

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*). Pendekatan kualitatif memfokuskan pada deskripsi fenomena, objek, atau setting sosial secara naratif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara menyeluruh fenomena yang diteliti, dimana peneliti berperan sebagai perangkat utama dalam pengumpulan data (Hanyfah et al., 2022).

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali informasi tentang alur ekspor dari mengikuti *tender* dan penagihan di PT.Bio Farma (Persero) serta menganalisis faktor penghambat dan pendukung dari prosedur tersebut.

3.2 Fokus dan Lokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada optimalisasi strategi ekspor institusi vaksin Jerap di PT Bio Farma dengan menerapkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Fokus penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Efektivitas strategi pemasaran ekspor untuk meningkatkan pemasaran secara optimal.
2. Analisis faktor SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan permasalahan yang ada.
3. Analisis alternatif strategi pemasaran ekspor yang dapat diterapkan nantinya pada perusahaan.

Lokus penelitian ini adalah PT Bio Farma (Persero), sebuah perusahaan farmasi milik negara yang berfokus pada produksi dan distribusi vaksin. Studi ini akan menelaah proses ekspor vaksin Jerap ke berbagai instansi internasional seperti WHO, UNICEF, dan PAHO, dengan mempertimbangkan aspek *tender*, distribusi, dan tantangan alur ekspor ke pasar global. Hasil diharapkan dapat menyusun strategi yang lebih efisien dan kompetitif bagi PT Bio Farma dalam memperluas pasar global.

3.3 Fenomena Penelitian

Secara umum, fenomena dapat diartikan sebagai fakta atau kenyataan yang terjadi. Fenomena dalam penelitian merupakan Kumpulan fakta yang relevan dengan rumusan masalah yang diteliti. Fenomena tersebut diangkat dari permasalahan praktis dan atau teoritis, maupun bersifat khusus yang hanya terjadi di unit analisis penelitian (Rahman et al., 2022)

Tabel 3.1 memberikan ilustrasi fenomena penelitian yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Fenomena Penelitian

No	Fokus	Fenomena	Sub Fenomena	Operasional
1	Efektivitas Strategi Pemasaran Ekspor Vaksin DTP untuk meningkatkan pemasaran secara optimal.	Terdapat kendala dalam pencapaian target penjualan ekspor vaksin DTP secara optimal di PT Bio Farma.	- Efektivitas strategi pemasaran ekspor. - Tantangan distribusi dan pemasaran. - Upaya perbaikan strategi.	- Mengukur peningkatan volume penjualan ekspor. - Analisis capaian target vs realisasi. - Identifikasi kendala distribusi dan promosi.

No	Fokus	Fenomena	Sub Fenomena	Operasional
2	Analisis faktor SWOT untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada	Belum maksimalnya identifikasi dan klasifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran ekspor.	- Kekuatan - Kelemahan - Peluang - Ancaman	- Penyusunan matriks SWOT. - Identifikasi faktor internal dan eksternal. - Penentuan prioritas masalah dan peluang.
3	Analisis alternatif strategi pemasaran ekspor yang bisa diterapkan pada PT.Bio Farma nantinya.	Perlu adanya strategi baru atau alternatif untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi pasar ekspor PT Bio Farma.	- Pengembangan kemitraan baru - Diversifikasi produk ekspor - Inovasi promosi dan digital marketing.	- Perumusan alternatif strategi berbasis hasil SWOT. - Evaluasi kelayakan strategi baru. - Rekomendasi implementasi strategi.

Sumber: Olahan Data Peneliti 2025

3.4 Sumber Data Penelitian

Dalam pengumpulan sumber data penelitian melakukan pendekatan menggunakan lebih dari satu atau dapat dikatakan dua sumber data penelitian yaitu adalah sumber data primer dan data sekunder. Pada penelitian kualitatif, data didefinisikan sebagai informasi baik lisan ataupun tulisan yang mampu menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sulung & Muspawi, 2024).

3.4.1 Sumber Data Primer

Informasi yang dihasilkan langsung dari sumber aslinya disebut data primer, karena merupakan data terkini dan berasal dari item penelitian secara langsung, data ini terkadang disebut sebagai data baru atau data asli. Dalam hal ini, penulis akan mengumpulkan data primer langsung dari *item* penelitian. Mewawancarai orang adalah strategi untuk mengumpulkan data primer (Sulung & Muspawi, 2024) Ahli Madya Komunikasi dan Promosi Internasional, Staff Relasi Penjualan Ekspor

Bilateral, Kepala Seksi Penanganan Pesanan Ekspor Institusi, serta Staff Tender dan Kontrak Spesialis pada PT.Bio Farma (Persero) merupakan pihak yang dijadikan sebagai sumber data primer.

3.4.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan dari sumber lain yang sudah ada. Informasi ini membantu memperkuat atau memvalidasi data primer. Analisis penelitian diharapkan akan berjalan lebih lancar jika data sekunder mendukung data asli, dan temuan penelitian akan memiliki tingkat validitas yang tinggi karena ada data sekunder dapat memverifikasi data primer. Buku “Ekspor Impor” karya Dewi Mahrani Rangkuty, S.E., M.Si., dkk (2023). Buku “Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis” karya Freddy Rangkuty (1997). Laporan mengikuti tender dari PT.Bio Farma (Persero), dan beberapa jurnal serta pustaka ilmiah menjadi salah satu sumber data sekunder dalam penelitian ini.

3.5 Penentuan Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan penelitian merupakan orang yang mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Untuk menentukan informan penelitian, penulis melakukan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan itu dapat diartikan sebagai “Orang tersebut dianggap paling tahu” atau “Mungkin dia penguasa yang memudahkan penulis menjelajahi objek atau situasi sosial. Kemudian ditulis dalam bentuk tabel, sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Informan Penelitian

No	Nama	Kode Informan	Jabatan
1.	Ita Yuanita	A-1	Ahli Madya Komunikasi dan Promosi Internasional
2.	Yuristio Herlambang Pratama	A-2	Staff Relasi Penjualan Ekspor Bilateral
3.	Arif Rahmawan	A-3	Kepala Seksi Penanganan Pesanan Ekspor Institusi
4.	Sahla Syalsabilla	A-4	Staff Tender dan Kontrak Spesialis

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

3.6 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berperan sebagai instrumen utama yang bertugas mengumpulkan data melalui survei wawancara, observasi, dan pengambilan data. Kehadiran peneliti sangat penting karena ia harus berinteraksi dengan informan dan pihak terkait. Selain peneliti, instrumen lain yang digunakan termasuk pedoman wawancara dan alat rekam untuk dokumentasi dan interpretasi data. Penulis memerlukan pedoman wawancara dan alat rekam seperti ponsel atau kamera untuk mengumpulkan data, yang penting untuk menentukan hasil dan keaslian penelitian. Panduan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Panduan Wawancara

Bagaimanakah efektivitas strategi pemasaran ekspor PT. Bio Farma dalam memasarkan vaksin DTP melalui divisi komersial internasional?
1. Menurut anda, seberapa efektif strategi pemasaran ekspor yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan vaksin DTP?
2. Apakah ada indikator atau ukuran tertentu yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan strategi tersebut?
3. Apakah strategi yang digunakan sudah mampu menjawab kebutuhan mitra internasional (seperti PAHO, UNICEF, dll)?
4. Apakah strategi tersebut mampu beradaptasi dengan perubahan regulasi, tender, atau permintaan pasar global?

