



**Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Penetrasi Pasar Toko Makmur di Garut

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Handy

2014320096

Bandung

2018



**Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Penetrasi Pasar Toko Makmur di Garut

Skripsi

Oleh

Handy

2014320096

Pembimbing

Theresia Gunawan, S.Sos. MM.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

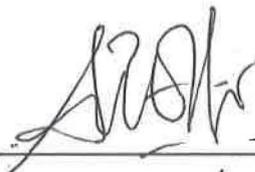


Tanda Pengesahan Skripsi

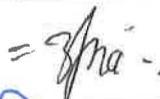
Nama : Handy
Nomor Pokok : 2014320096
Judul : Analisis Strategi Penetrasi Pasar Toko Makmur di Garut

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 13 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.



Sekretaris
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil



Anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Handy

NPM : 2014320096

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Penetrasi Pasar Toko Makmur di Kota Garut

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memproses gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 27 Juni 2018



Handy

ABSTRAK

Nama : Handy

Npm : 2014320096

Judul : Analisis Strategi Penetrasi Pasar Toko Makmur di Kota Garut

Industri farmasi merupakan industri yang terus berkembang di Indonesia. Bertambahnya jumlah penduduk meningkatkan kebutuhan masyarakat akan industri farmasi. Saat ini jumlah industri farmasi di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Banyaknya industri farmasi tidak lepas dari banyaknya distribusi yang terjadi mulai dari produksi lalu distribusi ke distributor atau pedagang grosir yang kemudian dijual ke pedagang eceran atau apotek untuk didistribusikan ke masyarakat.

Toko Makmur adalah toko obat yang menjual obat tanpa resep dokter secara grosir dan juga eceran dan juga menjual produk umum lainnya yang berlokasi di kota Garut. Saat ini, toko Makmur dapat dikatakan sebagai *market leader* di kota Garut. Toko Makmur ingin meningkatkan penjualannya dengan melakukan strategi penetrasi pasar tetapi kondisi perusahaan saat ini masih memiliki banyak kelemahan seperti kurangnya pemasaran, teknologi, dan tenaga kerja yang berkualitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kondisi internal dan eksternal toko Makmur sehingga dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman toko Makmur saat ini. Lalu informasi tersebut akan dianalisis untuk menentukan langkah strategis yang cocok untuk toko Makmur dalam melakukan penetrasi pasar.

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif analitis. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Setelah data terkumpul, penulis melakukan analisis data dengan menggunakan analisis SWOT, analisis EFAS dan IFAS, *Competitive Profile Matrix*, Matriks SWOT, Matriks Internal Eksternal, dan QSPM.

Hasil dari penelitian ini adalah kondisi perusahaan yang cukup baik dalam menghadapi faktor eksternal dan faktor internal saat ini. Berdasarkan strategi-strategi yang ada, toko Makmur paling cocok untuk melakukan penetrasi pasar untuk meningkatkan penjualannya. Toko Makmur diharapkan dapat mengatasi kelemahan-kelemahan dan ancamannya saat ini agar dapat bersaing dengan para pesaing dan tetap menjadi *market leader* di kota Garut.

Kata kunci : penetrasi pasar, industri farmasi

ABSTRACT

Name : Handy

Npm : 2014320096

Title : *Analysis of Market Penetration Strategy on Makmur Store in Garut City*

The pharmaceutical industry is a growing industry in Indonesia. As the population increase the community's need for the pharmaceutical industry. Currently the number of pharmaceutical industries in Indonesia continues to increase every year. The number of pharmaceutical industries can not be separated from the distributions that occurred from the production and then distribution to distributors or wholesalers who sold their products to retailers or pharmacies to be distributed to the public.

Makmur Store is a drug store that sells general drugs without doctor's prescription wholesale and retail and also sells other common products located in Garut City. Currently, Makmur store can be regarded as a market leader in the Garut City. The Makmur store wants to increase its sales by penetrating the market but the current condition of the company still has many weaknesses such as lack of marketing, technology, and qualified labor.

The purpose of this research is to know the internal and external conditions of Makmur store so that it can know the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Makmur store at this time. Then the information will be analyzed to determine strategic steps suitable for Makmur store in penetrating the market.

