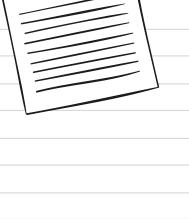




## > Nama Kelompok 🥎





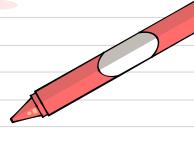


# 01



# Bisnis Nasional Bisnis Multinasional





### Bisnis Nasional

### Pengertian

Bisnis nasional adalah aktivitas bisnis yang secara nyata ditujukan pada aktivitas bisnis dalam negeri.

#### **Analisis**

Suatu perusahaan yang berkecimpung dalam pemasaran domestik mungkin melakukan hal ini secara sadar sebagai strategi yang dipilih atau mungkin secara tidak sadar memfokuskan pada pasar domestik dengan maksud menghindari tantangan belajar cara memasarkan ke luar negeri

### Bisnis Multinasional

#### Pengertian

Bisnis multinasional merupakan organisasi pemasaran internasional yang dimulai dengan memfokuskan pada pemanfaatan pengalaman dan produk perusahaan.

#### **Analisis**

Perusahaan menyadari perbedaan dan keunikan lingkungan dalam negara, menentukan peranan baru untuk hal itu sendiri, serta melakukan adaptasi pemasaran perusahaan pada kebutuhan dan keinginan yang unik dari pelanggan negara itu.

### Strategi Bisnis Nasional dan Multinasional

VO	

Kategori	Bisnis Nasional	Bisnis Multinasional
Fokus Bisnis	Pasar di dalam negeri	Pasar luar negeri namun berbeda dengan bisnis internasional.
Visi	Memandang negara sendiri superior dibandingkan negara lain	Memandang setiap negara adalah unik
Orientasi	Etnosentris (menyesuaikan dengan keinginan konsumen).	Polisentrik (konsumen untuk setiar negara berbeda, baik selera, kebiasaan, dan lain-lain)
Strategi Pasar	Domestik	Multidomestik
Fokus Lokasi Litbang	Negara Sendiri	Negara asal namun tuan rumah tidak terintegrasi
Sumber Daya Manusia	Berasal dari negara sendiri	Orang di setiap negara (tuan rumah dapat menempati posisi kunci di negaranya sendiri

### Strategi Bisnis Nasional dan Multinasional



Kategori	Bisnis Nasional	Bisnis Multinasional
Kebijakan Finansial	Ditentukan negara sendiri	Tergantung letak pasar keuangan
Kebijakan Investasi	Sumber dari negara sendiri	Sumber dari negara tujuan
Etika Bisnis	Peraturan disesuaikan dengan yang berlaku di negara tersebut.	Peraturan yang dipakai diadaptasikan dengan norma dan peraturan yang berlaku di masing-masing negara tersebut.



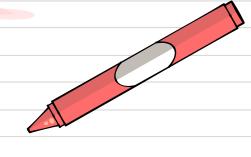






# Profil PT. Sido Muncul





### PT. Sido Muncul











PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Tbk adalah perusahaan jamu tradisional dan farmasi dengan menggunakan mesin-mesin mutakhir. Berawal pada tahun 1940 di Yogyakarta, dan dikelola oleh Ny. Rahkmat Sulistio, Sido Muncul yang semula berupa industri rumahan ini secara perlahan berkembang menjadi perusahaan besar. Sido Muncul mulai berdiri pada tahun 1951.

### Visi

Visi dari perusahaan Sido Muncul adalah menjadi perusahaan farmasi, obat tradisional, makanan minuman kesehatan, kosmetik dan pengolahan bahan herbal yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

### Misi

- Mengembangkan produk-produk berbahan baku herbal
- Mengembangkan penelitian obat-obat herbal secara berkesinambungan
- Membantu dan mendorong pemerintah pengembangan obat dan pengobatan herbal
- Meningkatkan kesadaran masyarakattentang pentingnya membina kesehatan melalui pola hidup sehat
- Melakukan Corporate SocialResponsibility (CSR) yang intensif

### Fokus Bisnis, Orientasi Bisnis, Strategi Bisnis PT. Sido Muncul



Fokus Bisnis	Bisnis produk berbasis herbal dengan pasar domestik dan multinasional.	
Orientasi Bisnis	Inovasi, modernisasi, dan tanggung jawab masyarakat.	
Strategi Bisnis	Melakukan ekspansi perusahaan.     Melakukan perluasan pasar     Melakukan diversifikasi harga dan produk.     Melakukan inovasi produk dan promosi.	