Tabel 3.4 Panduan Wawancara

Apa saja faktor SWOT yang mempengaruhi strategi pemasaran ekspor vaksin DTP PT Bio Farma?
1. Apa saja kekuatan utama dalam strategi ekspor institusi vaksin jerap di PT.Bio Farma yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas?
2. Apa saja kelemahan utama dalam strategi ekspor institusi vaksin jerap di PT.Bio Farma yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas?
3. Apa saja peluang utama dalam strategi ekspor institusi vaksin jerap di PT.Bio Farma yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas?
4. Apa saja ancaman utama dalam strategi ekspor institusi vaksin jerap di PT.Bio Farma yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas?

Tabel 3.5 Panduan Wawancara

Alternatif strategi apa yang dapat diambil PT Bio Farma untuk mengatasi tantangan dalam pemasaran vaksin DTP?
1. Menurut Anda, apakah strategi pemasaran ekspor saat ini sudah efektif?
2. Apakah perusahaan memiliki rencana lain untuk menjangkau pasar di luar tender institusi seperti WHO atau UNICEF?
3. Menurut Anda, inovasi apa yang bisa diterapkan dalam proses pemasaran agar lebih efektif menghadapi persaingan global

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data mencakup wawancara/*internship*/observasi (pengamatan), dan dokumentasi.

1. Wawancara (*Interview*)

Untuk mengumpulkan informasi, pihak-pihak yang terlibat melakukan sesi tanya jawab selama wawancara. Dalam penelitian kualitatif, wawancara digunakan untuk penyelidikan awal guna mengidentifikasi masalah dan ketika jumlah responden tidak mencukupi untuk mendalami data lebih lanjut.

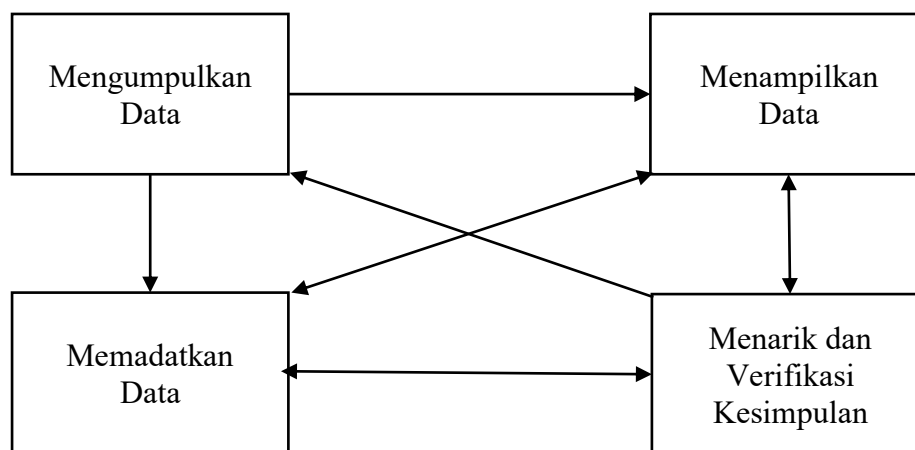
2. Dokumentasi

Peristiwa sejarah yang didokumentasikan digunakan untuk mendukung penelitian, strategi ini diterapkan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari publikasi yang jarang diterbitkan.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data atau diartikan sebagai pengolahan dan penafsiran data, melibatkan penyusunan sistematis dalam menyusun dan memeriksa hasil data yang berasal dari berbagai sumber seperti observasi dan wawancara untuk meningkatkan pemahaman. Langkah berikutnya adalah mencari makna dan data tersebut (Ahmad & Muslimah, 2021).

Menurut Miles dan Huberman (1994) dalam (Sarosa, 2021) pengumpulan data dilakukan dengan tiga kegiatan utama yaitu, penyajian data, dan verifikasi data. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. 1 Diagram Teksin Analisis Data

Sumber: (Sarosa, 2021).

Pendekatan analisis data yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (1992) ditunjukkan pada gambar di atas. Menurut Teknik analisis data Miles dan Huberman, ada tiga langkah penting yang harus diselesaikan setelah pengumpulan data selesai untuk menghasilkan diskusi menyeluruh yang mengatasi kesulitan penelitian

(Sarosa, 2021). Reduksi data, penyajian data, dan Kesimpulan/verifikasi adalah tiga langkah tersebut. Penelitian ini menggunakan prosedur pencatatan, wawancara, dan observasi sebagai alat pengumpulan data. Pertanyaan wawancara yang dilakukan penulis, dapat dilihat sebagai berikut:

Ketiga hasil pengumpulan data tersebut kemudian diproses dengan teori analisis data Miles dan Huberman, sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Penulis mengumpulkan data menggunakan wawancara mengenai strategi ekspor vaksin jerap, pengarsipan data, dan dokumentasi berkas vaksin jerap di PT Bio Farma (Persero).

b. Pemadatan Data

Dalam pengumpulan data, penulis mendapatkan data yang bervariasi. Data-data tersebut dipilih-pilih kemudian fokus pada hal-hal yang penting sesuai tema yang di bahas yaitu “Optimalisasi Strategi Ekspor Institusi Vaksin Jerap di PT.Bio Farma (Persero) Melalui Penerapan Metode Kualitatif SWOT”.

c. Penampilan Hasil dan Pembahasan Olah Data

Melakukan penyajian data yang telah ditampilkan dengan mengkategorikan optimalisasi strategi ekspor institusi vaksin jerap di PT.Bio Farma menggunakan metode SWOT. Penyajian data ini diperuntukkan untuk mendapatkan efektivitas, faktor, dan alternatif strategi ekspor institusi vaksin jerap di PT.Bio Farma.

d. Verifikasi dan Penyimpulan Data

Kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian diawal yang nantinya dapat menjawab pertanyaan yang muncul dari penelitian yang dilakukan penulis.

Dengan mengidentifikasi elemen eksternal (Peluang dan Ancaman) dan faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan), penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk menetapkan strategi perusahaan. Analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT akan digunakan untuk mengkaji temuan penelitian. Permasalahan dapat dijelaskan secara deskriptif dengan menggunakan deskriptif kualitatif, yang dapat berbentuk data numerik maupun non numerik.

