

**STRATEGI PEMASARAN SAAT ENDEMIC COVID-19  
BERDASARKAN METODE ANALISIS SWOT DAN BMC  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ALAT  
KESEHATAN PT SOLUSI FAJAR DISTRINDO**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**HILWANA PUTRI RHAMADHAN  
201910215012**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Saat Endemic Covid-19 Berdasarkan Metode SWOT dan BMC Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alat Kesehatan PT Solusi Fajar Distrindo.

Nama Mahasiswa : Hilwana Putri Rhamadhan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215012

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023

Bekasi, 26 Juli 2023

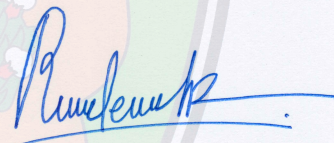
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Widya Spalanzani, S.T., M.T.  
NIDN 0331019401



Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T.  
NIDN 0314078801



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Saat Endemic Covid-19 Berdasarkan Metode SWOT dan BMC Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alat Kesehatan PT Solusi Fajar Distrindo.

Nama Mahasiswa : Hilwana Putri Rhamadhan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215012

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023

Bekasi, 26 juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rifki Muhendra, S.Si., M.Si.  
NIDN 0306108704

Penguji I : Tubagus Hedi S. S.T., M.M.  
NIDN 0413117602

Penguji II : Widya Spalanzani, S.T., M.T.  
NIDN 0331019401

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Teknik Industri

Dekan  
Fakultas Teknik

Ir. Zulkani Sinaga, M.T.  
NIDN 0331016905

Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T.  
NIDN 0324047505

## LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul:

Strategi Pemasaran Saat Endemic Covid-19 Berdasarkan Metode SWOT dan BMC Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alat Kesehatan PT Solusi Fajar Distrindo.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 26 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

Hilwana Putri Rhamadhan  
201910215012

## ABSTRAK

**Hilwana Putri Rhamadhan, 201910215012.** Strategi Pemasaran Saat Endemi Covid-19 Berdasarkan Metode Analisis SWOT dan BMC Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alat Kesehatan PT Solusi Fajar Distrindo.

Penelitian ini mengidentifikasi masalah penjualan alat kesehatan, laba perusahaan, dan kasus COVID-19 pada tahun 2022 di PT Solusi Fajar Distrindo terdapat penurunan penjualan sebanyak 56%. Tujuannya adalah memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi penurunan penjualan serta menemukan strategi pemasaran yang tepat dengan metode SWOT dan BMC. Hasil penelitian menghasilkan faktor internal yang memengaruhi penjualan termasuk tenaga kerja gudang, pemasukan perusahaan yang belum maksimal, ketiadaan produk baru, dan ketidakcapaian target penjualan. Faktor eksternal meliputi jumlah pasien yang menurun, pelanggan dengan supplier tetap, dan persaingan harga dari kompetitor. Hasil BMC menunjukkan rekomendasi strategi pemasaran meliputi kemitraan dengan perusahaan manufaktur dan penjual ulang produk, pelayanan yang baik, sterilisasi produk, penyesuaian harga, kemudahan untuk pelanggan, reward bagi pelanggan langganan, saluran distribusi melalui media sosial dan jasa ekspedisi internal. Biaya perusahaan mencakup gaji karyawan dan pembelian produk, sementara pendapatan berasal dari penjualan.

Kata Kunci : Alat Kesehatan, SWOT, BMC, Covid-19.

## ***ABSTRACT***

**Hilwana Putri Rhamadhan, 201910215012.** *Marketing Strategy During the Covid-19 Endemic Based on the SWOT and BMC Analysis Methods to Increase Sales of Medical Device Products at PT Solusi Fajar Distrindo.*

*This study identified problems with sales of medical devices, company profits, and cases of COVID-19 in 2022 at PT Solusi Fajar Distrindo where sales decreased by 56%. The goal is to understand the internal and external factors that affect sales decline and find the right marketing strategy using the SWOT and BMC methods. The results of the study resulted in internal factors that affect sales including warehouse workers, company revenue that has not been maximized, lack of new products, and sales targets not achieved. External factors include a declining number of patients, customers with regular suppliers, and price competition from competitors. BMC results show recommendations for marketing strategies including partnerships with manufacturing companies and product resellers, good service, product sterilization, price adjustments, convenience for customers, rewards for loyal customers, distribution channels through social media and internal courier services. The company's costs cover employee salaries and product purchases, while revenue comes from sales.*

*Keywords: Medical Devices, SWOT, BMC, Covid-19.*

## **LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilwana Putri Rhamadhan  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215012  
Program Studi : Teknik Industri  
Jenis Karya : Skripsi / ~~Tesis~~ / ~~Karya Ilmiah~~