# 

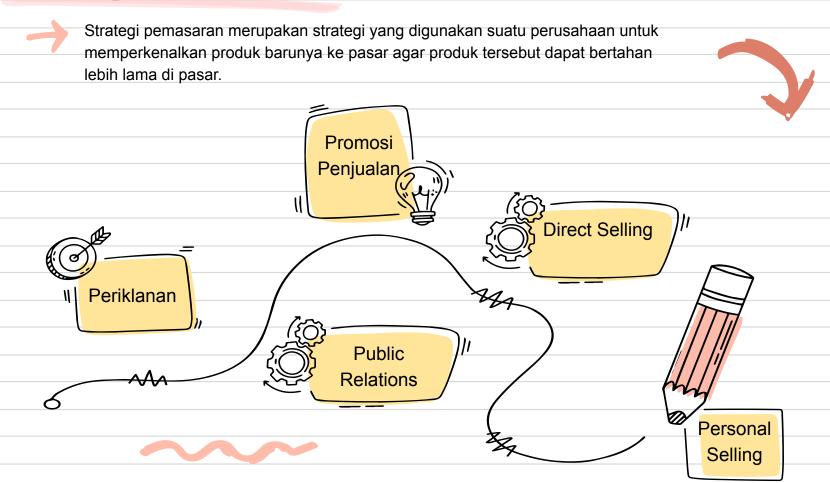
Dalam struktur organisasi di PT. Sido Muncul kedudukan tertinggi adalah pemilik perusahaan atau dewan komisaris, tepat di bawahnya adalah presiden direktur. Berdasarkan struktur organisasi di atas maka PT. Sido Muncul menganut sistem organisasi garis.

Penggunaan sistem ini dikarenakan adanya beberapa keuntungan, seperti yang dikatakan oleh (Terry dan Rue, 1985), antara lain bahwa kekuasaan tertinggi dipegang oleh pemimpin, pelaksanaannya sederhana dan mudah dimengerti oleh bawahan, masing-masing pekerja bertanggung jawab hanya pada atasannya.





### Strategi Pemasaran







### Periklanan

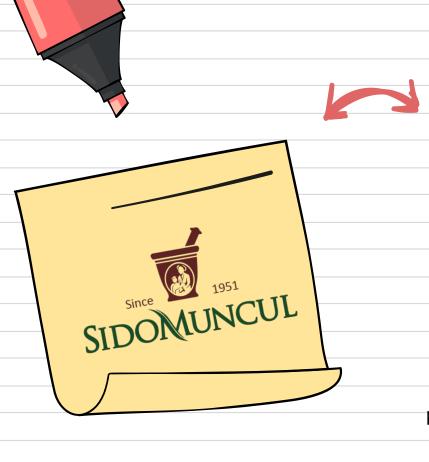


Iklan Tolak Angin sangat dikenal dengan taglinenya 'Orang Pintar Minum Tolak Angin'. Dalam iklan Tolak Angin ini ingin mempengaruhi khalayak bahwa dalam memilih obat masuk angin perlu minum Tolak Angin. Tagline ini diperkuat dengan visual orang-orang yang sukses dan memiliki otak yang cukup terkenal seperti Rhenald Kasali seorang akademisi dan tokoh pemasaran, Lula Kamal, seorang artis dan dokter, Agnes Monica yang dikenal orang masyarakat sebagai muda berbakat dan memiliki prestasi akademik dan yang terakhir Anggito Abimanyu, seorang akademisi yang saat ini merupakan Kepala Badan Pelaksana Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH).



# Promosi Penjualan

Sales promotion yang merupakan kegiatan untuk membujuk secara langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih untuk suatu produk pada sales force, distributor atau konsumen langsung dengan tujuan utama yaitu menciptakan penjualan yang segera. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh PT. Sido Muncul dalam memasarkan Jamu Tolak Angin adalah dengan mengemas Jamu Tolak Angin dengan permen Tolak Angin dalam satu paket. Keuntungan yang didapat adalah Jamu Tolak Angin dapat terjual dan sekaligus mengenalkan produk baru PT. Sido Muncul.



