

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to evaluate the strategies that made by PT. Sandoz Indonesia for anti-tuberculosis products, especially Fixed Dose Combination (FDC) group and propose alternative strategies to be implemented in the future.*

*Research in this thesis uses a qualitative descriptive s methodology which is equipped with a study of data from internal and external companies. The author identifies the factors internal and external factors to get the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Sandoz anti TB Drugs.*

*Based on the TOWS analysis, the authors develop an alternative marketing strategy for this product group of anti-TB drugs Sandoz.*

*There are several recommendations presented the author as an alternative strategy that is, the brand in order to reinforce anti-TB drug brands, soon launched a second brand of Rimstar ® and Rimactazid ®, an organization seeking to maximize cooperation with the medical profession, increased salesmanship with Sandoz Selling Excellence program and expansion of coverage doctors towards general practitioners and internist.*

*Keywords: fixed-dose combinations, qualitative descriptive method, TOWS analysis*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan evaluasi mengenai strategi yang dilakukan PT Sandoz Indonesia untuk produk anti TB terutama kelompok obat Kombinasi Dosis Tetap (KDT) sekarang dan mengajukan strategi alternatif untuk diterapkan di masa depan.

Penelitian pada tesis ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang dilengkapi dengan kajian data dari internal dan eksternal perusahaan. Penulis mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal untuk mendapatkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dari kelompok produk anti TB Sandoz.

Berdasarkan analisis TOWS, penulis mengembangkan alternatif strategi pemasaran untuk kelompok produk ini obat-obat anti TB Sandoz.

Ada beberapa rekomendasi yang disampaikan penulis sebagai alternatif strategi yaitu, Agar semakin menguatkan brand dalam kelompok obat anti TB Sandoz, segera meluncurkan brand kedua dari Rimstar<sup>®</sup> dan Rimactazid<sup>®</sup>, berusaha memaksimalkan kerjasama dengan organisasi profesi kedokteran, peningkatan keahlian menjual dengan program *Sandoz Selling Excellence* serta perluasan coverage dokter kearah dokter umum dan internist.

Kata Kunci : kombinasi dosis tetap, kualitatif deskriptif, analisis TOWS

## **PENGESAHAN**

Judul : **Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Posisi Pemimpin Pasar Obat Anti Tuberkulosis PT. Sandoz Indonesia**

Bentuk Karya Akhir : Pengembangan Strategi Bisnis

Nama : Herry Hendrayadi

NIM : 55109110044

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Juli 2011

Mengesahkan

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

**Direktur Program Pascasarjana**

**Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip,MS**

**Prof. Dr. Didik J, Rachbini**

**Pembimbing Utama**

**Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Posisi Pemimpin Pasar Obat Anti Tuberkulosis PT. Sandoz Indonesia**

BentukKaryaAkhir : Pengembangan Strategi Bisnis

Nama : Herry Hendrayadi

NIM : 55109110044

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Juli 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya akhir sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 Juli 2011

Herry Hendrayadi

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seru sekalian alam yang setia membimbing hamba-hamba-Nya. Atas bantuan dan tuntunan-Nya penyusunan tesis dengan judul Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Posisi Pemimpin Pasar Obat Anti Tuberkulosis PT. Sandoz Indonesia

Dengan penuh kerendahan hati, penyusun menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang langsung maupun tidak langsung, turut andil dan memotivasi penyelesaian tesis ini, antara lain kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Didik J Rachbini selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta
3. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan dalam penulisan tesis saya
4. Bapak Drs. Basori Mukti dan Dra. Mardiani Madjid, Selaku kedua orangtua yang telah banyak memberikan dukungan moril sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu,
5. Dr. Imelda Kurniati, selaku istriku tercinta dan Athira Bunayya serta Abyan Maasyir anakku yang tercinta yang tiada henti memberikan kebahagiaan dan semangat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga tesis ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Bapak Andi Manik selaku *Senior Product Manager* PT. Sandoz Indonesia dan kepada rekan-rekan di Divisi Sales dan Marketing yang telah memberikan dukungan pengetahuan dan moril kepada penulis.

7. Seluruh teman-teman kuliah Magister Manajemen angkatan 14
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun telah membantu terlaksananya tesis ini, terima kasih atas dukungan dan doanyaselama ini.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dan kelemahan dalam penyusunan tesis ini oleh karenanya diharapkan adanya masukan positif dari semua pihak sehingga pada akhirnya tesis ini dapat menjadi suatu ilmu yang berguna baik bagi diri penulis, dan dunia ilmu pengetahuan pada umumnya.

Jakarta, Juli 2011

Penulis

