



STRATEGI PEMASARAN PRODUK METCOVAZIN SALEP PADA PT. POHON BIDARA MEDIKA

MARKETING STRATEGY FOR METCOVAZIN Ointment PRODUCTS AT PT. POHON BIDARA MEDIKA

¹ Deri Alvian, Universitas Nusa Bangsa, Indonesia

² Iis Anisa Yulia, Universitas Nusa Bangsa, Indonesia

³ Rumna, Universitas Nusa Bangsa, Indonesia

Informasi Naskah

Submitted: 28 September 2022

Revision: 16 Oktober 2022

Accepted: 8 Desember 2022

Keywords:

Marketing Strategic, Product, Sales

Kata Kunci:

Strategi pemasaran, Produk, Penjualan

Abstract

This study aims to develop marketing strategies in increasing sales volume at PT. PohonMedika Bidara. This research was conducted at PT. Medika Bidara Tree from February 2019 to June 2019. The method used is the SWOT Analysis by looking at the potential and prospects of Pohon Medika Bidara in the future. Assessment based on internal and external factors of PT. Pohon Medika Bidara through questions that are spread based on indicators of strengths (Strengths), Weakness, Opportunities and threats. The results of this study explained that the strategy used was an aggressive strategy or S-O strategy (Quadrant I). While judging by the ranking of the questions it is known that marketing must be done routinely in addition to the strength in the product and the cohesiveness of Pohon PT. Medika Bidara.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Pohon Bidara Medika. Penelitian ini dilakukan di PT. Pohon Bidara Medika sejak bulan Februari 2019 hingga Juni 2019. Metode yang digunakan adalah Analisa SWOT dengan melihat potensi serta prospek Pohon Bidara Medika dimasa depan. Penilaian berdasarkan Internal dan eksternal faktor PT. Pohon Bidara Medika melalui pertanyaan yang disebarkan berdasarkan indikator kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Kesempatan (opportunities) dan ancaman (threats). Hasil penelitian ini dijelaskan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi agresif atau strategi S-O (Kwadran I). Sedangkan dilihat dari peringkat pertanyaan diketahui bahwa pemasaran harus dilakukan secara rutin selain kekuatan pada produk dan kekompakan Tim PT. Pohon Bidara Medika.

PENDAHULUAN

Keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari bagaimana perusahaan dalam melakukan pemasaran, pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Sehingga untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran karena dengan melakukan riset pemasaran inilah dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun eksternal perusahaan. Dalam ilmu pemasaran, sebelum melakukan berbagai macam promosi atau pendekatan pemasaran lainnya, perusahaan harus terlebih dahulu membidik pasar atau segmen secara jelas. Sebagian besar kegagalan usaha yang terjadi disebabkan oleh gagalnya perusahaan mendefinisikan pasar yang dituju dan bagaimana potensinya. Dengan banyaknya jumlah konsumen dan keanekaragaman keinginan pembelian menyebabkan perusahaan tidak dapat memasuki semua segmen pasar, perusahaan harus dapat mengidentifikasi segmen pasar yang dapat dilayani paling efektif, yaitu dengan melakukan penelitian segmentasi. Menurut Kotler (2008) strategi pemasaran harus dibangun berdasarkan tiga langkah utama dalam pemasaran bersasaran yaitu STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*). Proses ini merupakan bagian dari kegiatan penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen yang tujuan akhirnya adalah kepuasan konsumen. Salah satu yang berupaya menerapkan strategi pemasaran adalah PT. Pohon Bidara Medika.

PT. Pohon Bidara Medika Bogor (PBM) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Farmasi Kesehatan memproduksi Salep khusus luka yang bernama METCOVAZIN SALEP dengan bahan dasar Zinc, Paraphinum, Chitosan, dan lain-lain.. PT. Pohon Bidara Medika yang berdiri dibawah naungan Yayasan Wocare Indonesia / WOCARE CLINIC, wocare clinic ini sebuah asuhan keperawatan dengan layanan Perawatan Luka, Stoma dan Inkontinensia berada di Jl. Baru KH. Sholeh Iskandar No.93 Kel. Cibadak Kec. Tanah Sareal Kota Bogor. Konsep pemasaran yang selama ini dilakukan oleh PT Pohon Bidara Medika yaitu dengan cara *Follow up* Alumni Pelatihan Diklat Wocare Indonesia, dan Rumah sakit yang ada alumni Pelatihan Diklat wocare Indonesia, ehingga masih belum banyak orang tahu dan paham apa itu metcovazin? Dan apa fungsi dari Metcovazin salep tersebut? Sehingga hanya tenaga kesehatan tertentu saja yang paham dan bisa menggunakan metcovazin, perkembangan usaha dalam bisnis sejenis mengalami persaingan yang sangat ketat sehingga pihak perusahaan perlu mengantisipasi competitor dengan baik.

