



# **STRATEGI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT KIMIA FARMA SUNGWUN PHARMACOPIA**

**PUTRI DEWI ANJUMI**



**PROGRAM STUDI BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



### *@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran *Business-to-Business* untuk Meningkatkan Penjualan di PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Putri Dewi Anjumi  
K1401201017

## ABSTRAK

PUTRI DEWI ANJUMI. Strategi Pemasaran *Business-to-Business* untuk Meningkatkan Penjualan di PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia. Dibimbing oleh MOHAMAD SYAMSUL MAARIF dan LINDA KARLINA SARI.

PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia (PT KFSP) memiliki permasalahan didalam menjalankan bisnis yaitu *business size* yang kecil dan jumlah *customer* yang terus meningkat tetapi tidak dengan kinerja keuangan. Profit pada PT KFSP mengalami penurunan hingga pada tahun 2023 mengalami defisit. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kegiatan pemasaran PT KFSP, merumuskan alternatif strategi serta menetapkan prioritas strategi pemasaran. Analisis yang digunakan adalah tiga tahap formulasi strategi yaitu tahap input menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan menggunakan matriks IE dan SWOT, serta tahap keputusan menggunakan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan PT KFSP berada pada sel 1 "*Growth and Build*" yang memiliki enam alternatif strategi pemasaran. Berdasarkan QSPM, strategi yang menjadi prioritas adalah aktif melakukan kunjungan dan sosialisasi kepada *customer*.

Kata kunci: bahan baku obat, QSPM, strategi pemasaran, SWOT

## ABSTRACT

PUTRI DEWI ANJUMI. Business-to-Business Marketing Strategy in Increasing Sales at PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia. Supervised by MOHAMAD SYAMSUL MAARIF and LINDA KARLINA SARI.

PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia (PT KFSP) has problems in running a business, the problem are a small business size and an increasing number of customers but not financial performance. Profit at PT KFSP has decreased until in 2023 it is deficit. The purpose of this research is to analyze the internal and external factors that affect PT KFSP's marketing activities, formulate alternative strategies and prioritize marketing strategies. The analysis used is three stages of strategy formulation, namely the input stage using the IFE and EFE matrix, the matching stage using the IE and SWOT matrix, and the decision stage using QSPM. Based on the research results, PT KFSP is in cell 1 "Growth and Build" which has six alternative marketing strategies. Based on QSPM, the priority strategy is to actively visit and socialize with customers.

Keywords: medicinal raw materials, marketing strategy, QSPM, SWOT



### *@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

# **STRATEGI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT KIMIA FARMA SUNGWUN PHARMACOPIA**

**PUTRI DEWI ANJUMI**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**Tim Penguji pada Ujian Skripsi:**

1. Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.
2. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



@Hak cipta milik IPB University

**IPB University**

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran *Business-to-Business* untuk Meningkatkan Penjualan di PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia

Nama : Putri Dewi Anjumi

NIM : K1401201017

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. M Syamsul Maarif, M.Eng.



Pembimbing 2:

Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:  
24 Juni 2024

Tanggal Lulus : 22 Juli 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah dengan judul “Strategi Pemasaran *Business-to-Business* Untuk Meningkatkan Penjualan di PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia” dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. M Syamsul Maarif, M.Eng. selaku dosen pembimbing 1 dan Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, memotivasi dan banyak memberi saran.
2. Seluruh dosen dan tenaga pendidik program Studi Bisnis, Sekolah Bisnis IPB yang telah memberikan banyak masukan, pengalaman, dan ilmu yang sangat bermanfaat semasa perkuliahan.
3. PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia yang telah memberikan izin penelitian dan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Penghargaan tertinggi kepada kedua orang tua tercinta, Budairi dan Suwarsih yang telah membesarkan Penulis dengan penuh kasih sayang, menjadi *support system* terbaik, memberikan kebahagiaan tanpa batas, dan selalu memberikan doa yang tiada henti untuk keberhasilan hidup putri-putri nya.
5. Hamidatul Laili selaku adik kandung yang telah menjadi sandaran terbaik, menjadi sumber kekuatan dan kebahagiaan, serta memberikan *support* yang tidak ada habisnya.
6. Atika Rahmanisa, Bunga Faisa Agista, dan Widi Asih selaku sahabat Penulis yang telah banyak memberikan pengalaman dan kenangan berharga bagi Penulis selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman satu magang yaitu Ahmad Atha Al Afif, Nadia Nurvita Illahi, Nafi Fadhlurrahman, dan Raina Alifa atas kerjasamanya selama magang saling membantu dan memberikan dukungan.
8. Teman-teman Sekolah Bisnis Angkatan 57 dan semua pihak yang turut mendukung Penulis menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dengan baik.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Juli 2024