3.9 Triangulasi Data

Triangulasi data adalah langkah yang digunakan untuk memvalidasi temuan penelitian dengan menggabungkan beberapa metode pengumpulan data atau sumber informasi yang berbeda. Triangulasi dapat dilakukan dalam tiga bentuk utama, yaitu triangulasi data (menggunakan beberapa sumber atau jenis data), triangulasi metodologi (menggunakan berbagai pendekatan metodologi), dan triangulasi teori (menggunakan beberapa teori atau kerangka teoritis). Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap interpretasi temuan penelitian, dengan memeriksa konsistensi dan validitas dari berbagai sudut pandang atau pendekatan yang digunakan (Jasmi, 2012)

Dalam penelitian ini, terdapat tiga jenis triangulasi data: triangulasi teori, triangulasi metode, triangulasi sumber. Penulis penelitian ini membandingkan informasi yang dikumpulkan dengan informasi dari sumber lain dalam proses yang dikenal sebagai triangulasi sumber yang berfungsi sebagai jenis validasi data. Triangulasi adalah suatu teknik penilaian keterangan dalam data dengan

membandingkan atau memeriksa kebenaran data dengan menggunakan sumber yang independent. Berikut penjelasan terkait tiga jenis triangulasi:

1. Triangulasi Sumber

Teori ini membandingkan serta memeriksa kepercayaan informasi di dalam penelitian kualitatif melalui berbagai waktu dan alat. Dengan membandingkan data tender vaksin jerap, realisasi penjualan vaksin jerap 2018 – 2023, wawancara secara langsung, pernyataan publik dan pribadi, diskusi yang menghasilkan pendapat, serta perspektif individu dengan opini dari kelompok berbeda seperti masyarakat umum, orang berpendidikan, orang kaya, dan pejabat. Selain itu, perbandingan juga dilakukan antara hasil wawancara dan dokumen relevan (Alfansyur & Mariyani, 2020).

2. Triangulasi Metode

Triangulasi ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik yang berbeda adalah akurat. Dalam penelitian ini digunakan dokumentasi data , wawancara, dan observasi. Memverifikasi keakuratan hasil dari metode SWOT, wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan kajian penelitian terdahulu (Liang & Irawan, 2023).

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori merupakan Teknik penelitian kualitatif yang menggunakan beberapa kerangka teori berbeda untuk menginterpretasikan dan menganalisis data penelitian. Tujuan dari triangulasi ini adalah untuk memperkaya pemahaman peneliti tentang fenomena yang diteliti dengan mempertimbangkan berbagai perspektif teoritis (Wahidmurni, 2017).

Kombinasi ketiga konsep ini merupakan perpanjangan keikutsertaan, ketentuan pengamatan yang ketat dan triangulasi memberikan pendekatan yang menyeluruh dan mendalam dalam menghadapi fenomena yang diteliti dalam penelitian. Penerapan prinsip-prinsip ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dan mendalam tentang kondisi aktual yang terjadi di lapangan. Triangulasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini dengan *member checking*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 4. 1 Logo Perusahaan PT Bio Farma (Persero)

Sumber: Data Perusahaan 2024

PT. Bio Farma (Persero) didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan kemandirian industri farmasi nasional. Bio Farma telah berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup bangsa, baik di Indonesia maupun mancanegara. Saat ini berkembang menjadi Perusahaan Life Science kelas dunia yang berdaya saing global dengan lebih dari 100 portofolio produk sejak awal pendiriannya.

Fokus utama perusahaan adalah memproduksi vaksin dan antisera berkualitas tinggi, didukung oleh kegiatan penelitian, pengembangan, pemasaran, distribusi, serta layanan pemeriksaan laboratorium kesehatan dan imunisasi. Mereka memiliki fasilitas operasional di Jalan Pasteur No. 28 Bandung dan di Cisarua, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, serta kantor perwakilan di Jakarta untuk mendukung operasionalnya. Dengan 10 pabrik manufaktur, 48 titik distribusi, lebih dari 1247 apotik, 400 klinik, dan 300 laboratorium *Hub* dan *Spoke* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip ini memungkinkan PT. Bio Farma untuk terus berinovasi dan meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan mengutamakan transparansi dan akuntabilitas guna menciptakan masa depan yang berkelanjutan, membangun kepercayaan yang kokoh dengan pelanggan dan mitra perusahaan, serta berinovasi dan mengutamakan meningkatkan kualitas hidup. Disiplin dan kejujuran merupakan nilai-nilai yang perusahaan pegang teguh dalam menjalankan operasional sehari-hari, sementara kreativitas mendorong kami untuk menemukan solusi inovatif yang dapat memberikan manfaat lebih bagi perusahaan. Dengan demikian, PT. Bio Farma (Persero) bertekad untuk mewujudkan komitmen untuk menyatukan ekosistem kesehatan menjadi salah satu wadah di masa mendatang. Sejumlah langkah atau strategi pun mereka siapkan untuk mewujudkan ekosistem kesehatan di masa depan.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi

Menjadi Perusahaan *Life Science* Kelas Dunia yang berdaya saing Global.