Melihat kondisi diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang perusaha. Strategi apakah yang dapat digunakan oleh PT. Pohon Bidara Medika Bogor.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Deskriptif Asosiatif yang bersifat menjelaskan masalah yang saling berhubungan satu sama lain. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konsep Matrik SWOT. Analisa diawali dengan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan perusahaan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Faktor-faktor lingkungan internal perusahaan dijadikan acuan dalam menentukan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan,

sedangkan faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan digunakan sebagai acuan dalam menentukan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan. Sampel yang diambil berdasarkan jumlah terendah yakni 46 responden karena populasi yang menjadi mitra perusahaan tidak terlalu banyak maka, hal ini dikemukakan oleh Roscoe dalam buku *research methodes for business* dalam Sugiono (2008;91) bahwa sampel dapat diambil dari 30-500 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuesioner yang dihasilkan dari proses instrumentasi meliputi perencanaan, perancangan, penyusunan, dan pengujian. Wawancara dengan responden Mitra PT. Pohon Bidara Medika menggunakan kuesioner yang berbentuk pertanyaan tertutup dan terbuka yang sudah disusun sedemikian rupa. Dalam wawancara dengan mitra kerja, karyawan, dan unsur manajemen PT. Pohon Bidara Medika yang memiliki tugas dan tanggungjawab dalam kegiatan digunakan kuesioner yang berbentuk pertanyaan terbuka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada PT. Pohon Bidara Medika diperoleh hasil kuesioner sebagai berikut adalah sebagai berikut:

1. Analisis SWOT untuk Faktor Internal pada PT. Pohon Bidara Medika.

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT PT. Pohon Bidara Medika

No	FAKTOR INTERNAL Faktor Kekuatan (S)	Keterangan				
		Σ Skor	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Bobot x Rating x Σ Skor
1	PT. Pohon Bidara Medika (PBM) telah memiliki perizinan, kewajiban pajak serta retribusi usaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sehingga bila ada pemeriksaan dari petugas maka PT. PBM telah mengantongi izin usaha.	212	0.1	4.00	0.40	84.80
2	PT. PBM memiliki Salep Khusus yang Mampu Mengatasi Luka Nekrotik, infeksi dan Menghilangkan bau tidak sedap yaitu Metcovazin Salep "Gold" sebagai produk unggulan	224	0.1	4.00	0.40	89.60
3	Dapat memfasilitasi Intansi yang menginginkan Kerjasama dengan cara pembayaran Konsinyasi	197	0.1	4.00	0.40	78.80
4	Menyediakan pembayaran kredit bagi pelanggan yang telah memenuhi persyaratan	195	0.1	3.00	0.30	58.50
5	Memiliki Kerjasama dengan berbagai Macam Jasa Pengiriman seperti JNE, J&T, Tiki, Pos, Rosalia Indah, Indah Kargo, Express, dll	204	0.1	4.00	0.40	81.60
6	Selalu Memberikan Bonus Tahunan disetiap tahunnya untuk Customer yang mencapai Target Penjualan, seperti Umroh dan Sepeda Motor serta selalu memberikan yang Terbaik.	203	0.1	4.00	0.40	81.20
Sub Total (S)		1235	0.6			311.70

* Corresponding Author.

Iis Anisa Yulia, e-mail: anisbid@yahoo.co.id

No	Kelemahan (W)	Σ Skor	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Bobot x Rating x Σ Skor
1	Terbatasnya biaya promosi.	192	0.05	3.00	0.15	28.8
2	Kurangnya kendaran operasional untuk mengantar pesanan atau paket pengiriman	190	0.05	3.00	0.3	57
3	Kurangnya Staf Marketing dan staf Administrasi, sehingga adanya kerja Merangkap dan hasilnya kurang maksimal	198	0.1	4.00	0.2	39.6
4	Masih ada Distributor yang menjual Metcovazin Salep diatas harga eceran tertinggi	184	0.05	3.00	0.15	27.6
5	Kemasan Box Metcovazin yang kurang kuat lem/pres sehingga mudah terbuka, meski sudah tersegel Alumunium foil didalam Tube	191	0.05	3.00	0.15	28.65
6	PT. Pohon Bidara Medika (PBM) belum mendaftarkan Metcovazin Salep pada E-Katalog, sehingga tidak semua Intansi Rumah sakit bisa menggunakan Metcovazin salep.	193	0.1	3.00	0.3	57.9
Sub Total (W)		764	0.4			153.00
TOTAL		1999	1		X	158.70

* Corresponding Author.

