

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Para pengusaha harus memberikan perhatian yang lebih besar kepada manajemen pemasaran karena beragamnya dunia bisnis menjadikan persaingan semakin sulit. Perusahaan secara terus-menerus berupaya untuk bertahan dalam lingkungan persaingan yang ketat. Untuk menjaga pertumbuhan bisnis, bisnis harus bersaing secara agresif melalui strategi pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan perencanaan bisnis yang akurat. (Pasaribu, 2018).

Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan konsumsi produk karena tujuan perusahaan adalah meningkatkan penjualan. Jika produksi perusahaan terus menurun dari tahun ke tahun, perusahaan berisiko menghadapi kegagalan. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain yang memperkenalkan produk serupa, manajemen perusahaan harus memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola perusahaan. (Prastiwi, 2019)

Secara umum, pemasaran merupakan sebuah proses sosial di mana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Pemasaran menjadi topik yang mendapat perhatian serius dalam dunia bisnis di Indonesia. (Fauzani, Akramiah, & Sutikno, 2018)

Saat ini, terjadi perkembangan yang cepat dalam bidang pemasaran, termasuk di sektor industri alat kesehatan di Indonesia. Namun, industri perangkat medis sedang menghadapi tantangan yang signifikan akibat adanya pandemi COVID-19. COVID-19 adalah kelompok virus yang menyerang sistem pernapasan dan ditandai dengan gejala seperti batuk, pilek, dan demam. Virus ini umumnya menular pada hewan, termasuk kelelawar dan unta. Penyakit ini awalnya muncul di Wuhan, China, pada akhir tahun 2019. (Susilo, 2019)

Penyebaran virus tersebut telah mengubah pola hidup masyarakat di Indonesia, menyebabkan banyak perusahaan harus menghentikan operasinya dan terjadi gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK). Penting untuk memfasilitasi diskusi

mengenai topik ini agar tidak hanya terfokus pada berita negatif tentang epidemi ini, tetapi juga mengenai dampak positifnya, termasuk dalam perdagangan dan ekonomi alat kesehatan.

Penyebaran virus tersebut terjadi mulai akhir tahun 2020 hingga awal tahun 2022, dan berdampak pada perusahaan-perusahaan di sektor kesehatan. Berdasarkan data yang dikutip dari validnews.id, permintaan akan peralatan medis di rumah sakit dan laboratorium mengalami penurunan dari 1 juta menjadi 500.000 per hari, dan dari 50.000 menjadi 30.000 per hari pada akhir tahun 2021. Data yang baru-baru ini dirilis oleh Asosiasi Perusahaan Peralatan Medis dan Laboratorium (Gakeslab) pada tahun 2022 mengaitkan penurunan jumlah kasus baru COVID-19 di Indonesia.

Berikut tabel 1.1 dan gambar 1.1 perkembangan kasus covid-19 dari tahun 2020 – september 2022 :

Tabel 1. 1 Tabel Data Kasus Covid-19 dari tahun 2020-Oktober 2022

	2020	2021	2022
sembuh	46,558,139	904,308,212	1,431,067,322
meninggal	2,148,683	30,621,619	39,787,473
aktif	11,866,899	52,899,849	25,538,284

Sumber : Databook, katadata.co.id (2022)



Sumber : Databook katadata.co.id (2022)

Gambar 1. 1 Grafik Kasus Covid-19 dari tahun 2020 - Oktober 2022

Dari data diatas, dapat kita ketahui bahwa jumlah kasus sembuh covid-19 terus meningkat dari tahun ke tahun, dan bisa kita ambil presentase nya sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Tabel Presentase Kasus Covid-19

	2020	2021	2022
sembuh	77%	92%	96%
meninggal	4%	3%	3%
aktif	20%	5%	2%

Dari tabel 1.2, bisa disimpulkan bahwa di tahun 2021 mengalami kenaikan kasus sembuh sekitar 15% dari tahun sebelumnya, dan mengalami penurunan kasus meninggal sekitar 1% dari tahun sebelumnya, kemudian ditahun yang sama kasus aktif sekitar 15% dari tahun sebelumnya. Di tahun 2022 mengalami kenaikan jumlah kasus sembuh sekitar 4% dari tahun sebelumnya, tidak mengalami kenaikan maupun penurunan jumlah kasus meninggal dengan jumlah yang sama dari tahun sebelumnya, mengalami penurunan jumlah kasus aktif sekitar 3% dari tahun sebelumnya.

Dalam situasi ini, setiap perusahaan perlu bertahan dan mencapai profitabilitas dengan meningkatkan tingkat penjualan. Semakin tinggi tingkat penjualan, semakin besar labanya. Tujuan setiap perusahaan, baik di sektor manufaktur maupun jasa, adalah bertahan dan mencapai keuntungan. Hal ini dapat dicapai dengan menjaga dan menyamakan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Dalam kondisi pandemi COVID-19 yang sudah menjadi endemik, perusahaan dapat mencapai tujuan ini melalui penjualan produk dan layanan mereka.

Strategi pemasaran merupakan salah satu yang harus dimiliki setiap perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi adalah rencana pemasaran yang luas, terintegrasi, dan yang memberikan panduan tentang tindakan yang harus diambil perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya, termasuk produk, penetapan harga, penempatan, promosi, dan layanan.

Berdasarkan pemahaman tentang perilaku konsumen, perusahaan diharapkan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif yang terus menarik konsumen sebanyak mungkin dan berdampak positif pada tingkat penjualan. Pada dasarnya konsep strategi diartikan sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan.

PT. Solusi Fajar Distrindo merupakan perusahaan distributor alat kesehatan yang beralamat di ruko rose garden 9 nomor 7, galaxy, Bekasi selatan, kota Bekasi. Endemic covid-19 sangat mempengaruhi tingkat penjualan alat kesehatan. Beberapa rumah sakit, laboratorium, klinik juga sudah mengalami penurunan jumlah pasien yang diikuti dengan menurunnya jumlah penjualan perusahaan sesuai dengan tabel 1.3.

Diprediksi penjualan paling tinggi yaitu pada tahun 2021. Adapun data penjualan alat kesehatan pada PT Solusi Fajar Distrindo pada tahun 2021 – 2022 yaitu sebagai berikut :

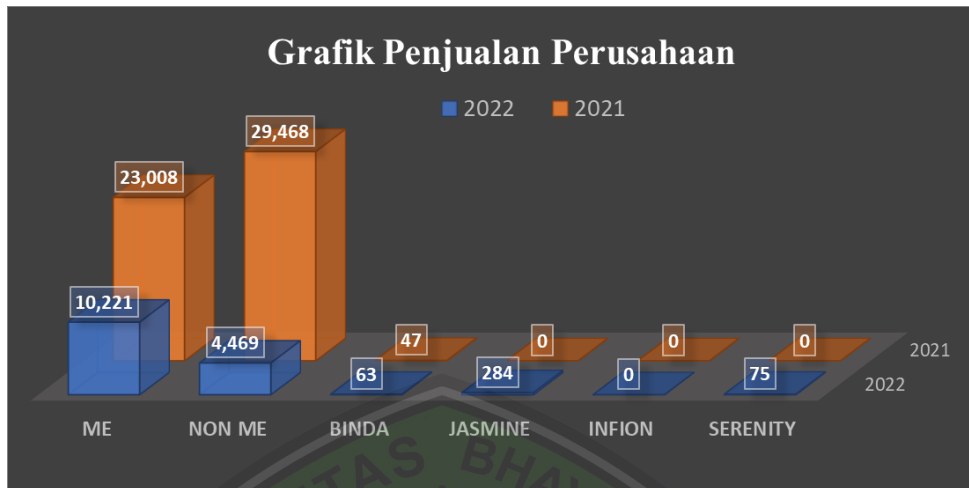
Tabel 1. 3 Tabel Penjualan Produk Perusahaan

No	Tahun	Produk	Unit
1	2022	ME	10,221
		NON ME	4,469
		BINDA	63
		JASMINE	284
		INFION	-
		SERENITY	75
2	2021	ME	23,008
		NON ME	29,468
		BINDA	47
		JASMINE	-
		INFION	-
		SERENITY	-

Sumber : PT. Solusi Fajar Distrindo (2022)

Tabel 1.3 menjelaskan salah satu produk ME adalah Apron. Dimana apron yang dimiliki perusahaan itu memiliki ketebalan 45 mikron. Lebih tebal dibanding produk kompetitor yang hanya memiliki ketebalan 35 mikron. Salah satu produk NON ME adalah Latex, dimana latex memiliki bahan yang tidak mudah sobek dan elastis dibanding beberapa produk kompetitor. Salah satu produk BINDA adalah Kasa, dimana kasa yang dimiliki perusahaan memiliki rongga kasa sangat kecil dan halus, sehingga bisa cepat menyerap cairan saat operasi, tidak seperti produk kompetitor yang memiliki kasa dengan rongga yang lebar dan kasar. Salah satu produk JASMINE adalah alcohol, dimana alcohol tersebut mengandung 75% kadar alcohol. Salah satu produk SERENITY adalah folley catheter, dimana bahan tersebut

cukup lentur dan mudah saat akan digunakan oleh pasien yang membutuhkan untuk dipasangkan alat tersebut.



Gambar 1. 2 Diagram Penjualan Produk Perusahaan

Dari gambar 1.2 dapat diketahui bahwa endemic covid 19 sangat mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Penjualan perusahaan cukup banyak di tahun 2021, dengan produk ME sebanyak 23.008 unit, produk NON ME 29.468 unit, produk BINDA sebanyak 47 unit, dan untuk penjualan produk JASMINE, INFION dan SERENITY belum ada penjualan dikarenakan produk tersebut launching di awal tahun 2022. Dan untuk penjualan produk di tahun 2022, produk ME sebanyak 10.221 unit, produk NON ME sebanyak 4.469 unit, produk JASMINE sebanyak 284 unit, produk SERENITY sebanyak 75 unit.

Maka dari itu, perusahaan harus bisa terus menjual banyak produk walaupun sudah memasuki masa endemic covid-19, perusahaan harus mampu menjalankan strategi pemasaran dengan lebih tepat dari sebelumnya. Adapun metode analisis yang digunakan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yaitu dengan melakukan analisis SWOT dan BMC.

Analisis SWOT dapat membuat strategi pemasaran lebih lengkap. Menurut (Robinson, Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1, 2000), Analisis SWOT adalah cara untuk menganalisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor yang kuat dan lemah di dalam organisasi, serta peluang dan ancaman dari luar organisasi. Dengan menggunakan metode ini, kita dapat merencanakan strategi organisasi dengan lebih baik. Kekuatan adalah hal-hal

yang baik dan dapat kita kendalikan di dalam organisasi. Kelemahan adalah hal-hal yang tidak berjalan dengan baik atau kita tidak memiliki sumber daya yang diperlukan. Peluang adalah hal-hal positif dari luar yang dapat dimanfaatkan. Ancaman adalah hal-hal negatif dari lingkungan luar yang dapat mempengaruhi organisasi.

Faktor SWOT dalam penelitian ini diantaranya adalah *Strength* (kekuatan) yang dimiliki oleh pihak internal perusahaan, yaitu seperti pencatatan administrasi yang baik, serta pelayanan yang baik untuk para customer. Berikutnya adalah *Weakness* (kelemahan) yang dimiliki oleh pihak internal perusahaan, yaitu seperti target sales yang belum tercapai.

Berikutnya adalah *Opportunities* (Peluang) yang didapat dari pihak eksternal perusahaan, yaitu seperti banyaknya rumah sakit-rumah sakit swasta kecil yang bermunculan sehingga bertambah pula permintaan alat-alat kesehatan. Berikutnya adalah *Threats* (Ancaman) yang didapat dari pihak eksternal perusahaan, yaitu seperti adanya harga bersaing oleh beberapa kompetitor.

Analisis BMC (*Bisnis Model Canvas*), dalam analisis ini, bisa diketahui point-point penting yang harus dimiliki perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya, mulai dari segi Sumber Daya Manusia (SDM), Sumber Daya Fasilitas, Service Customer sampai Sumber Daya Keuangan.

Penyusun elemen BMC dari segi Sumber Daya Manusia (SDM) seperti karyawan memiliki hak untuk mendapatkan upahnya setiap bulan, dari segi Sumber Daya Fasilitas dengan memenuhi kebutuhan para karyawan dalam proses pekerjaannya seperti seperangkat komputer untuk para admin dan kendaraan bagi para ekspedisi.

Dari segi Service Customer (Pelayanan Customer), perusahaan mempunyai potongan harga bagi yang membeli lebih dari 5 kali dalam 1 bulan. Dan dari segi Sumber Daya Keuangan, divisi keuangan telah mempunyai sistem pencatatan yang baik dalam menjalankan tugasnya.

Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk alat kesehatan di PT Solusi Fajar Distrindo dapat optimal dengan menggunakan metode SWOT dan BMC.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menurunnya penjualan alat kesehatan.
2. Menurunnya laba perusahaan.
3. Menurunnya kasus covid-19 pada tahun 2022.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang dapat dirumuskan ialah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal yang mempengaruhi menurunnya penjualan alata kesehatan di PT. Solusi Fajar Distrindo?.
2. Apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi menurunnya penjualan alata kesehatan di PT. Solusi Fajar Distrindo?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam mengatasi penurunan penjualan alat kesehatan PT. Solusi Fajar Distrindo?.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, pembatasan masalah dibatasi pada :

1. Penelitian difokuskan pada strategi pemasaran produk alat kesehatan di PT. Solusi Fajar Distrindo pada saat endemic covid-19.
2. Menganalisis strategi pemasaran PT. Solusi Fajar Distrindo berdasarkan analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas.
3. Data penelitian diambil pada periode April 2021 – Oktober 2022

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari judul penelitian kali ini adalah :

1. Mengetahui faktor internal yang mempengaruhi menurunnya penjualan alata kesehatan di PT. Solusi Fajar Distrindo.
2. Mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi menurunnya penjualan alata kesehatan di PT. Solusi Fajar Distrindo.

3. Mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam mengatasi penurunan penjualan alat kesehatan PT. Solusi Fajar Distrindo.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diambil penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan studi industri (S1) Fakultas teknik.
2. Menambah wawasan peneliti tentang strategi pemasaran produk alat kesehatan lebih dalam.
3. Bagi perusahaan, bisa dijadikan sebagai bahan masukan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.
4. Bagi pihak lain, bisa dijadikan Sebagai sumber informasi atau bahan peneliti bagi mahasiswa pihak lain yang mungkin tertarik untuk melakukan pada aspek yang sama di masa yang akan datang.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Berikut tempat dan waktu penelitian yang membantu penulis dalam melaksanakan penelitian :

- 1 Tempat Penelitian :
PT. Solusi Fajar Distrindo yang beralamat di Ruko Rose Garden 9, No. 7, Bekasi Selatan, Kota Bekasi.
- 2 Waktu Penelitian :
10 Juli 2022 – 10 Oktober 2022

1.8 Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan gabungan dari kata “metode” yang berarti metode yang benar dan “logos” yang berarti ilmu. Jadi metodologi berarti bagaimana melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara hati-hati untuk mencapai suatu tujuan. Penelitian adalah kegiatan menemukan, mencatat, merumuskan dan menganalisis suatu laporan untuk menyusunnya.(Cholid Narbuko,2019)

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis dari penelitian ini juga menggunakan penelitian studi kasus dalam pelaksanaannya.

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam laporan penulisan Tugas Akhir ini, untuk mendapatkan hasil yang baik dan mudah dipahami, maka penulisan disusun dengan menggunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara garis besar tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan secara singkat tentang teori yang berhubungan dan berkaitan erat dengan masalah yang akan dibahas serta merupakan tinjauan kepustakaan yang menjadi kerangka dan landasan berfikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas metodologi penelitian tugas akhir yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT dan BMC.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil data yang sudah didapat saat melakukan observasi lapangan kemudian data yang diambil lalu diolah dengan metode SWOT dan BMC.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang menjawab rumusan dan tujuan penelitian, serta diberikan juga saran, baik untuk pihak perusahaan maupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Lembar ini berisi detail refrensi peneliti dalam melakukan penelitian

LAMPIRAN

Bagian ini berisikan beberapa lembar yang diperlukan karna berhubungan dengan isi penelitian

