

ABSTRAK

Jumlah perusahaan yang bergerak dalam bidang farmasi sangat banyak di Indonesia dan bersaing dengan sangat ketat. Setiap perusahaan yang ada pasti memiliki strateginya dan caranya masing-masing untuk dapat terus bertahan dan bersaing di tengah persaingan yang ketat. Dalam prakteknya, strategi yang digunakan suatu perusahaan tidak selalu membuahkan hasil yang maksimal dan mungkin dapat dikembangkan lagi agar dapat meningkatkan volume penjualan dan mencapai target atau angka penjualan tertentu. Berbagai macam faktor dapat mempengaruhi volume penjualan. Pada tahun 2020 saat terjadi pandemi covid-19, terjadi penurunan penjualan pada perusahaan dalam industri farmasi. Disaat beberapa perusahaan mengalami penurunan penjualan, PT. Surya Prima Perkasa mengalami peningkatan penjualan pada pertengahan hingga akhir tahun 2020.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran pada perusahaan PT. Surya Prima Perkasa dengan variabel 7P dalam bauran pemasaran (*Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, Process*) terhadap peningkatan penjualan, untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran yang diterapkan PT. Surya Prima Perkasa untuk meningkatkan penjualan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan penyajian secara deskriptif. Sumber data yang diperoleh merupakan hasil pengisian kuesioner dari seluruh karyawan kantor pusat di PT. Surya Prima Perkasa.

Hasil penelitian ini diharapkan dengan diketahuinya pengaruh dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Surya Prima Perkasa untuk meningkatkan penjualan, dapat menjadi bahan pembelajaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan yang bergerak di bidang farmasi dan pelaku usaha yang bergerak di bidang farmasi dalam mengelola serta meningkatkan perusahaannya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, 7P, Pemasaran Farmasi, Farmasi.