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak bebas Non-Eksklusif (Non Exclusive Royalty-Free Right), atas skripsi yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN SAAT ENDEMIC COVID-19 BERDASARKAN  
METODE ANALISIS SWOT DAN BMC UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK ALAT KESEHATAN PT SOLUSI FAJAR  
DISTRINDO**

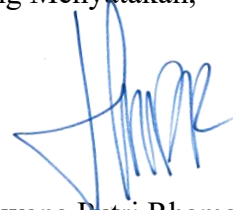
Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas royalti non-eksklusif ini. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan dan menampilkan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu permintaan izin dari saya sebagai pemilik hak cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam skripsi ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada Tanggal : 26 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Hilwana Putri Rhamadhan  
201910215012



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis selama masa kuliah dan dalam penyelesaian Skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Saat Endemic Covid-19 Berdasarkan Metode SWOT dan BMC Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alat Kesehatan PT Solusi Fajar Distrindo”**

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan tulus hati penulis ucapkan terima kasih kepada:

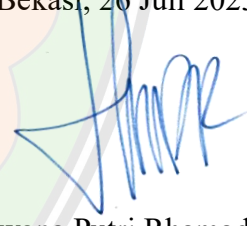
1. Ibu saya (Rina Hartina) yang telah merawat serta memberikan do'a yang tulus hingga saya bisa sampai ke titik ini dan juga almarhum ayah saya (Alm. Muhammad Udin) yang sebelumnya telah memberikan support saya untuk yakin bisa meneruskan Pendidikan yang lebih tinggi dengan usaha sendiri.
2. Bapak Dr. H. Bambang Karsono, Drs. S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Tulus Sukreni, ST., MT. selaku Dekan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, ST., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
5. Bapak Sonny Nugroho Aji, S.T.P., M.T. selaku Dosen pembimbing Akademik yang telah banyak memberi arahan selama perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Widya Spalanzani, S.T., M.T dan Ibu Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan banyak memberi masukan, koreksi, serta arahan agar skripsi ini lebih baik lagi.
7. Bapak dan Ibu serta rekan-rekan lapangan yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini.
8. Teman seperjuangan yaitu Ciwi Ciwi (Dita, Aul, Puspa, Eghi) terimakasih telah berproses bersama, memotivasi, dan saling menyemangati.



9. Rekan kerja penulis yaitu SFD Girls (Bu rina, Farida, Bu wheny) yang selalu ada untuk memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman dekat yang insyaallah menjadi teman hidup penulis yaitu Mas Aripin yang selalu ada disetiap penulis membutuhkan perannya.
11. Diri Sendiri karena tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses perkuliahan ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Bekasi, 26 Juli 2023

  
Hilwana Putri Rhamadhan  
201910215012

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	8
1.8 Metode Penelitian.....	8
1.9 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Pemasaran .....	11
2.2 Uji Analisis Data .....	25
2.3 Analisis SWOT .....	25

2.4	BMC (Bisnis Model Canvas).....	30
2.5	Penjualan.....	30
2.6	Covid 19.....	34
2.7	Peneliti Terdahulu .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	43
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3	Teknik Pengolahan Data .....	49
3.4	Flowchart Penelitian.....	55
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
4.1	Analisis Data .....	56
4.2	Pembahasan.....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>80</b>
5.1	Kesimpulan .....	80
5.2	Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

