

ABSTRAK

PT. Coronet Crown adalah perusahaan farmasi yang memproduksi banyak jenis obat, baik untuk obat dengan resep dokter (*ethical*), obat bebas tanpa resep dokter (OTC-*Over The Counter*). Pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi pada dunia usaha di Indonesia menyebabkan persaingan yang terjadi di antara perusahaan semakin ketat. Oleh karena itu, PT. Coronet Crown harus memiliki strategi bisnis yang tepat agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan produk tersebut.

Pertama dilakukan analisis kompetitif (model lima kekuatan Porter) untuk mengetahui struktur industri PT. Coronet Crown dan analisis SWOT untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan. Setelah itu, dilakukan tahap input pada strategi bisnis meliputi matriks EFE, matriks IFE, dan CPM untuk mengetahui daya saing perusahaan. Bobot dan peringkat pada matriks EFE dan IFE didapatkan dari pihak perusahaan, sedangkan CPM didapatkan dari kuisisioner kepada para *retailer*. Total nilai tertimbang pada matriks EFE adalah 2,075, sedangkan pada matriks IFE adalah 2,881. Hasil CPM yang didapatkan bagi PT. Coronet Crown paling rendah dibandingkan perusahaan pesaing dengan total nilai 2,51.

Setelah tahap input, maka dilakukan tahap pencocokan menggunakan GSM untuk mengetahui posisi daya saing, matriks SWOT untuk mengetahui alternatif strategi yang ada, dan matriks IE untuk mengetahui posisi perusahaan. Pada GSM didapatkan PT. Coronet Crown tergolong kuadran I dimana pertumbuhan pasar cepat dan posisi pesaing yang kuat. Matriks IE didapatkan dari total nilai tertimbang dari matriks EFE dan IFE. Total nilai tertimbang dari matriks EFE adalah 2,075 dan matriks IFE sebesar 2,881. Hasil tersebut diolah dalam matriks IE dan didapatkan bahwa PT. Coronet Crown terdapat pada bagian V yaitu pertahankan dan pelihara kondisi perusahaan saat ini.

Tahap terakhir yaitu tahap keputusan menggunakan QSPM untuk menentukan strategi apa yang tepat bagi perusahaan. Ada tiga alternatif strategi yang digunakan dalam QSPM yaitu strategi pengembangan produk, penetrasi pasar, dan diversifikasi konsentris. Setelah dilakukan pengolahan pada QSPM, maka didapatkan total nilai daya tarik untuk strategi pengembangan produk adalah 6,082, sedangkan strategi penetrasi pasar sebesar 4,621 dan diversifikasi konsentris sebesar 4,962. Hasil total nilai daya tarik yang paling tinggi adalah strategi pengembangan produk. Terdapat beberapa strategi usulan bagi perusahaan dalam hal pengembangan produk. Strategi usulan tersebut kemudian diimplementasikan kepada salah satu produk PT. Coronet Crown yaitu bedak Herocyn. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan strategi pemasaran bagi bedak Herocyn.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuadran dan STV *triangle*. Melalui analisis kuadran, didapatkan variabel yang harus ditingkatkan oleh perusahaan karena pembeli merasa kurang puas dengan produk tersebut. Variabel tersebut adalah banyak manfaat bagi kulit, kemasan menarik, dan banyak iklan. Dalam penelitian ini telah diberikan solusi untuk mengatasi hal tersebut. STV *triangle* berisi mengenai *strategy*, *tactic*, dan *value*.

Strategy pada bedak Herocyn meliputi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*. Terdapat beberapa usulan untuk *segmentasi* dan *targeting*. Namun, untuk *positioning* yang dilakukan perusahaan sudah tepat dengan menggunakan strategi penentuan posisi menurut manfaat. *Positioning statement* yang telah digunakan oleh perusahaan juga sudah tepat.

Tactic meliputi diferensiasi dan *marketing mix*. Usulan untuk diferensiasi yaitu menambah varian bedak Herocyn menyembuhkan gatal beraroma wangi. *Product* dalam strategi *marketing mix* juga terdapat usulan untuk *core product*, *actual product*, maupun *augmented product*. Pada strategi ini juga dibahas mengenai pengemasan dan pelabelan untuk bedak Herocyn. Terdapat rancangan desain kemasan dan label usulan yang tepat dengan menggunakan *scoring*. *Price*, *place* dan *promotion* juga terdapat usulan-usulan yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan.

Value dari bedak Herocyn ini secara keseluruhan sudah cukup baik terutama dari segi *brand* dan *service*. Usulan hanya terdapat pada *process* dimana perekatan karton dengan menggunakan mesin agar lebih efektif dan efisien.

Kata kunci: strategi bisnis, pemasaran