Iis Anisa Yulia, e-mail: anisbid@yahoo.co.id

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada PT. Pohon Bidara Medika diperoleh hasil kuesioner sebagai berikut adalah sebagai berikut:

2. Analisis SWOT untuk Faktor Internal pada PT. Pohon Bidara Medika.

Tabel 2. Hasil Olahan IFAS

No	FAKTOR INTERNAL	Keterangan				
		Faktor Kekuatan (S)	Σ Skor	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	PT. Pohon Bidara Medika (PBM) telah memiliki perizinan, kewajiban pajak serta retribusi usaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sehingga bila ada pemeriksaan dari petugas maka PT. PBM telah mengantongi izin usaha.	212	0.1	4.00	0.40	84.80
2	PT. PBM memiliki Salep Khusus yang Mampu Mengatasi Luka Nekrotik, infeksi dan Menghilangkan bau tidak sedap yaitu Metcovazin Salep "Gold" sebagai produk unggulan	224	0.1	4.00	0.40	89.60
3	Dapat memfasilitasi Intansi yang menginginkan Kerjasama dengan cara pembayaran Konsinyasi	197	0.1	4.00	0.40	78.80
4	Menyediakan pembayaran kredit bagi pelanggan yang telah memenuhi persyaratan	195	0.1	3.00	0.30	58.50
5	Memiliki Kerjasama dengan berbagai Macam Jasa Pengiriman seperti JNE, J&T, Tiki, Pos, Rosalia Indah, Indah Kargo, Express, dll	204	0.1	4.00	0.40	81.60
6	Selalu Memberikan Bonus Tahunan disetiap tahunnya untuk Customer yang mencapai Target Penjualan, seperti Umroh dan Sepeda Motor serta selalu memberikan yang Terbaik.	203	0.1	4.00	0.40	81.20
Sub Total (S)		1235	0.6			311.70
No	Kelemahan (W)	Σ Skor	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Bobot x Rating x Σ Skor
1	Terbatasnya biaya promosi.	192	0.05	3.00	0.15	28.8
2	Kurangnya kendaran operasional untuk mengantar pesanan atau paket pengiriman	190	0.05	3.00	0.3	57
3	Kurangnya Staf Marketing dan staf Administrasi, sehingga adanya kerja Merangkap dan hasilnya kurang maksimal	198	0.1	4.00	0.2	39.6
4	Masih ada Distributor yang menjual Metcovazin Salep diatas harga eceran tertinggi	184	0.05	3.00	0.15	27.6
5	Kemasan Box Metcovazin yang kurang kuat lem/pres sehingga mudah terbuka, meski sudah tersegel Aluminium foil didalam Tube	191	0.05	3.00	0.15	28.65
6	PT. Pohon Bidara Medika (PBM) belum mendaftarkan Metcovazin Salep pada E-Katalog, sehingga tidak semua Intansi Rumah sakit bisa menggunakan Metcovazin salep.	193	0.1	3.00	0.3	57.9
Sub Total (W)		764	0.4			153.00
TOTAL		1999	1		X	158.70

* Corresponding Author.

