

ABSTRAK

Analisis Efektifitas Promosi Terhadap Pengetahuan Dokter Atas Produk Seretide Inhaler dan Konsep Manajemen Pengobatan Asma Di Jakarta. TESIS, Sri Hartono di bawah bimbingan Dr. Ir. Mustika Sutiaty Purwanegara Msc

Kompetisi di bisnis farmasi khususnya pada produk resep terdapat persaingan yang sangat ketat karena di Indonesia terdapat 32 perusahaan PMA (Penanaman Modal Asing) dan lebih kurang 100 perusahaan PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) sehingga dibutuhkan strategi yang tangguh untuk memenangkan persaingan tersebut.

Kompetisi yang begitu kuat menuntut perusahaan farmasi untuk melakukan program promosi yang unik sehingga dapat merebut perhatian dokter sebagai penulis resep.

Asma adalah penyakit peradangan yang terjadi pada saluran napas yang melibatkan banyak sel dan elemennya. Pada asma terjadi proses peradangan kronik atau menahun yang menyebabkan peningkatan kepekaan atau hiperresponsif jalan napas yang menimbulkan gejala episodik atau berulang berupa mengi, sesak napas, dada terasa berat dan batuk-batuk terutama malam dan atau dini hari.

Seretide merupakan salah satu obat asma terbaik saat ini yang ada di pasaran. Seretide mengandung dua komponen obat dengan cara kerja yang berbeda-beda yaitu Salmeterol Xinaftolat berfungsi mengatasi penyempitan saluran nafas dan Fluticasone Propionate berfungsi untuk mengatasi masalah peradangannya selain itu dalam proses yang terjadi dalam tubuh manusia kedua komponen obat ini mampu bekerja secara sinergi (saling mendukung) sehingga mampu memberikan efek perbaikan secara cepat dan dengan dosis yang sangat aman.

Penelitian ini dilakukan pada dokter umum GP dan dokter spesialis Paru di Jakarta. Responden dalam penelitian ini berjumlah 130 orang. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengetahuan dokter tentang pengobatan asma yang beredar di pasar, mengetahui pola persepsi dokter terhadap obat asma, mengetahui program promosi yang dilakukan Seretide

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa statistik diskriptif, dimana dari kuesioner yang disebar kemudian jawaban responden dikelompokkan sesuai variabelnya dan kemudian diterjemahkan dalam bentuk grafik dan prosentase.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pasien asma yang ditangani dokter spesialis paru lebih banyak dibandingkan dokter praktek umum, *Brand awareness* Seretide menduduki urutan tertinggi dari keseluruhan produk asma yang ada dipasar dimana Seretide menduduki urutan pertama yang diingat oleh dokter, Seretide menduduki urutan pertama dalam hal jumlah dokter yang meresepkan yaitu sebanyak 88 % kemudian diikuti Aminopilin 78 %, dan Symbicort 78 %, dari ketiga produk

tersebut terbukti ternyata dokter spesialis lebih banyak meresepkan Seretide dibandingkan dokter GP, pesan promosi Seretide lebih diingat dibandingkan Symbicort yang merupakan kompetitor utama Seretide dalam hal harga, cara pemakaian dan efektifitas.

Saran yang diajukan dalam penelitian ini yaitu program promosi harus dibuat lebih unik sehingga program promosi yang dibuat bisa membedakan produk Seretide dengan produk asma lain yang ada sehingga semakin memperkuat brand awareness produk Seretide, Program pendidikan dokter harus lebih ditekankan untuk bisa memberikan pemahaman dokter dalam mencapai tujuan pengobatan asma itu sendiri.



ABSTRACT

Analysis Of Promotion Effectiveness Toward Doctors Knowledge of Seretide Inhaler And The Concept Of the Management of Asthma In Jakarta.

THESIS, Sri Hartono With Thesis Advisor Dr. Ir. Mustika Sutiati Purwanegara Msc

Competition in pharmaceutical business especially product of prescribed is increased greatly in Indonesia, there were existing 32 foreign company and more than hundred of local company so good strategy are needed.

The high competition, it drive the pharmaceutical to design the unique program of promotion so could get attention from doctors as drug prescriber.

Asthma is a chronic inflammatory disorder of the airways in which many cells and cellular elements play a role. The chronic inflammation causes an associated increase in airway hyperresponsiveness that lead to recurrent episodes of wheezing, breathlessness, chest tightness, and coughing particularly at night or in the early morning.

Seretide is the best medicine that available in the current market. Seretide contain two active components with different action, Salmeterol as reliever and Fluticasone Propionate as anti inflammatory effect and both of it have synergistic effect can occur asthma with safe and faster.

Total of responden is 130 doctors divided into specialist (100) and GP (30) and conducted in Jakarta. Objective of the research to face knowledge of doctors about asthma brand awareness, typical of drugs prescription, promotion program of Seretide Inhaler.

The data analysis used Descriptive Statistics, followed by administration questionnaire and the result will be clustered based on their variable and translated into graphic and presentation.

The result has shown that total of asthma patient of pulmonologists much more than GPs, Seretide as top of mind among the doctors, also Seretide as first rank that reminded by doctors with total prescription 88 % and followed by Aminophyllin (78 %) and Symbicort (78%) from the three of asthma product has shown that the majority Seretide prescribed is specialist rather than GP, and message of Seretide more reminded than Symbicort as main competitor of Seretide.

Suggestion : promotion program of Seretide must be created more unique and out of the box so could increase brand awareness of Seretide, the program of continue medical education more stressing to increase knowledge of doctors about management of asthma.