4.1.2.2 Misi

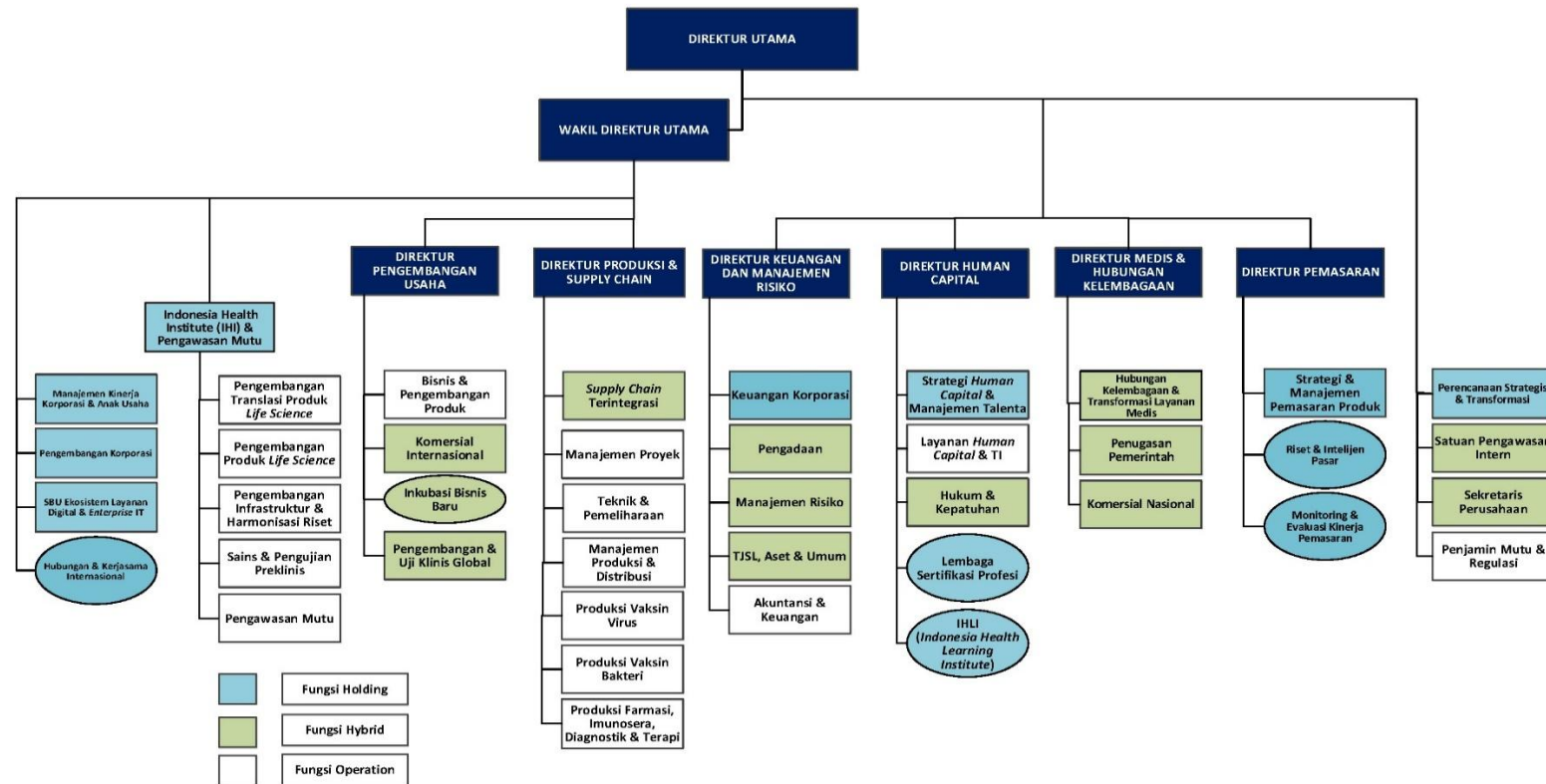
Menyediakan dan mengembangkan produk *life science* berstandar internasional untuk meningkatkan kualitas hidup. Filosofi dari visi dan misi yaitu mengabdikan untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik.

4.1.3 Budaya Perusahaan

Untuk melihat sejauh mana penghayatan setiap karyawan terhadap nilai-nilai dan budaya kerja, Bio Farma melakukan pengukuran budaya perusahaan yang dinamakan *Culture Value Assessment* (CVA) bekerjasama dengan ACT Consulting, salah satu anak perusahaan ESQ Leadership Center. Program ini akan dilanjutkan

dengan forum diskusi terbatas (*Focus Group Discussion/FGD*) untuk menggali lebih jauh budaya atau perilaku yang tergambar dalam pengukuran. Selama ini program peningkatan produktivitas perusahaan seringkali melalui perbaikan system, struktur, dan program. Namun produktivitas sesungguhnya ditentukan oleh eksekusi, sedangkan eksekusi bergantung pada manusianya (SDM) dalam menjalankan nilai-nilai dan budaya perusahaan. Dengan melakukan pengukuran budaya kerja, Bio Farma akan mengetahui permasalahan yang dihadapi. Sekarang bukan hanya fisik yang dapat diperiksa kesehatan namun juga budaya perusahaan. Sehingga dengan tahu penyakit perusahaan, maka akan diketahui *mapping-corporate culture* dan perbaikannya.

4.1.4 Struktur Organisasi PT. Bio Farma (Persero)



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT Bio Farma (Persero)

Sumber: PT. Bio Farma Persero

4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam struktur organisasi PT Bio Farma, jabatan tertinggi dipegang oleh Direktur Utama di bawah jabatan Vice President (VP) Transformasional Manajemen Perusahaan, Sekretaris Perusahaan, dan Satuan Pengawasan internal. Pada divisi Penjaminan Mutu dan Regulasi (PMR) yang berperan dalam menjaga manajemen mutu produk biofarma, melakukan auditing, manajemen lingkungan, audit sistem manajemen kesehatan, keselamatan kerja atau K3, audit praktik produksi yang baik (GMP), dan melakukan audit vendor dan pengaduan pelanggan. Kepala divisi PMR bertanggung jawab terhadap beberapa hal, antara lain :

1. Implementasi terintegrasi ISO 9001
2. Implementasi terintegrasi ISO 14001
3. Implementasi terintegrasi OHSAS 18001

Pada kepala departemen di PMR akan bertanggung jawab terhadap membuat jadwal, program dan cakupan audit, dan juga evaluasi dalam penyimpanan data laporan dan liputan internal audit sebagai bentuk implementasi audit Kepala Divisi PMR atau MR Internal yang sudah dijadwalkan oleh analisa risiko.

Pada sekretaris perusahaan berperan dalam memfasilitasi untuk berkomunikasi antara perusahaan dengan kepentingan secara internal dan eksternal. Peran sekretaris bertanggung jawab terhadap prinsip-prinsip GCG dalam penghubung dalam memenuhi informasi dari Direksi dan Dewan Komisaris/Dewan Pengawas dalam mengelola dokumen-dokumen perusahaan, jajaran direksi, dewan komisaris, dan risalah rapat direksi maupun rapat gabungan komisaris.

Pada audit internal berperan dalam memberikan jaminan yang bersifat independen dalam memberikan konsultasi secara objektif guna dalam memperbaiki operasional perusahaan melalui evaluasi dan meningkatkan sistem kontrol secara internal. Dalam PT. Bio Farma sendiri sudah membentuk tim Internal Audit yang dipimpin oleh Kepala Audit Internal dengan persetujuan Dewan Komisaris. Internal Audit yang dibentuk dengan memberikan nilai dalam kinerja perusahaan yang berpegang dalam prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG).



Gambar 4. 3 Struktur Internal Audit

Sumber: : <https://www.biofarma.co.id/id/management-team>

Pada Divisi Komersial Internasional dibawahhi oleh Direktur Pengembangan Usaha tergabung dengan divisi yang lain, antara lain Divisi Bisnis dan Pengembangan Produk, Divisi Inkubasi Bisnis Baru, serta Divisi Pengembangan dan Uji Klinis Global.

Peran Divisi Komersial Internasional bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pengembangan kegiatan komersial yang berkaitan dengan pasar internasional. Divisi ini memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan produk Bio Farma ke pasar global dan memastikan bahwa produk-produk vaksin yang diproduksi dapat diakses oleh negara-negara di seluruh dunia. Pada divisi Komersial Internasional juga memiliki wewenang dalam melakukan ataupun

menolak terjadinya kesepakatan ekspor dan pembuatan kontrak. Dalam menjamin kesepakatan dapat terjadi dengan lancar, beberapa produk vaksin PT. Bio Farma sudah teruji klinis dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta sudah memiliki sertifikasi Pre-Qualification WHO. Selain itu, PT. Bio Farma juga sudah menerapkan beberapa metode uji yang sudah divalidasi dan metode kerja yang telah divalidasi oleh pihak Quality Assurance sehingga alat-alat yang digunakan sudah terkalifikasi dan terkalibrasi. Pada Divisi Komersial Internasional di PT. Bio Farma terbagi menjadi dua departemen, antara lain:

1. Ekspor Institusi

Ekspor institusi adalah kegiatan perdagangan internasional antara PT. Bio Farma dengan Lembaga Institusi luar negeri, yaitu United Nations Children's Fund (UNICEF) dan Pan American Health Organization (PAHO). Barang yang akan diekspor merupakan vaksin yang diperlukan oleh UNICEF dan PAHO seperti Bopv 10 dosis, Bopv 20 dosis, NopV2 50 dosis, Measles 10 dosis, Vaksin Jerap DT 10 dosis, Vaksin DTP 10 dosis, dan Vaksin Td 10 dosis. Untuk alur perdagangannya melalui Perusahaan institusi mengirim email ke PT. Bio Farma mengenai pembukaan tender untuk produk yang mereka butuhkan. Selanjutnya, apabila produk yang mereka butuhkan tersedia, departemen ini akan menyiapkan dokumen yang terdiri dari sertifikat pre-qualification WHO, harga yang affordable, dan sustainable supply untuk mengikuti tender. Setelah itu, nantinya akan dikabarkan oleh Perusahaan institusi apakah produk kamu diterima atau tidak. Apabila diterima, maka akan dibuat kontrak dengan Long Term Agreement (LTA) dan dilakukan pengiriman sesuai dengan kontrak. Pada pengiriman dibutuhkan Packing List dan Invoice untuk nantinya diurus oleh

Freight Forwarder. Ketika pengiriman sudah berjalan, akan keluar Air Way Bill (AWB) yang dikirimkan bersama dengan invoice dan packing list kepada perusahaan institusi untuk penagihan.

2. Ekspor Bilateral

Ekspor bilateral adalah kegiatan perdagangan internasional antara PT. Bio Farma dengan lembaga swasta luar negeri. Vaksin yang diekspor dari PT. Bio Farma (Persero) adalah vaksin Bopv 10 dosis, Bopv 20 dosis, Vaksin TT 10 dosis, Vaksin Td 10 dosis, Bio TT 1 dosis, Bio Td 1 dosis, Pentabio (DTPHB-Hib), vaksin DTP 10 dosis, vaksin DT 10 dosis, serta vaksin Td 10 dosis. Untuk pelanggannya didapat yang berawal dari hibah dan menjadi negara tujuan ekspor secara kontinyu. Proses dari ekspor bilateral diawali dari ketersediaan barang yang ada dari permintaan pelanggan atau perusahaan swasta. Lalu, melihat juga regulasi apa saja yang dibutuhkan dari perusahaan swasta tersebut, dan diakhiri dengan agreement antara PT. Bio Farma dengan perusahaan swasta apabila dari regulasi dan ketersediaan sudah sesuai.

4.1.6 Kegiatan Pelayanan PT. Bio Farma (Persero)

1. Bio Farma Healthcare

Layanan terintegrasi antara pelayanan kesehatan utama promotif, preventif melalui pelayanan vaksinasi baik untuk dewasa dan anak, deteksi dini penyakit melalui pelayanan pemeriksaan kesehatan, serta dilengkapi juga oleh pelayanan kesehatan kuratif.

2. Klinik dan Unit Imunisasi Bio Farma

Hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang prima, terjangkau dan komprehensif. Klinik dan Unit Imunisasi Bio Farma

merupakan pelayanan terpadu antara pelayanan promotif kesehatan primer, preventif melalui pelayanan vaksinasi serta pelayanan kesehatan kuratif (pengobatan).

3. Pelayanan Laboratorium Mikrobiologi Industri

Laboratorium mikrobiologi beroperasi sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO), didukung oleh tenaga ahli yang telah teruji melalui program *Proficiency Testing*. Selama lebih dari 20 tahun, laboratorium ini telah berkontribusi dalam mendukung sistem manajemen mutu serta keamanan pangan melalui pengujian mikrobiologi untuk berbagai sektor, termasuk industri makanan, farmasi, kosmetik, hotel, dan katering. Selain itu, perusahaan juga menyediakan layanan inspeksi terhadap bahan baku hingga produk akhir, serta peralatan yang digunakan dalam pengolahan makanan. Fasilitas laboratorium yang modern dan andal didukung oleh tenaga profesional berpengalaman yang secara rutin mengikuti program uji profisiensi tingkat internasional.

4. Layanan laboratorium klinik

Laboratorium Klinik Bio Farma menyediakan layanan pemeriksaan laboratorium klinik yang terpercaya, menyeluruh, dan presisi, didukung oleh dokter spesialis dan tenaga medis berkompeten, serta dilengkapi dengan peralatan laboratorium dan radiologi berteknologi tinggi.

5. Layanan Vaksinasi

Perusahaan menyediakan layanan vaksinasi yang komprehensif dan berkualitas bagi seluruh kelompok usia, dengan harga yang terjangkau serta jaminan keaslian produk, guna mendukung akses kesehatan yang merata bagi

masyarakat. Vaksinasi merupakan salah satu upaya paling efektif dalam mengeliminasi dan memberantas penyakit infeksi, serta berkontribusi signifikan dalam penyelamatan jiwa di tingkat global. Selain itu, vaksinasi juga dipandang sebagai bentuk investasi kesehatan yang efisien secara biaya (*cost-effective*), yang dalam jangka panjang mampu menurunkan pengeluaran untuk pemeliharaan kesehatan.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1. Efektivitas strategi pemasaran ekspor untuk meningkatkan pemasaran vaksin DTP secara optimal

Semua ini dilakukan berdasarkan proses yang ditetapkan oleh perusahaan, seperti yang ditegaskan oleh A-4 Staff Tender dan Kontrak Spesialis PT.Bio Farma (Persero).

“Untuk proses ekspor institusi sendiri, kami berawal dari menerima email pembukaan tender dari pihak institusi seperti UNICEF dan PAHO. Setelahnya, kami mengikuti mengajukan tender produk vaksin jerap kepada pihak institusi, apabila harga dan produk tersebut dapat diterima pihak institusi, PT.Bio Farma akan mendapatkan Letter of Acceptance dan akan melanjutkan ke tahap kontrak. Namun, apabila tidak diterima oleh pihak institusi, maka kami akan mendapatkan regret letter dari pihak institusi. Setelah tahap kontrak berjalan lancar, maka kami akan membuat pengiriman serta penagihan kepada pihak institusi tersebut.”

