

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.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan:

1. Strategi ekspor vaksin DTP oleh PT Bio Farma masih belum berjalan optimal, terutama dalam aspek tender, pengiriman, dan penagihan yang berdampak pada efisiensi dan distribusi internasional.
2. Analisis SWOT menunjukkan:
 - a. Kekuatan: kualitas vaksin yang tinggi, sistem ERP yang sudah diterapkan, serta harga yang kompetitif.
 - b. Kelemahan: kapasitas produksi terbatas akibat mesin yang belum diperbarui dan sistem informasi internal yang kurang memadai.
 - c. Peluang: peningkatan permintaan vaksin dari institusi global seperti UNICEF, WHO, dan PAHO, serta potensi pasar ekspor bilateral.
 - d. Ancaman: keterlambatan pengiriman dokumen tender dan kendala teknis seperti internet yang tidak stabil serta peralatan yang kurang optimal.
3. Untuk menghadapi tantangan tersebut, perusahaan perlu melakukan reformulasi strategi dengan fokus pada pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar bilateral agar lebih adaptif terhadap fluktuasi permintaan global.

5.2 Saran

Dalam strategi pemasaran ekspor ini, solusi untuk menerapkan

Reformulasi Strategi bertujuan untuk merespons perubahan lingkungan eksternal

serta regulasi, teknologi, atau perilaku konsumen, mengatasi kinerja perusahaan yang menurun, serta meningkatkan daya saing di pasar global. Sebagai kesimpulan hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Pembaruan Teknologi dan Infrastruktur

PT Bio Farma disarankan untuk segera memperbarui mesin produksi dan memperkuat jaringan komunikasi internal guna mengurangi hambatan dalam proses ekspor.

2. Optimalisasi Sistem ERP dan Digitalisasi Tender

Sistem ERP perlu terus dikembangkan untuk mempercepat perencanaan dan pelaporan produksi. Selain itu, digitalisasi proses tender secara menyeluruh dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi dokumen ekspor.

3. Strategi Pemasaran yang lebih Agresif dan Terukur

Perusahaan dapat meningkatkan promosi di pasar bilateral dan memperluas kerja sama dengan mitra strategis internasional guna memperbesar volume ekspor di luar skema tender institusi.

4. Penguatan SDM dan Pelatihan Berkelanjutan

Memberikan pelatihan kepada staf ekspor dan logistik mengenai manajemen resiko dan komunikasi internasional agar mampu mengatasi hambatan operasional secara efisien.