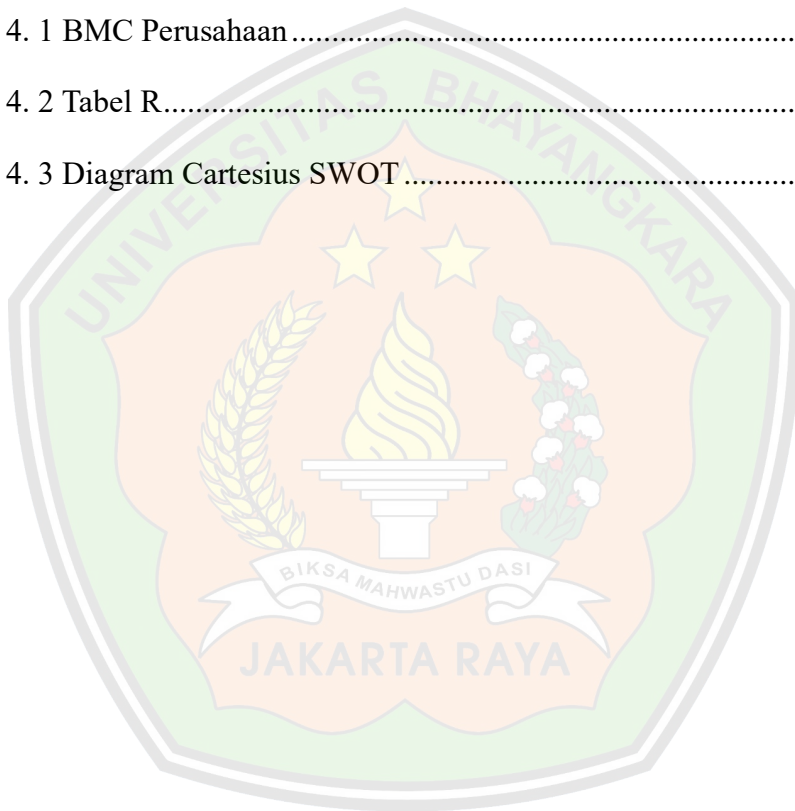
	Halaman
Tabel 1. 1 Tabel Data Kasus Covid-19 dari tahun 2020-Oktober 2022 .....	2
Tabel 1. 2 Tabel Presentase Kasus Covid-19 .....	3
Tabel 1. 3 Tabel Penjualan Produk Perusahaan .....	4
Tabel 2. 1 Tabel Peneliti Terdahulu .....	36
Tabel 3. 1 List pertanyaan untuk Sembilan komponen BMC .....	43
Tabel 3. 2 Pernyataan kuisioner untuk pihak internal .....	44
Tabel 3. 3 Pernyataan kuisioner untuk pihak eksternal .....	45
Tabel 3. 4 List pihak Eksternal .....	48
Tabel 3. 5 List pihak internal .....	49
Tabel 4. 1 Contoh produk perusahaan .....	56
Tabel 4. 2 Hasil kuisioner pihak internal .....	59
Tabel 4. 3 Hasil kuisioner eksternal .....	60
Tabel 4. 4 Hasil uji validitas pihak internal .....	62
Tabel 4. 5 Hasil uji reliabel pihak internal .....	63
Tabel 4. 6 Hasil kuisioner pihak eksternal .....	63
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Eksternal .....	63
Tabel 4. 8 Data kuisioner pihak internal .....	64
Tabel 4. 9 Data kuisioner pihak eksternal .....	64
Tabel 4. 10 Penentuan Faktor Internal .....	66
Tabel 4. 11 Penentuan Faktor Eksternal .....	66
Tabel 4. 12 Bobot dan Rating pernyataan internal .....	67
Tabel 4. 13 Bobot dan Rating pernyataan eksternal .....	69
Tabel 4. 14 Hasil penentuan faktor internal .....	71

Tabel 4. 15 Hasil penentuan faktor eksternal .....	72
Tabel 4.16 Matrix SWOT .....	73
Tabel 4. 17 Skor Bobot semua faktor internal dan eksternal .....	75
Tabel 4. 18 Penentuan titik koordinat kuadran .....	79



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Kasus Covid-19 dari tahun 2020 - Oktober 2022 .....	2
Gambar 1. 2 Diagram Penjualan Produk Perusahaan.....	5
Gambar 2. 1 Diagram analisi SWOT .....	29
Gambar 3. 1 Frame Work Bisnis Model Canvas .....	53
Gambar 3. 2 Flowchart Penelitian .....	55
Gambar 4. 1 BMC Perusahaan .....	58
Gambar 4. 2 Tabel R.....	62
Gambar 4. 3 Diagram Cartesius SWOT .....	79





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Uji Validitas Pihak Internal Dengan Aplikasi Minitab 20
- Lampiran 2. Uji Validitas Pihak Internal Dengan Aplikasi Minitab 20
- Lampiran 3. Kuisisioner Internal Responden 1
- Lampiran 4. Kuisisioner Internal Responden 2
- Lampiran 5. Kuisisioner Internal Responden 3
- Lampiran 6. Kuisisioner Internal Responden 4
- Lampiran 7. Kuisisioner Internal Responden 5
- Lampiran 8. Kuisisioner Internal Responden 6
- Lampiran 9. Kuisisioner Internal Responden 7
- Lampiran 10. Kuisisioner Internal Responden 8
- Lampiran 11. Kuisisioner Internal Responden 9
- Lampiran 12. Kuisisioner Eksternal Responden 1
- Lampiran 13. Kuisisioner Eksternal Responden 2
- Lampiran 14. Kuisisioner Eksternal Responden 3
- Lampiran 15. Kuisisioner Eksternal Responden 4
- Lampiran 16. Kuisisioner Eksternal Responden 5
- Lampiran 17. Kuisisioner Eksternal Responden 6
- Lampiran 18. Kuisisioner Eksternal Responden 7
- Lampiran 19. Kuisisioner Eksternal Responden 8
- Lampiran 20. Kuisisioner Eksternal Responden 9
- Lampiran 21. Plagiarism Laporan Skripsi
- Lampiran 22. Biodata Mahasiswa
- Lampiran 23. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 24. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2