(Hasil Wawancara 12 Februari 2025)

Apabila perusahaan mendapat *Regret Letter* dari pihak institusi untuk produk yang ditawarkan ini dikarenakan harga yang tidak dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan sudah menggunakan *Enterprise Resource Planning* (ERP) agar antar sesama divisi dapat menangkap permintaan dengan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memadukan penggunaan teknologi komunikasi elektronik tradisional dengan sistem manajemen berbasis *software* untuk mendukung operasional mereka. Namun, sering kali kendala pada koneksi jaringan

yang lambat, sehingga informasi atau dokumen dikirimkan secara *offline* antar sesama divisi. Adapun alur proses yang dilakukan antar divisi di PT.Bio Farma dalam strategi ekspor institusi.

1. Melihat apakah kualitas produk sudah memenuhi standar WHO.
2. Melihat harga yang ditawarkan perusahaan-perusahaan lain pada laman tender institusi untuk menentukan harga jual.
3. Melakukan perhitungan bersama dengan divisi lain untuk menentukan ketersediaan barang dan Harga Pokok Produksi (HPP) sampai harga jual.
4. Melakukan *sustainability supply* yang baik dengan melihat kualitas produk, kepedulian terhadap lingkungan, kepedulian kepada komunitas sekitar perusahaan, *time to market*, inovasi baik dalam bentuk produk, proses maupun strategi bisnis.
5. Setelah menentukan HPP dan melakukan *sustainability supply*, divisi ekspor institusi membuat proposal pengajuan (pengajuan tender) ke pihak institusi yang dituju.
6. Apabila tender tersebut diterima oleh pihak institusi, maka akan dilakukan kontrak *Long Term Arrangement* yang sifatnya *non-binding* atau fleksibel.

Di dalam proses strategi ekspor *workflow* perusahaan menunjukkan strategi yang terstruktur dan melibatkan beberapa tahap penentuan dan penetapan harga untuk memastikan produk dan harga berjalan dengan baik. Penggunaan ERP untuk komunikasi permintaan dan sistem manajemen untuk pengecekan serta otorisasi menekankan pentingnya koordinasi antar departemen dalam memastikan efisiensi dan akurasi dalam penentuan harga dan *sustainability supply*. Mendapatkan pengakuan Pra-Kualifikasi (PQ) WHO pada *Quality Management System* dan

prosedur sistem yang terintegrasi juga menunjukkan kualitas produk perusahaan yang dapat bersaing secara global.

Strategi pemasaran yang dilakukan antar pihak PT Bio Farma dengan pihak institusi, seperti yang ditegaskan oleh A-1 Ahli Madya Komunikasi dan Promosi Internasional.

“Kami memiliki kualitas produk yang sudah pre qualification WHO. Hal ini membuat pihak institusi yang ingin menjalin kerjasama dengan kami menjadi mudah. Selain itu, harga yang kami tawarkan ketika pihak institusi buka tender dapat dibilang bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Selain kami memiliki standar dan harga yang baik, kami juga memiliki sustainability supply yang baik.”
(Hasil Wawancara 13 Februari 2025)

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran PT Bio Farma dengan pihak institusi sebagai berikut:

1. Produk yang sudah *pre-qualification* WHO dikarenakan hal tersebut membuat pihak institusi mudah mencari perusahaan yang unggul dan sudah terjamin memiliki kualitas produk baik.
2. Memiliki harga jual produk yang bagus untuk bersaing pada tender. Hal ini menjadi nilai tambah PT Bio Farma, sehingga membuat pihak institusi tertarik untuk membeli produk vaksin di PT Bio Farma.
3. *Sustainability supply* atau biasa disebut pasokan berkelanjutan yang ditawarkan PT Bio Farma mencakup aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Hal ini menimbulkan kepercayaan dari pihak institusi untuk bisa bekerja sama.

4.2.2. Analisis faktor SWOT untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan permasalahan yang ada.

Teknik analisis SWOT dalam penelitian kualitatif bertujuan utama untuk mengeksplorasi secara mendalam mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu organisasi atau proyek. Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, metode ini mengandalkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan diskusi. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali wawasan yang tidak bisa dijangkau oleh metode lain serta memahami konteks dan dinamika di balik setiap elemen. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas organisasi, sekaligus memberikan dasar bagi pengambilan keputusan strategis yang lebih akurat. Metode ini sangat bermanfaat bagi produk akhir karena menyajikan pandangan yang komprehensif dan mendalam, serta mendukung pembuatan rekomendasi yang lebih tepat sasaran dan relevan.

Tabel 4.1. 1 Analisis Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
	1. Vaksin DTP telah memperoleh pre-qualified dari WHO 2. Bio Farma memiliki sistem ERP yang mendukung pengelolaan data produksi dan distribusi. 3. Jalur distribusi komersial internasional telah menjangkau lebih dari 150 negara.	1. Kapasitas produksi belum sepenuhnya fleksibel terhadap lonjakan permintaan. 2. Jadwal pemeliharaan mesin produksi dapat mengganggu kelancaran suplai 3. Sistem manajemen rantai pasok belum sepenuhnya <i>real-time</i>.
<i>OPPORTUNITY</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Permintaan vaksin DTP di pasar global bersifat musiman dan fluktuatif, membuka peluang perencanaan dinamis. 2. Kemajuan teknologi manufaktur memungkinkan peningkatan fleksibilitas produksi. 3. Adanya dukungan dari pemerintah dan donor global terhadap program vaksinasi massal.	1. Mengoptimalkan sistem ERP untuk perencanaan produksi yang dinamis. 2. Mengintegrasikan sistem produksi dengan distribusi global	1. Meningkatkan fleksibilitas produksi dengan menambahkan lini produksi. 2. Mengembangkan rantai pasok yang adaptif melalui kerja sama dengan pemasok alternatif

<i>THREAT</i>	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Ketidakpastian tender dan pesanan dalam jumlah besar mendadak dari lembaga internasional. 2. Persaingan global dari produsen lain dengan kapasitas produksi yang lebih lincah.	1. Meningkatkan sistem manajemen resiko logistik dengan memanfaatkan ERP 2. Menyusun simulasi permintaan dan proyeksi pasokan	1. Melakukan modernisasi mesin produksi agar lebih fleksibel 2. Meningkatkan sistem pemantauan permintaan global dengan menggabungkan data pasar internasional

Sumber : Olahan Data Penelitian, 2025.

A. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

1. Mengoptimalkan sistem ERP untuk perencanaan produksi yang dinamis.

Strategi: Optimalisasi perencanaan dinamis.

Tindakan: Menyesuaikan sistem ERP agar dapat merespons lonjakan permintaan dengan cepat berdasarkan data pasar *real-time*.

2. Mengintegrasikan sistem produksi dengan distribusi global

Strategi: Integrasi sistem produksi dengan distribusi global.

Tindakan: Menghubungkan data dari mitra distribusi dan permintaan institusi ke sistem produksi secara otomatis guna memperkuat keandalan pengiriman ekspor.

B. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

1. Meningkatkan fleksibilitas produksi dengan menambahkan lini produksi.

Strategi: Peningkatan fleksibilitas produksi.

Tindakan: Menambah lini produksi cadangan pada periode puncak permintaan ekspor

2. Mengembangkan rantai pasok yang adaptif melalui kerja sama dengan pemasok alternatif

Strategi: Penguatan rantai pasok adaptif.

