

TRI BONI MARTANTO

Depok, Indonesia | 08567357021 | triboni.martanto@yahoo.com

TENTANG SAYA

Profesional Penjualan Medis & Alat Kesehatan senior dengan 21 tahun rekam jejak sukses di perusahaan multinasional terkemuka (Mersi Farma, GSK, dan Roche Indonesia). Memiliki keahlian mendalam dalam penjualan B2B, penetrasi pasar baru, manajemen Key Opinion Leader (KOL), serta negosiasi tingkat tinggi dengan Pemilik Klinik dan Direksi Rumah Sakit. Berpengalaman kuat dalam mengelola produk alat kesehatan (device) dan siap membawa keahlian ini untuk mendorong pertumbuhan penjualan lini produk estetika medis dan skincare klinis di PT Zhengan Indonesia.

PENGALAMAN KERJA

PT ROCHE INDONESIA

Clinical Engagement (Alat Kesehatan - POCT) | 1 Maret 2019 – 30 Juni 2026

- Membangun jaringan bisnis, kemitraan B2B, dan menjaga hubungan jangka panjang (relationship) dengan Pemilik Klinik, Apotek, dan Rumah Sakit baru.
- Melakukan negosiasi dan diskusi strategis dengan pengambil keputusan (Direktur Penunjang Medik / Corporate) dan dokter spesialis (Penyakit Dalam, Patologi Klinik).
- Mengelola hubungan dan berdiskusi ilmiah secara rutin dengan Key Opinion Leader (KOL) di RS, klinik, maupun apotek besar.
- Berkoordinasi erat dengan Tim Retail (Apotek) di lapangan dan Tim HCP (Rumah Sakit) untuk memaksimalkan peluang perluasan pasar baru.

PT GLAXOSMITHKLINE (GSK)

Professional Sales Representative (Produk Asma & PPOK) | 16 Februari 2010 – 08 Desember 2018

- Memasarkan dan mengedukasi produk farmasi spesialisasi Asma dan PPOK kepada Dokter Spesialis Paru, Anak, dan Penyakit Dalam.
- Membangun dan membina hubungan profesional dengan Key Opinion Leader (KOL) medis untuk meningkatkan kepercayaan dan adopsi terhadap produk.
- Berkoordinasi secara aktif dengan Tim Marketing Pusat dalam mengeksekusi strategi pemasaran di lapangan demi mencapai target penjualan regional.

PT MERSI FARMA

Medical Representative (Produk Neurologi & Psikiatri) | 07 April 2005 – 02 Oktober 2009

- Mencapai target penjualan produk etikal melalui presentasi ilmiah yang komprehensif dan kunjungan rutin ke Dokter Spesialis Anak, Paru, Penyakit Dalam, dan Dokter Umum.
- Mengidentifikasi potensi pasar baru dan secara konsisten memperluas basis data dokter serta klinik pelanggan di wilayah teritori.

KEAHLIAN UTAMA

- **Sales & Business Development:** B2B Sales, Market Penetration, Lead Generation, Territory Management.
 - **Keahlian Klinis & Produk:** High-Value Medical Devices (Alkes), Pharmaceutical Product Presentation, Aesthetic Market Adaptability.
 - **Relationship Management:** Key Account Management (KAM), KOL Engagement, Executive-Level Negotiation (Direksi RS & Pemilik Klinik).

PENDIDIKAN

Universitas Pancasila

Sarjana (S1) Ekonomi Manajemen | Lulus: Tahun 2004