Iis Anisa Yulia, e-mail: anisbid@yahoo.co.id

3. Analisis SWOT untuk Faktor Eksternal pada PT. Pohon Bidara Medika

Tabel 3. Hasil Olahan EFAS

No	FAKTOR EKSTERNAL		Keterangan			
	Faktor Peluang (O)	Σ Skor	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Bobot x Rating x Σ Skor
1	PT. Pohon Bidara Medika (PBM) mempunyai tempat usaha yang cukup strategis diantaranya Lokasi perusahaan dipinggir jalan raya, dan dekat dengan Rumah Sakit, Apotik, Puskesmas dikota Bogor.	143	0.2	1.00	0.20	28.60
2	Posisi Persaingan yang masih belum banyak produk serupa, sehingga memudahkan Metcovazin Salep menguasai Pasar	140	0.2	1.00	0.20	28.00
3	Hasil Pelatihan di Diklat Wocare bisa dikembangkan didaerah peserta “Teknik Perawatan Luka dengan menggunakan Metcovazin Salep”	139	0.1	1.00	0.10	13.90
4	Kesempatan Distributor untuk mengembangkan usaha didaerahnya dengan Praktek Mandiri Keperawatan	135	0.1	1.00	0.10	13.50
Sub Total (O)		557	0.6			84.00
No	Faktor Ancaman (T)	Σ Skor	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Bobot x Rating x Σ Skor
1	PT. PBM memiliki Metcovazin Salep sebagai andalannya untuk mengatasi Luka Infeksi, sementara PT. Sekar Guna Medika punya andalan yang cukup ampuh, Dermazone. Sehingga PT. PBM dan PT. Sekar Guna Medika bisa saling melihat data masing-masing, mereka bisa saling menjatuhkan.	139	0.1	1.00	0.10	13.90
2	Adanya Salep sejenis yang belum berijin BPOM, dan harga cukup murah tetapi sudah menyebar didaerah	133	0.1	1.00	0.10	13.30
3	Legal sistem belum dapat menanggulangi obat palsu secara efektif sehingga harga obat menjadi lebih sulit dikontrol	132	0.1	1.00	0.10	13.20
4	Semakin luasnya pasar yang ingin dicapai, yaitu menembus pasar Nasional sampai Internasional akan semakin meningkat pula pesaing-pesaing bisnis farmasi.	124	0.1	1.00	0.10	12.40
Sub Total (T)		528	0.4			52.80
TOTAL		1085			Y	31.20

KESIMPULAN

Terkait dengan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang perusahaan dibagi pada faktor internal dan eksternal. Pada factor internal maka diketahui nilai tertinggi adalah kekuatan perusahaan PT. POHON BIDARA MEDIKA yakni PT. PBM memiliki Salep Khusus yang mampu mengatasi luka nekrotik, infeksi dan menghilangkan bau tidak sedap yaitu Metcovazin Salep "Gold" sebagai produk unggulan. Sedangkan untuk peluang perusahaan adalah PT. Pohon Bidara Medika (PBM) mempunyai tempat usaha yang cukup strategis diantaranya Lokasi perusahaan dipinggir jalan raya, dan dekat dengan Rumah Sakit, Apotik, Puskesmas dikota Bogor. Berdasarkan hasil SWOT posisi PT. POHON BIDARA MEDIKA yang digambarkan pada kuadranSWOT adalah terletak pada kuadran I dengan strategi yang digunakan adalah strategi agresif atau straregi S-O. Dilihat dari peringkat dapat diketahui bahwa Strategi yang tepat dalam pemasaran yang dilakukan secara rutin baik dari produk, harga, lokasi, promosi, proses, fisik dan manusia harus ditingkatkan karena memberikan tidak hanya peningkatan laba namun kepuasanbagi mitra. Kemudian faktor kekuatan lainnya adalah mempunyai sumber daya manusia yakni *marketing*, Tim PBM dan administrasi yang handal.

* *Corresponding Author.*

Iis Anisa Yulia, e-mail: anisbid@yahoo.co.id

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Augusty, Ferdinand. (2011). Metodologi Penelitian. Jakarta: Penerbit Kencana Prenanda.
- Freddy Rangkuti. (2017). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisa SWOT. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2012. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, 2015, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*, Edisi Kedua belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*, Edisi Kedua belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip dan Keller, L Kevin, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga belas Jilid Satu, Jakarta Schiffman, L G and Kanuk, LL, 2007 *Consumer Behavior*, Seven Edition, Prentice Hall International.
- Kotler Philip, 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Planning Control*, Terjemahan Nirwono dan Taufik Salim, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sirdeshmukh, D.; Singh J.; Sabol, B, 2007. *Consumer Trust, Value, and Loyalty In Relational Exchanges*, Journal of Marketing, Vol.66 No.1, pp.15-37.
- Kasali, Rhenald, 2016. *Manajemen Public Relations*, Penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Liberty

* Corresponding Author.

Iis Anisa Yulia, e-mail: anisbid@yahoo.co.id