*Putri Dewi Anjumi*



## DAFTAR ISI

|  |    |
|--|----|
| DAFTAR TABEL   | ix |
| DAFTAR GAMBAR  | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN  | ix |
| PENDAHULUAN  | 1  |
| 1.1 Latar Belakang                                       | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah                                      | 3  |
| 1.3 Tujuan Penelitian                                    | 4  |
| 1.4 Manfaat Penelitian                                   | 5  |
| 1.5 Ruang Lingkup  | 5  |
| II TINJAUAN PUSTAKA                                      | 6  |
| 2.1 Gambaran Umum Bahan Baku Obat                        | 6  |
| 2.2 Pemasaran <i>Business-to-Business</i> (B2B)          | 7  |
| 2.3 Strategi Pemasaran                                   | 8  |
| 2.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal           | 9  |
| 2.5 Matriks IFE dan Matriks EFE                          | 14 |
| 2.6 Alternatif Strategi                                  | 15 |
| 2.7 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) | 17 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran                                   | 17 |
| III METODE   | 20 |
| 3.1 Waktu dan Tempat                                     | 20 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data                                | 20 |
| 3.3 Teknik Pengambilan Sampel                            | 21 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data                              | 21 |
| 3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data                  | 21 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                                  | 28 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan                             | 28 |
| 4.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal           | 30 |
| 4.3 Identifikasi Faktor Kunci Internal dan Eksternal     | 38 |
| 4.4 Formulasi Strategi                                   | 44 |
| V SIMPULAN DAN SARAN                                     | 53 |
| 5.1 Simpulan   | 53 |
| 5.2 Saran  | 53 |
| 5.3 Keterbatasan   | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA   | 54 |
| LAMPIRAN   | 58 |
| RIWAYAT HIDUP  | 60 |

## DAFTAR TABEL

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1  | Molekul BBO yang diproduksi berdasarkan prioritas Kemenkes | 1  |
| 2  | Jumlah customer PT KFSP (2018-2023)                        | 2  |
| 3  | Pertumbuhan kinerja keuangan PT KFSP (2018-2023)           | 3  |
| 4  | <i>Roadmap</i> pengembangan Bahan Baku Obat 2019-2025      | 7  |
| 5  | Variabel, periode, dan sumber data                         | 20 |
| 6  | Sumber, teknik pengumpulan, dan metode pengolahan data     | 22 |
| 7  | Matriks IFE  | 24 |
| 8  | Matriks EFE  | 25 |
| 9  | Matriks SWOT   | 26 |
| 10 | <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>              | 27 |
| 11 | Faktor kekuatan dan kelemahan PT KFSP                      | 39 |
| 12 | Harga BBO PT KFSP  | 40 |
| 13 | Faktor peluang dan ancaman PT KFSP                         | 42 |
| 14 | Hasil analisis matriks IFE                                 | 45 |
| 15 | Hasil analisis matriks EFE                                 | 46 |
| 16 | Urutan prioritas strategi berdasarkan hasil QSPM           | 52 |

## DAFTAR GAMBAR

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1  | Proses Pembuatan API atau BBO                          | 6  |
| 2  | <i>Porter's Five Forces</i>                            | 11 |
| 3  | Kerangka pemikiran                                     | 19 |
| 4  | Tiga tahap formulasi strategi                          | 23 |
| 5  | Matriks Internal-Eksternal (IE)                        | 25 |
| 6  | Logo PT Kimia Farma Sungwun Pharmacopia                | 28 |
| 7  | Proses bisnis  | 30 |
| 8  | Jumlah penduduk Indonesia (2019-2023)                  | 36 |
| 9  | Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia (2020-2023) | 36 |
| 10 | Tingkat inflasi Indonesia (2019-2023)                  | 37 |
| 11 | Hasil analisis matriks IE                              | 47 |
| 12 | Hasil analisis matriks SWOT                            | 48 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                               |    |
|---|-------------------------------|----|
| 1 | Struktur organisasi PT KFSP   | 58 |
| 2 | Perhitungan QSPM pada PT KFSP | 59 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.