**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui kondisi Strategi Pemasaran yang sekarang ada di Puskesmas Soreang, merancang strategi pemasaran pelayanan kesehatan dan menyusun program dan kegiatan di Puskesmas Soreang Kabupaten Bandung sesuai strategi pemasaran yang dirancang sehingga dapat bersaing dengan layanan kesehatan di wilayah kerjanya. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumbangan pemikiran bagaimana mengembangkan strategi pemasaran di institusi pemerintahan khususnya institusi kesehatan dan juga dapat menjadi bahan informasi bagi penelitian lain yang sejenis di masa yang akan datang.

Penelitian dilakukan di Puskesmas Soreang yang merupakan bagian dari UPTD Pelayanan Kesehatan Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung. Perancangan model yang dipakai adalah dengan menggunakan analisis SWOT sebagai langkah awal untuk identifikasi berbagai faktor internal dan faktor eksternal secara sistematik sehingga didapat posisi strategis puskesmas kemudian digunakan matriks SWOT dalam merumuskan strategi serta menyusun program dan kegiatan untuk meningkatkan layanan kesehatan di Puskesmas Soreang.

Hasil penelitian ini berupa Program yang akan dilaksanakan dari alternatif strategi yang telah ditentukan mengacu pada bauran pemasaran jasa *(marketing mix)* yangmerupakan kombinasi variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Bauran Pemasaran

***ABSTRACT***

 *The purpose of this research are to find out the marketing strategics in Puskesmas Soreang, to make an appropriate marketing plans and marketing strategics due to compete with another health center surrounding Puskesmas Soreang. The results are become a contribution for government institution how to expand a marketing strategics specifically for health institution, and become substance information for the similar researches in the future.*

*This research was doing in Puskesmas Soreang which is a part of UPTD Pelayanan Kesehatan Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung. The models of this research are SWOT analysis, it started with identified internal factors and external factors to formulated strategy and to arrange the programme and activity in order to increase productivity in Puskesmas Soreang.*

*The Result of this research are some programme that can be applicable to the institution, from the strategy which is reference to marketing mix in order to combined some variables or core system on marketing system. The variables are reins by the company to clients influence in target markets.*

*Key words : Marketing strategy, SWOT Analysis, Marketing mix*