

## ABSTRAK

Aini Medical Shop adalah salah satu distributor alat kesehatan dan bahan medis habis pakai. Aini Medical Shop belum mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Hal ini dikarenakan belum diterapkan strategi pemasaran yang tepat digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria dan subkriteria yang tepat bagi penyusunan strategi pemasaran dari Aini Medical Shop dengan menentukan bobot dari setiap kriteria dan subkriteria yang telah ditentukan, serta mengusulkan strategi pemasaran tertentu berdasarkan kriteria dan subkriteria yang selanjutnya akan dievaluasi dengan memilih 5 strategi pemasaran yang telah diusulkan. Metode yang digunakan *Analytical Network Process* (ANP). Data untuk penelitian ini diperoleh dengan melakukan sesi tanya jawab kepada pemilik Aini Medical Shop, klinik, apotek dan melakukan survei serta observasi lapangan. Penelitian ini menarik kesimpulan bahwa untuk pemilihan alternatif strategi pemasaran, metode *Analytic Network Process* (ANP) diterapkan dengan penggunaan *Software Super Decision* dan dari hasil pengolahan data kuesioner yang disebarkan pada pemilik Aini Medichal Shop, klinik serta apotek, menghasilkan ranking alternatif yang paling tinggi adalah alternatif penyuluhan dan demo alat kesehatan (0,391), kemudian diikuti oleh alternatif pemberian diskon (0,284). Alternatif pemberian bonus pembelian menempati posisi ketiga (0,160). Selanjutnya alternatif pembuatan e-commerce (0,097), kemudian alternatif pembuatan brosur (0,068).

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, ANP, Alat Kesehatan.

## **ABSTRACT**

Aini Medical Shop is a distributor of medical devices and consumable medical materials. This study aims to identify the appropriate criteria and sub-criteria for the marketing strategy formulation of Aini Medical Shop by determining the weights of each of the criteria and sub-criteria that have been determined, and proposing certain marketing strategies based on the criteria and sub-criteria which will then be evaluated by selecting 5 marketing strategies that have been proposed. The method used is Analytical Network Process (ANP). Data for this study were obtained by conducting a question and answer session to the owners of Aini Medical Shop, clinics, pharmacies and conducting surveys and field observations. This study draws the conclusion that for the selection of alternative marketing strategies, the Analytical Network Process (ANP) method is applied with the use of Super Decision Software and the results of questionnaire data processing distributed to Aini Medical Shop owners, clinics and pharmacies, resulting in the highest ranking of alternatives is an alternative counseling and demonstration of medical devices (0.391), then followed by alternative discounts (0.284). The alternative to the purchase bonus is third (0.160). Next is alternative to making e-commerce (0,097), then alternative to making brochure (0,068).

**Key words:** marketing strategy, ANP, medical equipment.