix