

ABSTRAK

PT. Gracia Pharmindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri Farmasi. Obat yang diproduksi adalah obat yang pembeliannya harus disertai oleh resep dari dokter (ethical). Terdapat beberapa produk unggulan dan salah satunya adalah obat paracetamol anak yaitu Moretic Drops. Namun beberapa tahun ini obat Moretic Drops mengalami penurunan penjualan. Hal ini dapat dibuktikan dari data penjualan pada tahun 2011-2012 yang diberikan oleh perusahaan, yaitu terjadi penurunan penjualan sebesar 12.5%.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui usulan perbaikan yang dapat diberikan agar perusahaan dapat memenangkan persaingan. Teori dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), *correspondence analysis*, matriks *importance & performance analysis* dan lainnya.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan datanya adalah dengan penyebaran kuesioner penelitian di Kota Bandung, teknik sampling yang digunakan teknik sampling jenuh dengan jumlah responden 21 responden apotik yang menjual obat paracetamol anak Moretic Drops dan 17 orang responden dokter yang merekomendasikan Moretic Drops kepada pasien. Pada kuesioner bagian 1 diolah menjadi presentase dan *pie chart*. Dari hasil olah data tersebut maka dapat diketahui *targeting* yang dapat difokuskan dan dapat diberikan strategi *positioning* yang tepat. Pada kuesioner bagian 2 didapatkan data berupa tingkat kepentingan dan tingkat performansi produk Moretic Drops, pengolahan data ini menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Dari hasil pengolahan data menggunakan IPA maka dapat diketahui variabel-variabel yang masuk ke dalam kuadran I, II, III dan IV. Untuk hasil data perbandingan obat paracetamol anak Moretic Drops dengan pesaingnya yaitu Sanmol Drops dan Tempra Drops, data Perbandingan tersebut kemudian diolah menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA). Hasil yang didapatkan dari pengolahan data CA maka diketahui pada kuesioner untuk apotik terdapat 10 variabel yang unggul dan terdapat 20 variabel yang kurang unggul. Untuk kuesioner dokter terdapat 6 variabel yang unggul dan 22 variabel yang kurang unggul. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan maka dapat dilakukan analisis. Dari analisis tersebut dapat diketahui variabel-variabel yang harus diperbaiki.

Targeting untuk dokter adalah responden yang memiliki profesi dokter umum ataupun spesialis anak yang sudah berlangganan selama 1-2 tahun. Targeting untuk apotik adalah apotik yang telah berlangganan selama 1-2 tahun yang memiliki perilaku pemesanan berjangka 1-2 bulan sekali dengan ukuran pemesanan lebih dari 3 buah dus produk.

Usulan yang diberikan mengacu pada prioritas perbaikan yang perlu dilakukan PT. Gracia berdasarkan hasil gabungan IPA dan CA. Usulan untuk apotik diarahkan kepada perbaikan distribusinya contohnya perusahaan dapat menggunakan sistem pembayaran online yaitu menggunakan *merchart* bank, sedangkan usulan untuk dokter diarahkan kepada perbaikan pelayanannya yaitu seperti menerapkan standar kinerja kepada operator dalam menerima telepon, melakukan QC pada tempat pendistribusian agar kualitas produk tetap terjaga.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-5
1.4 Perumusan Masalah	1-5
1.5 Tujuan Penelitian	1-6
1.6 Sistematika Penulisan	1-6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pesaingan	2-1
2.2 Pemasaran	2-1
2.2.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2.2 Segmentasi Pasar Bisnis	2-2
2.2.3 Targeting	2-3
2.2.4 Positioning	2-4
2.2.5 <i>Marketing Mixed</i> (Bauran Pemasaran)	2-6
2.3 Teknik dan Metode Pengumpulan Data.....	2-9
2.4 Populasi dan Sampel	2-12
2.4.1 Populasi.....	2-12
2.4.2 Sampel.....	2-12

2.5	Teknik Sampling.....	2-13
2.6	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-15
2.7	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-16
2.7.1	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-16
2.7.2	Tipe Skala Pengukuran	2-17
2.8	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-19
2.8.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-19
2.8.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-19
2.9	<i>Correspondence Analysis</i>	2-21
2.10	Matriks <i>Importance & Performance Analysis</i>	2-22

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-4
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.2	Tinjauan Pustaka.....	3-4
3.2.3	Latar Belakang Masalah.....	3-4
3.2.4	Identifikasi Masalah.....	3-5
3.2.5	Pembatasan Masalah.....	3-6
3.2.6	Perumusan Masalah	3-6
3.2.7	Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-7
3.2.8	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.2.9	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.2.10	Penentuan Variabel Penelitian	3-8
3.2.11	Pembuatan Kuesioner Penelitian	3-11
3.2.12	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	3-12
3.2.13	Pengujian Validitas Konstruk	3-12
3.2.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.15	Pengujian Validitas Instrument dan Reliabilitas Instrument	3-13
3.2.16	Pengolahan Data	3-14
3.2.16.1	<i>Correspondence Analysis</i>	3-14

3.2.16.2 <i>Importance Performance Analysis</i>	3-15
3.2.16.3 Segmentasi, Targeting dan Positioning.....	3-15
3.2.16.4 Pengolahan Data Gabungan IPA & CA.....	3-16
3.2.17 Analisis.....	3-16
3.2.17.1 Analisis <i>Correspondence Analysis</i>	3-17
3.2.17.2 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i>	3-17
3.2.17.3 Analisis <i>Targeting</i>	3-17
3.2.17.4 Analisis <i>Positioning</i>	3-18
3.2.18 Usulan.....	3-18
3.2.19 Kesimpulan dan Saran.....	3-19

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Daftar Apotik yang menjadi pelanggan obat PT.Gracia Pharmindo	4-2
4.1.3 Daftar Dokter yang menjadi pengguna obat PT.Gracia Pharmindo	4-2
4.1.4 Struktur Organisasi	4-3
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.3 Validitas Konsruksi.....	4-7
4.4 Kuesioner Penelitian	4-7
4.4.1 Data Responden Apotik dan Dokter	4-8
4.4.2 Kepentingan & Performansi Apotik dan Dokter.....	4-10
4.4.3 Perbandingan Peringkat Antar Produk Apotik & Dokter	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Reliabilitas dan Validitas	5-1
5.2 Pengolahan Data dengan Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-9
5.2.1 Pengolahan Data Metode CA (Apotik).....	5-10
5.2.2 Analisis Pengolahan Data dengan Metode CA Apotik.....	5-12
5.2.3 Pengolahan Data Metode CA (Dokter).....	5-19

5.2.4	Analisis Pengolahan Data dengan Metode CA Dokter	5-22
5.3	Pengolahan Data dengan Metode IPA	5-27
5.3.1	<i>Importance / Performance Analysis</i> (Apotik).....	5-27
5.3.2	Analisis Pengolahan Data dengan Metode IPA Apotik	5-29
5.3.3	<i>Importance / Performance Analysis</i> (Dokter).....	5-32
5.3.4	Analisis Pengolahan Data dengan Metode IPA Dokter	5-34
5.4	Pengolahan Data Segmentasi Responden	5-36
5.5	Hasil Data Segmentasi Responden (Apotik).....	5-37
5.6	Analisis Segmentasi Apotik	5-38
5.7	Analisis Targeting Responden Apotik	5-42
5.8	Hasil Data Segmentasi Responden (Dokter).....	5-44
5.9	Analisis Segmentasi Dokter	5-45
5.10	Analisis Targeting Responden Dokter	5-48
5.11	Analisis Positioning Responden Dokter	5-50
5.12	Analisis Gabungan CA dan IPA	5-53
5.12.1	Analisis Gabungan CA dan IPA Apotik	5-53
5.12.2	Analisis Gabungan CA dan IPA Dokter	5-56
5.13	Usulan	5-59
5.13.1	Usulan Prioritas Perbaikan Apotik.....	5-60
5.13.2	Usulan Prioritas Perbaikan Dokter.....	5-64

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.1.1	Faktor-faktor Keunggulan dan Kelemahan	6-1
6.1.2	Varibel yang Menurut Responden Penting (Apotik)	6-4
6.1.3	Varibel yang Menurut Responden Penting (Dokter)	6-4
6.1.4	Varibel Performansi Moretic Drop Sudah Baik (Apotik)	6-5
6.1.5	Varibel Performansi Moretic Drop Sudah Baik (Apotik).....	6-5
6.1.6	<i>Targeting</i> Apotik.....	6-6
6.1.7	<i>Targeting</i> Dokter.....	6-6

6.1.8	<i>Positioning</i> Dokter	6-6
6.1.9	Usulan Untuk Memenangkan Pesaingan Apotik	6-7
6.1.10	Usulan Untuk Memenangkan Pesaingan Dokter	6-8
6.2	Saran	6-9

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata penjualan Moretic Drops per bulan.....	1-3
2.1	Skala Likert.....	2-17
2.2	Skala <i>Semantic Defferensial</i>	2-18
3.1	Kisi-kisi Instrumen.....	3-9
3.2	Pengembangan Variabel Penelitian Apotik	3-10
3.3	Pengembangan Variabel Penelitian Dokter	3-11
3.4	Pengolahan Data Gabungan CA & IPA.....	3-16
4.1	Daftar Responden Apotik	4-2
4.2	Daftar Responden Dokter.....	4-2
4.3	Data Responden Apotik	4-8
4.4	Data Responden Dokter	4-9
4.5	Kepentingan dan Performansi Apotik.....	4-11
4.6	Kepentingan dan Performansi Dokter.....	4-11
4.7	Perbandingan Peringkat Antar Produk (Apotik).....	4-13
4.8	Perbandingan Peringkat Antar Produk (Dokter).....	4-14
5.1	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (Apotik).....	5-1
5.2	Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Apotik)	5-2
5.3	Uji Reliabilitas Tingkat Performansi (Apotik).....	5-3
5.4	Uji Validitas Tingkat Performansi (Apotik)	5-4
5.5	Rangkuman Nilai Validitas (Apotik)	5-5
5.6	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (Dokter).....	5-5
5.7	Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Dokter)	5-6
5.8	Uji Reliabilitas Tingkat Performansi (Dokter).....	5-7
5.9	Uji Validitas Tingkat Performansi (Dokter)	5-8
5.10	Rangkuman Nilai Validitas (Dokter)	5-9
5.11	Rangkuman Data CA Apotik	5-10
5.12	Analisis <i>Row</i> dan <i>Column Scores</i> Apotik	5-13
5.13	Rangkuman Data CA Dokter	5-19

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.14	Analisis <i>Row</i> dan <i>Column Scores</i> Dokter	5-22
5.15	Tingkat Kepentingan & Performansi Metode IPA (Apotik).....	5-27
5.16	Rangkuman Metode IPA (Apotik).....	5-29
5.17	Tingkat Kepentingan & Performansi Metode IPA (Dokter).....	5-31
5.18	Rangkuman Metode IPA (Dokter).....	5-34
5.19	Hasil Data Segmentasi Responden Apotik	5-36
5.20	Hasil Data Segmentasi Responden Dokter	5-44
5.21	Analisis Gabungan CA dan IPA Apotik	5-52
5.22	Urutan Prioritas Perbaikan Apotik.....	5-53
5.23	Analisis Gabungan CA dan IPA Dokter	5-55
5.24	Urutan Prioritas Perbaikan Dokter.....	5-56
6.1	Rangkuman Variabel Kepentingan (Apotik)	6-4
6.2	Rangkuman Variabel Kepentingan (Dokter)	6-4
6.3	Rangkuman Variabel Performansi (Dokter)	6-5
6.4	Rangkuman Variabel Performansi (Dokter)	6-5

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan Moretic Drops Tahun 2011-201	1-3
2.1	Teknik Sampling	2-13
2.2	Matriks <i>Important & Performance Anaysis</i>	2-23
2.3	Diagram Kartesius	2-25
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-3
4.1	Struktur Organisasi PT.Gracia Pharmindo.....	4-2
5.1	<i>Row and Column Scores</i> (Apotik)	5-11
5.2	Contoh Perhitungan Menggunakan Metode CA (Apotik)	5-12
5.3	<i>Row and Column Scores</i> (Dokter)	5-20
5.4	Contoh Perhitungan Menggunakan Metode CA (Dokter)	5-21
5.5	Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> (Apotik)	5-28
5.6	Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> (Dokter)	5-33
5.7	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 1	5-38
5.8	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 2	5-38
5.9	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 3	5-39
5.10	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 4	5-39
5.11	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 5	5-39
5.12	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 6	5-40
5.13	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 7	5-40
5.14	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 8	5-40
5.15	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 9	5-41
5.16	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 10	5-41
5.17	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 11	5-41
5.18	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 12	5-42
5.19	Kuesioner Apotik Bagian 1 Pertanyaan No 13	5-42
5.20	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 1	5-45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.21	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 2	5-45
5.22	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 3	5-46
5.23	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 4	5-46
5.24	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 5	5-46
5.25	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 6	5-47
5.26	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 7	5-47
5.27	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 8	5-47
5.28	Kuesioner Dokter Bagian 1 Pertanyaan No 9	5-48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Lembar Komentar Proposal Tugas Akhir	A-1
B	Lembar Komentar Prasadang Tugas Akhir	B-1
C	Lembar Komentar Sidang Tugas Akhir	C-1
D	Lembar Konstruk	D-1
E	Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner penelitian.....	E-1
F	Data Mentah Kuesioner Penelitian Bagian II	F-1
G	Tabel R <i>Pearson Product Moment</i>	G-1
H	Hasil SPSS <i>Correspondence Analysis</i>	H-1
I	Pengolahan Data <i>Correspondence Analysis</i>	I-1
J	Data Produk Moretic Drops dan Pesaing.....	J-1