The type of research is analytical descriptive research. The research method used is case study. After the data is collected, the author performs data analysis using SWOT analysis, EFAS and IFAS analysis, Competitive Profile Matrix, SWOT Matrix, External Internal Matrix, and QSPM.

The result of this research is good company condition in facing external factor and internal factor at this time. Based on existing strategies, Makmur Store is best suited to do a market penetration strategy to increase its sales. Makmur Store is expected to overcome the current weaknesses and threats in order to compete with competitors and remain a market leader in Garut City.

Keywords: market penetration, pharmaceutical industry

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan bimbinganNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Penetrasi Pasar toko Makmur di kota Garut.” Dalam melakukan penelitian ini penulis melibatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang sangat membantu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua saya yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk dapat menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan yang merupakan salah satu Universitas terbaik di Bandung. Terima kasih kepada ayah dan ibu saya yang telah membiayai saya dan juga terus mendukung saya agar selalu semangat dalam belajar dan juga dalam mengerjakan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil selaku dosen pembimbing saya yang selalu menyediakan waktunya meskipun beliau sangat sibuk, tenaga, pemikiran, dan juga solusi yang sangat membantu saya dalam menyusun penelitian ini.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Ibu Dr. Margeretha Banowati Talim, M.Si selaku ketua Jurusan ilmu Administrasi Bisnis dan Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si selaku sekretaris Jurusan ilmu Administrasi Bisnis.
5. Kakak saya yang sangat menyebalkan Rike Purnamawati yang selalu mendukung saya dan memberikan ide-ide dari pengalamannya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Pacar saya Sherly Octaviani yang selalu membantu, mendukung, dan memberikan masukan-masukan untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Teman seperjuangan saya Frans Siagian, Stephen Raharjo, Trisianti Halim, Yuanita, Victor Charles, Arvines, Luthfi, dan Irfan yang sedang menyusun skripsi
8. Teman-teman dari Hip Hip Hura yaitu Adzhar Rizalin, Victor Yonathan, Keivn Tanu, Cindyani Indrajati, dan Yusuf Lucky yang selalu menghibur saya dan juga bertukar pikiran dengan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Wempy, Anthony, Ryan, Kelvin, Reina, Defota, Irvan, Tandri, Fajar, Bilal, Jonathan, Monita, Jessi, Hanna, Cynthia, Sharen, Andreas, Alvin, Bobby, Darien, Lucky, Andy sebagai teman sepermainan saya yang selalu menghibur dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Semua pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut berjasa untuk penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin sempurna. Mungkin terdapat beberapa kekurangan dan juga kesalahan yang dikarenakan oleh keterbatasan pengalaman dan pengetahuan sehingga penulis menerima segala masukan baik kritik maupun saran agar penulis dapat mengevaluasinya sehingga dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi di masa yang akan datang. Penulis mengucapkan terima kasih dan berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi pihak yang membacanya.

Bandung, Juni 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Objek Penelitian	8
BAB 2	9
KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Definisi Strategi	9
2.2 Tolak Ukur Strategi	10
2.3 Manajemen Strategis	11
2.3.1 Definisi Manajemen Strategis	11
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategis	11
2.4 Strategi Generik	13
2.5 Strategi Insentif	15
2.5.1 Strategi Penetrasi Pasar	16
2.5.2 Strategi Pengembangan Pasar	21
2.5.3 Strategi Pengembangan Produk	26
2.6 Strategi Utama	34
2.7 Analisis Lingkungan	37
2.7.1 Analisis Lingkungan Eksternal	37
2.7.2 Analisis Lingkungan Internal	40

2.8	Analisis Data	44
2.8.1	Matriks Faktor Strategi Eksternal	44
2.8.2	Matriks Faktor Strategi Internal	45
2.8.3	<i>Competitive Profile Matrix</i>	45
2.8.4	Matriks QSPM (Quantitive Strategy Planning Matrix)	47
BAB 3	50
METODE PENELITIAN	50
3.1	Jenis Penelitian	50
3.2	Peran Peneliti	50
3.3	Metode Penelitian	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5	Teknik Analisa Data	53
3.5.1	Uji Validitas Data	53
3.5.2	Analisis SWOT	55
3.5.3	Matriks SWOT	55
3.5.4	Matriks Faktor Strategi Internal	56
3.5.5	Matriks Faktor Strategi Eksternal	56
3.5.6	Matriks Internal Eksternal	57
3.6	Lokasi Penelitian	59
BAB 4	60
OBJEK PENELITIAN	60
4.1	Sejarah Perusahaan	60
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	61
4.3	Logo Perusahaan	63
4.4	Struktur Organisasi Perusahaan	64
4.5	Fungsi dan Uraian Tugas	64
4.6	Aktivitas Perusahaan	66
BAB 5	72
HASIL DAN PEMBAHASAN	72
5.1	Analisis Validitas.....	72
5.1.1	Uji Kredibilitas	72

