

ABSTRAK

Analisis dan Strategi Peningkatan *Brand Image* Produk PT. Biotech Farma di Kota Bandung

Latar belakang penelitian ini adalah *brand image* produk PT. Biotech Farma di Kota Bandung yang belum terlalu kuat. Hal ini dapat dilihat dari penjualan PT. Biotech Farma di Kota Bandung khususnya untuk konsumen utama yaitu Rumah Sakit Pemerintah dengan nilai yang masih relatif kecil padahal potensi penjualan di Kota Bandung cukup besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas dan menganalisis strategi untuk meningkatkan *brand image* produk PT. Biotech Farma di Kota Bandung. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung dan yang menjadi subyek penelitian adalah beberapa Rumah Sakit Pemerintah di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan dari wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* produk PT. Biotech Farma di Kota Bandung masih lemah hal tersebut dapat dilihat dari konsumen yang belum banyak mengenal produk – produk PT. Biotech Farma seperti *brand* produk, layanan purna jual hingga cara promosi yang dilakukan PT. Biotech Farma. Untuk meningkatkan *brand image* produk PT. Biotech Farma Kota Bandung dari segi produk yaitu dengan cara menitikberatkan komitmen layanan purna jual yang baik, dapat dipertanggungjawabkan dan dapat dipercaya. Dari segi harga bahwa PT. Biotech Farma telah mengeluarkan harga produk yang menurut konsumen cukup wajar dan telah disepakati oleh pemerintah, namun tetap harus berkomitmen mengedepankan layanan yang baik. Hal ini tentu menyebabkan berkurangnya *profit margin* PT. Biotech Farma, namun kondisi itu tetap harus dijalankan agar PT. Biotech Farma mampu survive di pasar Kota Bandung dan untuk meningkatkan *brand image* Produknya sehingga PT. Biotech Farma perlu melakukan renegosiasi kepada pihak *principal /* pabrikan luar negeri untuk mengatasi berkurangnya *profit margin* yang disebabkan rendahnya harga produk yang ditetapkan oleh Pemerintah. Dari segi promosi didapatkan informasi bahwa *personal selling* sangat penting dalam meningkatkan *brand image* produk PT. Biotech Farma di Kota Bandung dan didukung dengan data referensi penggunaan alat dari konsumen lain dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan dapat meningkatkan *brand image* produk PT. Biotech Farma di Kota Bandung.

ABSTRACT

Analysis and Strategy to Improve Product Brand Image PT. Biotech Farma in Bandung

This research based on weaknesses of the product brand image of the PT. Biotech Farma in Bandung, that was explain by the sales data PT. Biotech Farma in Bandung especially for the main customer that is Government Hospital which is still small relatively, whereas the sales potention in bandung is quite large. This research aimed to describe and analyse the strategy to improve the brand image of the product of PT. Biotech Farma in Bandung.this research was done in several government hospital in Bandung. This research used qualitative approach with descriptive method. The data collected by interview, documentation review and observation. The result of this research indicate weaknesses of the product brand image of the PT. Biotech Farma that was explain as many consumers are not familiar with the products of PT. Biotech Farma such as product brand, after-sales service to the way the promotion carried out by PT. Biotech Farma. To improve the product brand image of PT. Biotech Farma in Bandung from the product aspect by focusing the best aftersales commitment, responsible, and trustable. From the price aspect that PT. Biotech Farma has issued reasonable price and approved by the government but still must committed to prioritizing best services. This condition caused reduction the profit margin of PT.Biotech Farma but that condition remain to be executed in order to survive in this market and in order to improve product brand image of PT. Biotech Farma in Bandung and PT. Biotech Farma shoud be renegotiated to the principal to overcome profit margin slackening due to low price of the product of PT. Biotech Farma. From promotion aspect obtained information that the best personal selling is the important things to improve product brand image of PT. Biotech Farma and supporting by the reference data from the another customer product usage can be improved trust of the customer to improve product brand image of PT. Biotech Farma in Bandung