

## ABSTRAK

PT. Zulisma Mitra Bersama merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang Penyalur Alat Kesehatan yang terletak Kota Cilegon. Dalam sistem penjualan produknya perusahaan ini mempunyai target penjualan yang berbeda. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk melihat lebih detail permasalahan yang terjadi dalam pemasaran produk dengan menggunakan metode SWOT dan AHP. Penelitian didesain dengan analisis kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Hasil identifikasi strategi pemasaran menggunakan matriks SWO yaitu pada matriks IFE didapat skor *strength* 2.81 dan *weakness* 1.38, serta total IFE 1.42 yang berarti perusahaan dalam keadaan kuat. Hasil matriks EFE skor *opportunity* 3.14 dan *threat* 1.07, serta total EFE 1.42 yang berarti perusahaan merespon baik peluang-peluang yang ada dan mengatasi hambatan. Strategi pemasaran terpilih dan terbaik dengan menggunakan metode AHP adalah strategi SO yang berada pada posisi prioritas. Pilihan strategi berdasarkan prioritasnya yakni meningkatkan kualitas produk, meningkatkan penjualan berbasis online dan offline, meningkatkan skill sales internal, serta memperbanyak jangkauan pasar.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran; Alat Kesehatan; SWOT; *Analytical Hierarchy Process* (AHP)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*PT. Zulisma Mitra Bersama is a company engaged in the Distribution of Medical Devices located in Cilegon City. In its product sales system, this company has different sales targets. This study uses a questionnaire to see in more detail the problems that occur in product marketing using the SWOT and AHP methods. The research was designed with qualitative and quantitative analysis. The types of data used are primary and secondary data. The results of the identification of marketing strategies using the SWO matrix, namely the IFE matrix, obtained a strength score of 2.81 and 1.38, and a total IFE of 1.42 which means the company is in a strong state. The results of the EFE matrix score opportunity 3.14 and threat 1.07, and the total EFE 1.42 which means the company responds well to existing opportunities and overcomes obstacles. The selected and best marketing strategy using the AHP method is the SO strategy which is in a priority position. The strategy choices based on priorities are improving product quality, increasing online and offline based sales, improving internal sales skills, and increasing market reach.*

**Keywords:** *Marketing Strategy; Medical Devices; SWOT; Analytical Hierarchy Process (AHP)*