5.1.2	Uji <i>Transferability</i>	73
5.2	Analisis Lingkungan Eksternal.....	74
5.2.1	Lingkungan Umum	74
5.2.2	Analisis Lingkungan Industri	81
5.3	Analisis Lingkungan Internal	88
5.3.1	<i>Strength</i> (Kekuatan)	94
5.3.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	97
5.3.3	<i>Opportunity</i> (Kesempatan)	99
5.3.4	<i>Threat</i> (Ancaman)	101
5.4	Matriks EFAS dan IFAS	104
5.4.1	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	104
5.4.2	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	107
5.5	Competitive Profile Matrix (CPM)	109
5.6	Tahap Perumusan Strategi	112
5.6.1	Matriks SWOT	112
5.6.2	Matriks Internal Eksternal (IE)	118
5.7	Tahap Pemilihan Strategi	120
5.7.1	Matriks QSP (<i>Quantitive Strategy Planning Matrix</i>).....	121
BAB 6	127
	KESIMPULAN DAN SARAN	127
6.1	Kesimpulan	127
6.2	Saran	132
	Daftar Pustaka	137
	LAMPIRAN	141

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Tabel Rekapitasi Farmasi Indonesia di tahun 2018.....	3
Tabel 1.2 Persentase Angka Harapan Hidup Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT	42
Tabel 2.2 Matriks EFAS.....	44
Tabel 2.3 Peringkat terhadap Kriteria Faktor Keberhasilan.....	46
Tabel 2.4 Contoh Matriks Profil Persaingan	47
Tabel 2.5 Contoh Bentuk Dasar QSPM.....	48
Tabel 3.1 Matriks SWOT	55
Tabel 3.2 Tabel Matriks Internal Eksternal	58
Tabel 5.1 Matriks EFAS Toko Makmur.....	106
Tabel 5.2 Matriks IFAS Toko Makmur	108
Tabel 5.3 <i>Competitive Profile Matrix</i> Toko Makmur.....	110
Tabel 5.4 Matriks SWOT Toko Makmur.....	115

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Generik Strategi Porter	14
Gambar 2.2 Diagram <i>5 Forces Of Model Competition</i>	40
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	63
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Toko Makmur	64
Gambar 4.3 Produk yang dijual secara eceran	69
Gambar 4.4 Produk yang dijual secara grosir	69
Gambar 5.1 Matriks Internal Ekstenal Toko Makmur	119

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki populasi penduduk yang tinggi. Banyaknya penduduk di Indonesia memungkinkan rendahnya tingkat kesehatan, terutama bagi penduduk yang ada di daerah terpencil. Namun, tidak menutup kemungkinan apabila penduduk yang ada di daerah perkotaan selalu sehat. Untuk meningkatkan tingkat kesehatan tersebut tentunya kebutuhan yang berkaitan dengan industri farmasi harus ditingkatkan. Industri yang bergerak dalam memproduksi obat-obatan termasuk ke dalam industri farmasi seperti Kalbe Farma, Konimex, Phapros, Hisamitsu, Tempo, Sidomuncul, dan perusahaan lainnya.