Tindakan: Menjalinkan kerja sama dengan pemasok alternatif dan memperkuat *buffer stock* bahan baku guna mendukung keberlanjutan ekspor.

C. Strategi ST (*Strength-Threats*)

1. Meningkatkan sistem manajemen resiko logistik dengan memanfaatkan ERP.

Strategi: Antisipasi gangguan suplai global.

Tindakan: Memanfaatkan sistem ERP dan jejaring distribusi untuk memprioritaskan pengiriman produk ekspor ke wilayah dengan risiko logistik rendah.

2. Menyusun simulasi permintaan dan proyeksi pasokan

Strategi: response cepat terhadap lonjakan tender.

Tindakan: Membangun model simulasi permintaan berdasarkan histori tender dari pihak konsumen guna mempercepat keputusan produksi dan distribusi.

D. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

1. Melakukan modernisasi mesin produksi agar lebih fleksibel

Strategi: Modernisasi mesin produksi.

Tindakan: Menggantikan mesin usang dengan mesin yang mampu bekerja dengan kapasitas variabel dan memiliki waktu setup lebih singkat agar lebih responsif terhadap fluktuasi permintaan.

2. Meningkatkan sistem pemantauan permintaan global dengan menggabungkan data pasar internasional

Strategi: Perbaiki sistem monitoring permintaan global.

Tindakan: Mengintegrasikan sistem pemantauan permintaan vaksin global untuk mendeteksi lonjakan lebih awal dan menyusun strategi produksi proaktif untuk menjaga kontinuitas ekspor.

E. Skala Likert

Skala penilaian yang disebut skala Likert biasanya digunakan untuk mengukur seberapa kuat intensitas suatu faktor terhadap suatu proposisi atau seberapa setuju seseorang terhadap proposisi tersebut. Skala ini biasanya memiliki 5 atau 7 tingkat, misalnya:

- a. 1 = sangat buruk
- b. 2 = buruk
- c. 3 = cukup
- d. 4 = baik
- e. 5 = sangat baik

1. Perhitungan Skala Kuadran Faktor Internal

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating 1-5	Skor
Kekuatan (S)			
Kualitas Produk	0.30	5	1.50
Menggunakan ERP	0.15	3	0.45
Jalur Distribusi	0.25	4	1.00
Total Kekuatan (S)			2.95
Kelemahan (W)			
Kapasitas produksi	0.15	2	0.30
Sistem manajemen rantai pasokan.	0.15	2	0.30
Total Kelemahan (W)			0.60
Total Keseluruhan	1.00		3.55

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2025

2. Perhitungan Skala Kuadran Faktor Eksternal

Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Kuadran EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating 1-5	Skor
Peluang (O)			
Meningkatkan kemampuan perusahaan	0.25	4	1.00
Kemajuan teknik	0.20	3	0.60
Adanya dukung dari pemerintah	0.25	4	1.00
Total Peluang (O)			2.60
Ancaman (T)			
Ketidakpastian tender dan pemesannya	0.15	2	0.30
Persaingan global dari produsen lain.	0.15	3	0.45
Total Ancaman (T)			0.75
Total Keseluruhan	1.00		3.35

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2025

Interpretasi Hasil:

IFAS (Internal Analysis Summary)

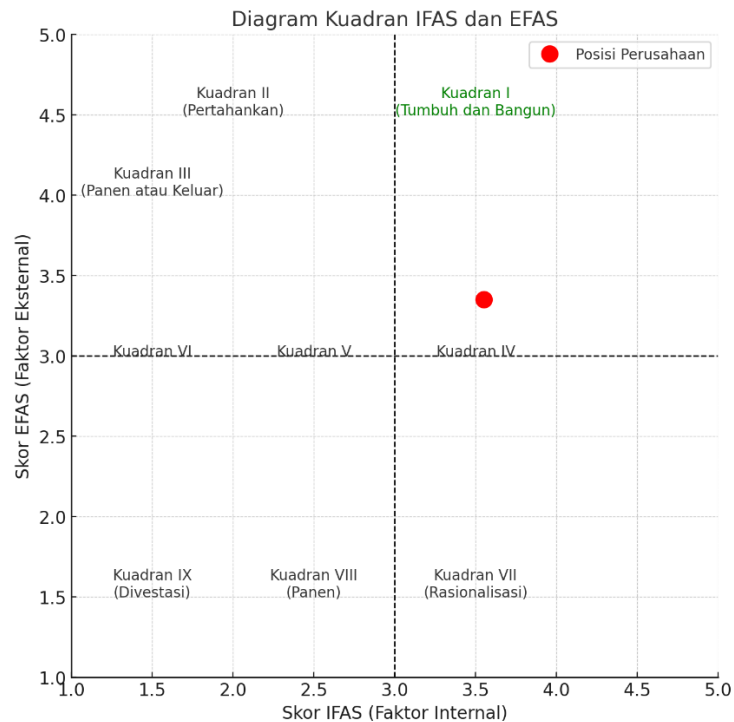
Total skor IFAS adalah 3.55, hal ini menunjukkan bahwa PT Bio Farma (Persero) memiliki kekuatan internal yang cukup baik untuk mendukung kelancaran strategi ekspor antar institusi. Faktor-faktor seperti kualitas produk, jaringan SAP, dan harga yang baik untuk bersaing memberikan kontribusi positif yang signifikan. Namun, jaringan internet yang kurang menjangkau dan mesin yang sudah usang masih perlu diperbaiki.

EFAS (External Factor Analysis Summary)

Total skor EFAS adalah 3.35, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan cukup siap untuk menghadapi faktor eksternal, tetapi ada beberapa ancaman yang perlu dikelola dengan baik seperti jumlah produk yang makin menipis dan informasi yang telat dapat menghilangkan kepercayaan *customer*.

Menggunakan skala Likert untuk pembobotan dan penilaian membuat analisis IFAS dan EFAS lebih sistematis dan mudah diinterpretasikan, sehingga strategi dapat dikembangkan lebih efisien berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang teridentifikasi.

F. Penentuan Kuadran Strategi



Gambar 4. 4 Kuadran Hasil Perhitungan IFAS dan EFAS

Sumber: Data diolah Penulis, 2025.

Untuk menentukan kuadran strategi yang cocok, kita menggunakan total skor dari IFAS dan EFAS untuk nantinya dilakukan pemetaan posisi PT.Bio Farma (Persero) pada matriks SWOT.

1. Total Skor IFAS (Internal): 3.55
2. Total Skor EFAS (Eksternal): 3.35

Dengan skor IFAS yang lebih tinggi dibanding EFAS, ini menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan internal yang baik untuk memanfaatkan peluang eksternal. Maka posisi perusahaan kemungkinan besar berada di Kuadran I *Strength-Opportunity* (SO).