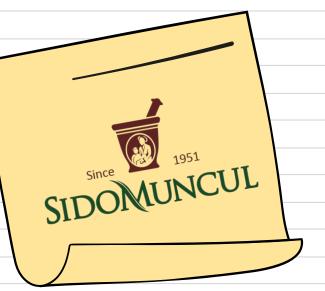
# Public Relations

Public Relations yang diadakan oleh Tolak Angin, yaitu seperti mengadakan kegiatan Mudik Gratis setiap tahun. PT. Sido Muncul memfasilitasi para pemudik dengan memberikan pelayan angkutan gratis untuk pulang kampung yang kebanyakan pesertanya adalah para penjual jamu. PT. Sido Muncul juga melaksanakan program CSR (Corporate Social Responsibility). CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis

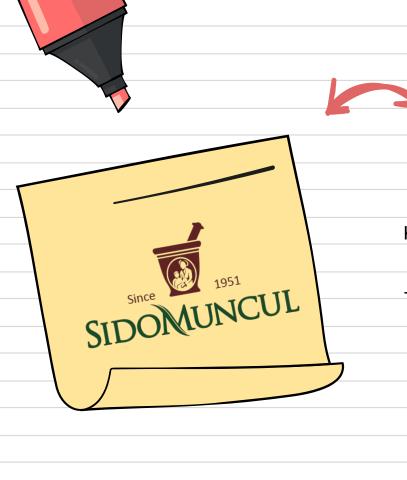




# Direct Selling



Direct Selling merupakan sistem pemasaran dimana organisasi berkomunikasi langsung dengan target pelanggan untuk menghasilkan tanggapan atau transaksi. Direct selling ini tidaklah langsung dilakukan kepada konsumen tetapi lebih banyak ditujukan kepada distributor sehingga distributor dapat menyalurkan produk Tolak Angin secara luas. Direct Selling yang dilakukan dipadukan dengan program-program yang lain sepertinya insentif atau discount yang merupakan bagian dari sales promosi.



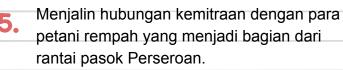
# Personal Selling

Pemasaran secara personal selling mencakup penjualan melalui orang ke orang secara langsung. Kaitan dengan personal selling yang dilakukan dalam proses pemasaran Tolak Angin tentunya sangat mempengaruhi volume penjualan. Personal selling Tolak Angin ini dilakukan oleh para penjual pedagang eceran di bus-bus. Selain dilakukan oleh pedagang pengecer personal selling ini juga dipadukan dalam kegiatan marketing yang lain sebagai contoh pembukaan stand di suatu event

### **Fokus** Lokasi Litbang



- Mementingkan basis penelitian, ilmu pengetahuan, dan teknologi.
- Berkarya untuk menciptakan inovasi berupa temuan- temuan baru yang berkhasiat tinggi bagi seluruh kalangan masyarakat.
- Membangun laboratorium untuk riset dan pengembangan dengan standarisasi yang telah ditentukan.
- Membudidayakan sumber daya tanaman dengan kualitas yang lebih baik.
- petani rempah yang menjadi bagian dari rantai pasok Perseroan.









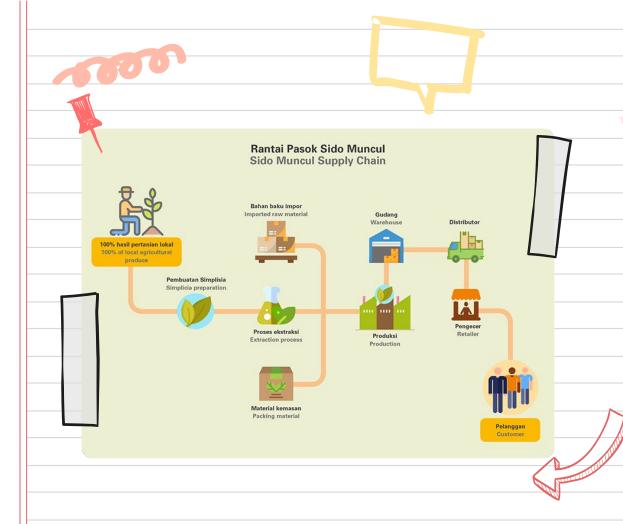




# Sumber Daya Manusia

PT Sido muncul memiliki total 4.088 karyawan (tahun 2019), karyawan tersebut termasuk karyawan tetap dan tidak tetap.





