

Nama : Tri Ita Muntari  
NIM : 44217110167  
Judul Skripsi : Strategi Marketing *Public Relations* PT Sanbe Farma  
Dalam Upaya Mempertahankan Kerja Sama Dengan Rumah Sakit di Wilayah DKI  
Jakarta  
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

## ABSTRAK

PT Sanbe Farma sebagai objek penelitian merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Farmasi (obat-obatan). Banyaknya perusahaan farmasi (kompetitor) yang ada di wilayah DKI Jakarta, sebagai pusat ibukota membuat perusahaan berlomba-lomba melakukan strategi untuk dapat menarik konsumen. Hal tersebut dibangun melalui berbagai pelayanan yang diberikan perusahaan dengan sebaik mungkin serta memenuhi segala kebutuhan pelanggan, sehingga dapat terus mempertahankan kerjasamanya dengan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan paradigma Post-Positivisme. Teori yang digunakan yaitu *Pull*, *Push* dan *Pass* strategi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dan menggunakan cara triangulasi atau gabungan. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara Key Informan dan Informan, serta dokumentasi, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil Penelitian ini dapat menunjukkan bahwa PT Sanbe Farma melakukan berbagai kegiatan *Marketing Public Relations* seperti *Pull Strategy* : Penjualan melalui marketplace, perhatian secara langsung terhadap konsumen, iklan untuk produk OTC dan mencetak brosur produk untuk pengenalan terhadap konsumen. *Push Strategy*: melakukan kegiatan presentasi produk, Round Table Discussion, Webinar kepada masyarakat, dan berpartisipasi dalam acara ilmiah. dan juga *Pass Strategy* : melaksanakan program CSR dan melakukan kegiatan edukasi untuk masyarakat.

**Kata Kunci : Strategi Marketing *Public Relations*, Strategi *Pull*, Strategi *Push*, Strategi *Pass***

Name : Tri Ita Muntari  
NIM : 44217110167  
Thesis Title : *Strategy Marketing Public Relations* of PT Sanbe Farma in an Effort to Maintain Cooperation with Hospitals in the DKI Jakarta Area  
Supervisor : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

### **ABSTRACT**

PT Sanbe Farma as a research object is one of the companies engaged in the field of Pharmaceuticals (drugs). The number of pharmaceutical companies (competitors) in the Jakarta area, as the center of the capital, makes the company vying to conduct strategies to attract consumers. It is built through various services provided by the company as best as possible and meets all customer needs so that it can continue to maintain cooperation with customers. The study uses qualitative descriptive approaches and Post-Positivism paradigms. The theories used are the Pull, Push and Pass strategy. The method used in this study is descriptive, with data collection techniques and using triangulation or combined means. Data was collected through observation, Key Informant and Informant interviews, as well as documentation, and withdrawal of conclusions or verifications. The results of this study can show that PT Sanbe Farma conducts various marketing public relations activities such as Pull Strategy: Sales through a marketplace, direct attention to consumers, advertising for OTC products and printing product brochures for introduction to consumers. Push Strategy: conduct product presentation activities, Round Table Discussions, Webinar to the community, and participate in scientific events. and also Pass Strategy: carry out CSR programs and conduct educational activities for the community.

**Keywords : Marketing Public Relations Strategy, Pull Strategy, Push Strategy, Pass Strategy**