"Saat ini ada 214 perusahaan farmasi. Kalau negara yang besar itu harusnya memiliki ribuan industri farmasi," (Detti, 2016) saat diskusi investasi sektor farmasi di kantor Badan Koordinasi Penanaman Modal BKPM. Selain itu, banyaknya perusahaan farmasi pun harus diimbangi dengan distribusinya. Distribusi berawal dari perusahaan ke distributor atau pedagang besar/grosir lalu ke penjual eceran yang kemudian dibeli oleh masyarakat. Detti yang merupakan Direktur Pelayanan Kefarmasian Kementerian Kesehatan (Kemenkes) juga

mengatakan apabila sektor farmasi tumbuh maka sektor lainnya seperti sosial keamanan, keselamatan, dan kesehatan akan tumbuh pula. Dari segi ekonomi, negara dapat menghemat devisa, ekspor pun dapat dilakukan apabila produksinya lebih dari cukup dan akan berkontribusi pada GDP yang meningkat sehingga ekonomi akan bertumbuh. Dari pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa meningkatnya industri di sektor farmasi mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kepentingan pemerintah. Menurut data IMS Health, pasar industri farmasi telah tumbuh sebesar 7,49% hingga kuartal keempat 2016, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun 2015 yaitu sebesar 4,92%. Dan pada tahun ini, mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi mencapai 7,38% pada kuartal II/2017. (SINDONEWS, 22 Maret 2017)

Wilayah	Jumlah Industri
Banten	24
D.I. Yogyakarta	1
Jakarta	37
Jawa Barat	95
Jawa Tengah	21
Jawa Timur	43
Sumatera barat	1
Sumatera Utara	4
Sumatra Selatan	1

Indonesia	227
------------------	------------

Tabel 1.1 Tabel Rekapitasi Farmasi Indonesia di tahun 2018
(Sumber: Kementerian Kesehatan Indonesia, 2018)

Berdasarkan data tabel rekapitulasi tersebut, wilayah Jawa Barat berada di peringkat pertama karena memiliki jumlah industri farmasi sebanyak 95. Dengan banyaknya jumlah industri tersebut di daerah Jawa Barat maka sebagian besar produknya akan didistribusikan ke daerah yang terdekatnya. Sehingga, para pedagang grosir maupun eceran di daerah Jawa Barat akan sangat terbantu dengan hal tersebut.

No	Tahun	Persentase (%)
1	2008	67,80
2	2009	68,00
3	2010	68,20
4	2011	68,40
5	2012	68,60
6	2013	68,84

Tabel 1.2 Angka Harapan Hidup Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat tahun 2008-2013
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Dari tabel tersebut dapat terlihat bahwa persentase angka harapan hidup di provinsi Jawa Barat terus meningkat dari waktu ke waktu. Hal itu menunjukkan

bahwa dengan bertambahnya industri farmasi tentunya akan semakin berdampak positif terhadap tingkat harapan hidup rakyat. Berkembangnya industri farmasi dari tahun ke tahun menyebabkan 70% kebutuhan obat terpenuhi untuk pasar dalam negeri. (Berita Satu, 6 September 2017)

Salah satu yang menjadi kebutuhan lainnya adalah distribusinya. Mulai dari upaya produksi, pemasaran, dan distribusinya harus dijalankan. Tanpa distribusi yang baik, barang tidak akan sampai ke tangan konsumen. Perusahaan-perusahaan besar harus mampu untuk melakukan distribusi dalam jumlah besar ke berbagai wilayah dan terus meningkatkan target penjualan per tahunnya. Mereka saling bersaing dalam produk-produk lama maupun produk baru yang dimunculkan dengan upaya mendapatkan penjualan sebanyak-banyaknya dari masyarakat. Salah satu toko yang melakukan distribusi kepada masyarakat adalah Toko Makmur yang terletak di kota Garut bergerak dalam menjual obat-obatan tersebut baik secara grosir maupun eceran. Beberapa obat yang dijualnya adalah Paramex, Combantrin, Promag, Mixagrip, Panadol, Mextril, Antimo, Tolak angin, Bodrex, Combantrin, Bethadine, Hasnaplast dan produk lainnya. Selain itu, toko Makmur menjual beberapa produk lainnya seperti Miranda, baterai ABC, larutan kaki tiga, kayu putih, kratindaeng, adem sari, silet goal, silet tiger, dan banyak produk lainnya. Saat ini toko Makmur dapat dikatakan sebagai salah satu *market leader* di kota Garut dan sampai saat ini pun terus berupaya untuk meningkatkan penjualannya juga. Untuk meningkatkan penjualannya, saat ini Toko Makmur

