ABSTRAK TESIS

Nama Mahasiswa : Fahrizal Hadianggoro

Program/Angkatan : Magister Manajemen EM 6

Judul Tesis : Strategi Pemasaran Produk Cpap Philips Respironics di pasar consumer PT.Medtek Jakarta.

Penelitian ini mengenai strategi pemasaran produk cpap philips respironics terhadap pasar consumer PT.Medtek. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah terjadinya penurunan angka penjualan di dua tahun belakang ini. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif-ekploratif. Penelitian kualitatif dibentuk dari data yang dihimpun dilapangan dengan mendeskripsikan gejala-gejala sosial. Penelitian eksploratif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menjadikan topik baru lebih dikenal masyarakat luas dan memberikan gambaran dasar mengenai topik gagasan.

Penentuan metode analisis yang dipakai yaitu strategic market plan dengan implementasi 7P, tahapan menggunakan analisis situasi dengan menentukan market Attractiveness dan Competitive Position dan menetukan portfolio analysis. Hasil dari analisis situasi mendapatkan beberapa langkah analisis yang di kembangkan menuju Market Attractiveness Index dan melalui proses penghitungan mendapatkan nilai 61,4. Untuk Competitive Position Index mendapatkan nilai sebesar 67,4. Dari kedua index diatas didapatkan strategi market plan menggunakan Portfolio Analysis yaitu Improve Position. Improve Position

menggunakan strategi Offensive core II yang didalamnya ada tiga strategi dan melalui analisa keputusan didapat yang pertama Improve Differentiation Advantage, yang kedua Improve Customer Loyalty dan yang ketiga Build Marketing Advantage. Dengan menggunakan ketiga strategi diatas maka diimplementasikan menggunakan 7P. Dengan Implementasi yang akan dilakukan dengan tujuan peningkatan proses pemasaran dan penjualan produk cpap Philips Respironics.

Kata Kunci: strategi pemasaran, produk cpap philips respironics, consumer PT.Medtek.