# Gaya Operasi Management

Gaya operasi manajemen PT
Sido Muncul berfokus pada
originalitas dan pengelolaan
sumber daya tanaman
holtikultural. Kemudian dalam
sisi operasional dan rantai
pasok

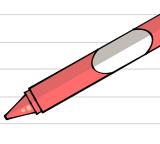


# 03



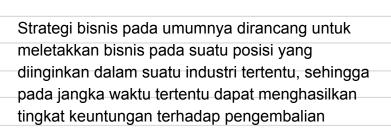
Strategi Bisnis dan
Pertumbuhan Bisnis
PT. Sido Muncul di masa
pandemi Covid-19







investasi yang ditanamkan.



Untuk mencapai posisi ini, Sido Muncul mengimplementasikan pendekatan strategi bisnis diferensiasi yang dianggap membangun dan mempertahankan keunggulan yang berkelanjutan melebihi para pesaingnya.



Strategi diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang berkaitan dan dirancang untuk memproduksi barang dan jasa yang dianggap berbeda oleh para konsumen dengan ciri yang dapat diterima sebagai hal yang penting bagi konsumen.



### Strategi Bisnis



#### Strategi Domestik

- Mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produknya untuk pasar lama, dengan cara tetap fokus terhadap pasar yang memberikan keuntungan signifikan yaitu di pasar domestik
- 2. Sido Muncul menjangkau konsumen tradisionalnya melalui para peritel tradisional yang sebagian besar merupakan UKM dan supermarket
- Sido Muncul terus melakukan diversifikasi produk dengan menambah varian-varian baru

### Strategi Internasional

Sido Muncul berhasil melakukan internasionalisasi jamu atau ramuan herbal dengan kemasan dan formula modern. Pada tahun 2000, PT Sido Muncul secara tidak sengaja memperoleh pesanan produk dari luar negeri melalui aktivitas handcarry dari WNI yang pergi ke luar negeri (seperti TKI) dan wisatawan asing yang datang berkunjung ke Indonesia. Negara pemesan adalah Hong Kong, Amerika, dan Arab Saudi. Pesanan produk berasal dari distributor lokal (buyer) di masing-masing negara.



### Pertumbuhan Bisnis

Pertumbuhan bisnis pada PT. Sido Muncul di masa pandemi Covid-19 tentunya memiliki dampak dan resiko yang harus dihadapi. Situasi ini dapat berpotensi menekan penjualan ekspor produk-produk Sido Muncul. Pada 3Q, pemulihan ekonomi tidak secepat yang diharapkan dan menjadi terganggu dikarenakan adanya PSBB ketat ke-2 di Jakarta.

Meskipun dalam situasi yang kurang baik. Ada beberapa inisiatif yang dilakukan oleh PT. Sido Muncul termasuk meluncurkan produk dan memasuki pasar ekspor baru menawarkan pertumbuhan yang signifikan untuk prospek jangka panjang. Berikut pembaruan penting yang telah dilakukan pada periode 9 bulan tahun 2020



- L. 14 produk atau varian baru telah diluncurkan terkini.
- Kontribusi MT sekitar 13% dari total penjualan pada 9M20.
- Tolak Angin memperoleh 1% 2% pangsa pasar menjadi 72% pada periode 9 bulan tahun 2020 dari tahun 2019.
- **4.** Ekspor pertama Tolak Angin ke Arab Saudi pada Agustus 2020.
- 5. Pemecahan saham pada 14 September dengan rasio 1 : 2.
- MSCI ESG telah meningkatkan peringkat Sido Muncul menjadi 'A' dari 'BBB'.

### Pertumbuhan Bisnis





Pada 3Q tahun 2020, Sido Muncul menunjukkan peningkatan dengan kinerja penjualan yang positif di semua segmen bisnis. Berikut beberapa hasil yang didapat :



- Penjualan tumbuh 6% didorong oleh tingginya permintaan domestik akan produk minuman sehat (Vit C 1000 dan Minuman Jahe) serta pemulihan saluran GT (General Trade). Penjualan ekspor masih melemah, meski menunjukkan perbaikan secara QoQ.
- 2. Dari 3 negara tujuan ekspor utama, Malaysia menunjukkan peningkatan dengan rata-rata penjualan bulanan sudah kembali ke level sebelum Covid-19. Namun, Filipina dan Nigeria belum menunjukkan pemulihan yang signifikan. Penjualan ekspor ditargetkan sebesar 2% dari total penjualan untuk FY20.
- Rasio A&P (Advertising & Promotion) terhadap penjualan dikelola di bawah 10%, sehingga rasio OPEX terhadap penjualan dipertahankan di 19%. Sejalan dengan peningkatan penjualan dan opex yang stabil, laba usaha tumbuh 8% dengan marjin yang stabil.