tidak hanya melakukan penjualan di dalam kota tetapi juga melakukan banyak distribusi ke kota lain seperti ke Tasikmalaya dan Bandung. Saat ini, toko Makmur memiliki karyawan sejumlah 10 orang dan dikenal dengan harganya yang cukup relatif murah sehingga banyak para penjual dalam bentuk eceran yang berbelanja di toko Makmur. Beberapa kendala yang kadang terjadi di dalam toko tersebut adalah dalam sistemnya yang kurang efektif dan efisien. Sebagai contoh, dalam sistem transaksinya belum menggunakan mesin kasir, sehingga setiap harga yang dituliskan secara manual oleh sang pemilik ketika ada yang berbelanja. Kendala tersebut dialami pula apabila sang pemilik tidak dapat berada di toko karena ada keperluan di luar kota dan halangan lainnya, sehingga harga yang tidak diketahui harus ditanyakan satu per satu lewat komunikasi handphone dan cukup membuang waktu. Sistem tersebut pun masih diragukan sampai saat ini karena terkadang harga-harga tersebut tetap saja tidak dapat diingat semua secara baik, sehingga keakuratan dalam pemberian harga kepada konsumen kerap menjadi permasalahan baik pada pembeli maupun pada penjual. Selain itu, karyawan tidak memiliki tugas khusus yang mampu mempermudah pelaksanaan operasional. Setiap karyawan bergantian melakukan tugas yang berbeda-beda sehingga job desk yang ada pada setiap karyawan pun tidak menentu.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan adalah melakukan penetrasi pasar. Melihat persoalan yang dialami toko Makmur saat ini melakukan strategi penetrasi pasar akan sulit untuk dilakukan dikarenakan beberapa kelemahan yang

dimiliki toko Makmur tersebut termasuk kelemahan dalam hal pemasaran karena toko Makmur tidak memiliki tim marketing. Apabila kondisi internal perusahaan sudah lebih mendukung, strategi penetrasi pasar akan lebih mudah untuk dilakukan. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap toko Makmur dengan judul “Analisis Strategi Penetrasi Pasar Toko Makmur di Garut”.

1.2 Identifikasi Masalah

Meningkatkan omzet penjualan merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan. Oleh karena itu, melakukan strategi penetrasi pasar merupakan hal yang penting. Strategi tersebut tidak bermaksud untuk merubah seluruh proses bisnis yang sedang dilaksanakan melainkan mengevaluasi setiap kendala yang ada yaitu kekurangan yang dimilikinya. Hal itu dilakukan agar bisnis dapat berjalan dengan efektif dan juga efisien. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal Toko Makmur?
- 2) Apa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh toko Makmur?
- 3) Apa langkah strategis yang perlu diambil oleh Toko Makmur dalam melakukan penetrasi pasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah:

- a. Untuk mengetahui kelebihan yang dimiliki Toko Makmur dibandingkan pesaingnya saat ini.
- b. Untuk mengetahui kekurangan-kekurangan yang dimiliki oleh Toko Makmur.
- c. Untuk mengetahui strategi yang cocok bagi Toko Makmur dalam melakukan penetrasi pasar.

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapatkan perusahaan adalah perusahaan pun dapat mengetahui apa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan saat ini dan hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan untuk perusahaan dalam memecahkan solusi yang dihadapi oleh perusahaan terutama dalam strategi penetrasi yang akan dilakukan oleh perusahaan

- b. Bagi Penulis

Manfaat yang didapatkan oleh penulis adalah hasil penelitian yang dapat menambah wawasan penulis dalam melakukan strategi penetrasi pasar, menambah pengetahuan penulis dalam melakukan manajemen bisnis, serta menambah pengalaman dalam bisnis farmasi.

c. Bagi Pembaca

Manfaat yang didapatkan oleh pembaca adalah ilmu pengetahuan baru dan wawasan baru mengenai bisnis grosir berupa farmasi. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi dan informasi yang berguna bagi pembaca apabila ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis.

1.5 Objek Penelitian

Obyek yang akan diteliti oleh penulis adalah Toko Makmur yang berlokasi di Pasar Ciawitali di Kota Garut. Toko Makmur bergerak dalam industri farmasi dengan menjual produk-produknya secara grosir kepada para konsumen yang hendak menjual lagi produk-produknya secara retail.