

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Grace Natasya Siregar
44319120037

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kimia
Farma Tbk dalam Meningkatkan Penjualan
pada Masa Pandemi Covid-19
Jumlah Halaman : 5 Bab + 121 Halaman; 1 Tabel; 9 Gambar

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan secara terarah dan terukur, dibutuhkan oleh berbagai jenis perusahaan dan khususnya perusahaan yang bergerak di sektor distribusi dan penjualan produk, yang salahsatu tujuannya adalah meningkatkan penjualan produk. PT Kimia Farma Tbk sebagai perusahaan farmasi dan kesehatan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh negara, memiliki lini usaha dari hulu ke hilir. Mulai dari penyediaan bahan baku, produksi farmasi, distribusi ritel produk farmasi serta layanan kesehatan untuk pasar masyarakat domestik maupun internasional.

Masa pandemi Covid-19 yang terjadi secara global menjadi hamtaman keras pada berbagai sektor, tidak terkecuali sektor ekonomi di hampir seluruh lini bisnis. Pada situasi krisis seperti pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini, agar perusahaan bisa tetap bertahan dari hantaman, diperlukan langkah yang sifatnya strategis dan taktis pada berbagai aspek yang tidak terkecuali dalam kegiatan komunikasi pemasaran.

Komunikasi Pemasaran PT Kimia Farma Tbk pada masa Pandemi Covid-19 ditujukan untuk memasarkan produk-produk farmasi dan alat-alat kesehatan, maupun produk berupa layanan kesehatan. Disamping untuk tujuan tersebut, Kimia Farma juga melakukan kampanye promosi kesehatan mengenai Covid-19 sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan, sekaligus turut serta bersama pemerintah menjadi garda terdepan dalam pencegahan dan penanggulangan Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Tbk dalam upaya meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian induktif dan menggunakan metode studi kasus. Teknik analisis data dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data.

Hasil penelitian ini dibuktikan bahwa penerapan strategi komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Tbk, untuk meningkatkan penjualan produk di masa pandemi Covid-19 berjalan dengan baik dan sukses. Terdapat dua pesan kunci yang dibangun dalam strategi komunikasi PT Kimia Farma Tbk, yaitu pesan-pesan komunikasi pemasaran produk dan layanan yang dipasarkan, serta pesan-pesan komunikasi berupa promosi kesehatan, edukasi dan persuasi kepada masyarakat terkait pencegahan dan penanggulangan Covid-19.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, industri farmasi, pandemi Covid-19