### Pertumbuhan Bisnis



Semua segmen bisnis membukukan pertumbuhan positif pada 9M20 (periode 9 Bulan Tahun 2020). Pertumbuhan positif tersebut dapat dilihat pada Gambar disampin. Hasil penjualan dan laba kotor yang didapat pada periode 9 bulan tahun 2019 dan periode 9 bulan tahun 2020. Dapat dilihat bahwa hasil penjualan pada tahun 2020 naik sekitar 6 % dengan total 2,257 dan untuk laba kotor juga naik sekitar 5 % dengan total 1,217.

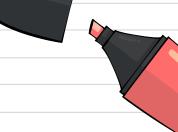
Selain itu, pada laporan keuangan, posisi kas Sido Muncul pun tetap kuat dan tidak terpengaruh oleh pandemi bahkan mengalami kenaikan di tahun 2020 dibandingkan tahun 2018 dan 2019.





### Pertumbuhan Bisnis





Kemudian, ada strategi dan inisiatif yang dilakukan PT. Sido Muncul untuk memberikan hasil terbaik di tengah ketidakpastian, yaitu :

#### 1. Campuran Penjualan & Produk

- F&B (Food & Beverage) akan memimpin kinerja penjualan karena permintaan domestik untuk minuman sehat masih tinggi dan ekspor Kuku Bima di Malaysia telah pulih.
- Mengaktifkan strategi BTL (Below The Line)
   untuk meningkatkan permintaan produk Herbal
   khususnya Tolak Angin.

PT. Sido Muncul mempertahankan panduan keuangan dengan penjualan bersih meningkat satu digit dan pendapatan bersih tumbuh dua digit untuk FY20.

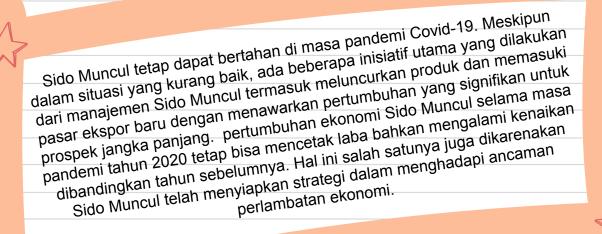
#### 2. Distribusi

- Mengalihkan fokus ke saluran GT untuk pasar domestik, karena PSBB telah dilonggarkan.
- Pemulihan GT akan berdampak pada kontribusi penjualan MT. FY20, MT diharapkan berkontribusi 12% -13% (LY: 10%) dari total penjualan.
- Ekspor akan dipertahankan pada 2% dari total Penjualan.

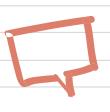
#### 3. Biaya & Lainnya

- Rasio biaya A&P (Advertising & Promotion) akan berada di sekitar 10% untuk FY20.
  - Total OPEX diharapkan mencapai 20% -21% dari penjualan, lebih rendah dari rasio FY19 di 22%.
- Rasio pembayaran dividen akan dipertahankan pada> 80%.

# Kesimpulan







Because key
words are great for
catching your
audience's
attention

### **Daftar Pustaka**

- Sidomuncul.co.id (2020). Rapat Umum Pemegang Saham. Diakses pada
   O1 Januari 2021, dari https://sidomuncul.co.id/id/gms.html
- Nugroho, Yudi (2019). Penerapan Etika bisnis pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Universitas Mercu Buana
- Berliany, Mahdalena et.all (2016). Manajemen dan Organisasi dari PT.
   Sido Muncul, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Airlangga.
- Azizah, Shara (2016). Strategi Public Relations PT. Sido Muncul dalam Program Corporate Social Responsibility "Desa Rempah" dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan di Benak Masyarakat, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Biogen.litbang.pertanian.go.id (3 November 2020). PT Sido Muncul Gandeng BB Biogen Dalam Perbanyakan Benih Tanaman Rempah Dan Obat. Diakses pada 01 Januari 2020, dari http://biogen.litbang.pertanian.go.id/?p=70472