Matriks SWOT biasanya terdiri dari empat kuadran:

1. Kuadran I (*Strength-Opportunity*/SO): Strategi disini mengandalkan kekuatan internal untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal.

2. Kuadran II (*Strength-Threat/ST*): Strategi disini menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal.
3. Kuadran III (*Weakness-Opportunity/WO*): Strategi disini memanfaatkan peluang eksternal agar dapat mengatasi kelemahan internal.
4. Kuadran IV (*Weakness-Threat/WT*): Strategi ini bertujuan untuk meminimalisir kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Strategi *Strength-Opportunity* (SO) untuk PT Bio Farma (Persero):

1. Menambah jumlah kapasitas produk vaksin jerap dengan menggunakan mesin baru untuk memenuhi permintaan.
2. Meningkatkan jaringan ERP agar para karyawan dapat bekerja dengan waktu yang lebih cepat serta kesalahpahaman komunikasi lebih minim.
3. Meningkatkan pangsa pasar untuk produk yang ada melalui strategi harga, kualitas produk, dan *sustainability supply*.

Berdasarkan analisis skor IFAS dan EFAS, PT Bio Farma (Persero) harus fokus pada strategi intensif untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ini mungkin termasuk peningkatan jumlah kapasitas produk, meningkatkan jaringan internet karyawan, dan peningkatan pangsa pasar produk. Jumlah kapasitas produk dengan menggunakan mesin baru untuk memenuhi permintaan.

Setelah melakukan analisis SWOT, EFAS, dan IFAS PT Bio Farma (Persero) dapat mengidentifikasi strategi untuk mengoptimalkan strategi ekspor:

1. Mengoptimalkan Kekuatan
 - a. Meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan jumlah pemenuhan produk untuk memenuhi permintaan UNICEF dengan cara membeli mesin baru

- b. Investasi dalam jaringan ERP untuk meningkatkan ketepatan informasi antar divisi
- 2. Mengatasi Kelemahan
 - a. Mengadopsi mesin baru untuk meningkatkan jumlah produk.
 - b. Meningkatkan server jaringan yang digunakan dengan mengadopsi jaringan baru.
- 3. Memanfaatkan Peluang
 - a. Berinvestasi dalam mesin baru yang dapat meningkatkan jumlah produk vaksin jerap.
 - b. Mengembangkan jaringan internet yang lebih cepat untuk meningkatkan ketepatan informasi.
- 4. Menghadapi Ancaman
 - a. Menyusun rencana mitigasi resiko untuk jumlah produk yang makin menipis
 - b. Mengoptimalkan jaringan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi informasi yang telat diterima.

Dengan menerapkan analisis SWOT, EFAS, dan IFAS, PT Bio Farma (Persero) dapat mengembangkan strategi yang lebih terinformasi dan efektif untuk mengoptimalkan pemasaran dan dalam strategi ekspor institusi`

4.2.2. Analisis alternatif strategi pemasaran ekspor yang dapat diterapkan diterapkan nantinya pada PT Bio Farma (Persero)

Adapun peran perusahaan dalam mengatasi permasalahan yang ada pada strategi ekspor vaksin Jerap ini, seperti yang ditegaskan oleh A-2 Staff Ekspor Institusi PT Bio Farma (Persero).

“Untuk kendala mesin, kami mengatasinya dengan secara rutin melakukan perawatan dan pengecekan sebulan sekali. Selain itu, untuk kendala jaringan internet kami menanganinya dengan secara langsung datang ke divisi yang akan kita tuju, bersama dengan membawa dokumen hard file agar tidak ada kesalahan dalam proses ekspor.”

(Hasil Wawancara, 13 Februari 2025)

Mesin yang di cek sebulan sekali membuat berhenti produksi vaksin selama pengecekan tersebut. Dalam kendala jaringan internet kami menanganinya dengan menaruh wifi di tiap Departemen. PT Bio Farma juga memiliki staff untuk masalah jaringan internet walau sering terjadi gangguan.

Hal ini masih kurang optimal dalam penanganannya. Hal tersebut dapat diatasi dengan optimalisasi kekuatan internal dengan peningkatan kualitas produk dan pemenuhan permintaan melalui pembelian mesin baru. Penguatan sistem ERP juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan akurasi dan ketepatan informasi antar divisi nantinya.

Dalam hal mesin juga, mungkin untuk awal PT Bio Farma dapat menambahkan *shift* produksi dan sistem *maintenance* terjadwal agar kapasitas produksi tetap terjaga. Penerapan strategi mitigasi resiko seperti *safety stock minimum* dan *backup server* juga sangat bagus untuk awalan perubahan komunikasi.

4.3 Output Penelitian Terapan

Output dari Tugas Akhir yang mengkaji ulang tentang Efektivitas Strategi Pemasaran Ekspor Dalam Meningkatkan Penjualan Vaksin DTP (Studi Kasus Pada Divisi Komersial Internasional PT Bio Farma), yaitu berupa strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT berupa perhitungan yang berasal dari faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang menghasilkan diagram kuadran I yang di mana perusahaan harus fokus pada strategi intensif yaitu, menggunakan kekuatan internalnya untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ini mungkin termasuk

inovasi produk, perluasan pasar, dan penguatan efisiensi operasional. Selain dari itu perusahaan harus membuat pembaruan strategi perusahaan untuk menyesuaikan dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal, agar tujuan organisasi tetap tercapai secara efektif dan kompetitif. Reformulasi strategi ekspor institusi ini menjadi Output penelitian karena sebelumnya hanya mengandalkan *workflow* dan SOP (Standar Operasional Prosedur), maka dari itu penulis menyarankan Reformulasi Strategi dengan tujuan untuk mengatasi kinerja perusahaan yang menurun, menyesuaikan arah perusahaan dengan tren pasar baru, dan meningkatkan daya saing di global nantinya.

Berikut adalah tabel reformulasi strategi pemasaran vaksin DTP untuk Kuadran I, dengan fokus pada strategi intensif (pengembangan pasar, produk, dan penetrasi pasar):

Kode Strategi	Fokus Strategi Intensif	Deskripsi Strategi	Target Kinerja
SO1	Pengembangan Pasar	Mengoptimalkan ERP untuk meningkatkan perencanaan produksi vaksin ekspor secara adaptif.	Percepatan waktu produksi sesuai permintaan ekspor
SO2	Pengembangan Produk	Mengintegrasikan sistem produksi dengan distribusi global agar lebih responsif terhadap fluktuasi permintaan.	Pengurangan waktu tunggu distribusi internasional

Kode Strategi	Fokus Strategi Intensif	Deskripsi Strategi	Target Kinerja
SO3	Penetrasi Pasar	Meningkatkan intensitas promosi di pasar bilateral untuk memperkuat penguasaan pasar di luar tender institusi.	Peningkatan volume ekspor di negara mitra bilateral

Gambar 4. 5 Tabel Reformulasi Strategi

Sumber: Data diolah Penulis, 2025.