

ABSTRAK

ANALISA STRATEGI BERSAING DAN SWOT ANALISIS PT. CAPRIFARMINDO DALAM UPAYA MENGHADAPI PROGRAM JAMINAN KESEHATAN NASIONAL (JKN) SECARA MENYELURUH PADA TAHUN 2019

Hani Abdina

MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG

Persaingan di industri farmasi sangat ketat dan di tahun 2014 terdapat 206 perusahaan farmasi. Untuk memenangkan persaingan perusahaan farmasi dituntut untuk merumuskan dan melaksanakan strategi bersaing yang sesuai dengan kemampuan internal perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan eksternal perusahaan. PT. Caprifarmindo Laboratories telah merumuskan dan melaksanakan strategi dalam bersaing dengan mempertimbangkan arahan dari strategi global, prinsip perusahaan dan pengalaman yang dimiliki. Hal yang pertanyaan adalah apakah PT. Caprifarmindo Laboratories mampu memanfaatkan potensi pertumbuhan pasar yang menjanjikan dengan strategi yang telah ada saat ini.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bersaing PT. Caprifarmindo Laboratories, menganalisis kondisi internal & eksternal perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara atau pemberian pertanyaan dan studi pustaka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menarik kesimpulan apakah strategi perusahaan masih efektif untuk diterapkan saat ini dan memberikan alternatif strategi untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan pertumbuhan penjualan obat perusahaan di industri farmasi Indonesia.

Untuk mengetahui keberhasilan strategi perusahaan saat ini penulis menggunakan indikator pertumbuhan penjualan perusahaan dibandingkan dengan pertumbuhan pasar farmasi nasional. Analisis eksternal seperti faktor *porter's five competitive* dan *forces driving forces* digunakan untuk memaksimalkan peluang dan mengantisipasi tantangan dari lingkungan industri untuk memenangkan persaingan dalam industri farmasi Indonesia.

Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi yang dirumuskan dan diterapkan oleh PT. Caprifarmindo Laboratories masih belum efektif karena menghasilkan rerata pertumbuhan penjualan obat perusahaan di bawah rerata pertumbuhan pasar farmasi nasional, maka penulis mengusulkan perbaikan strategi untuk bisnis obat non resep. Rekomendasi yang diberikan adalah melakukan kegiatan *continuous improvement* untuk dapat selalu meningkatkan penghematan disemua sektor dan membangun kerjasama dan komunikasi dengan mitra strategis, kerjasama dengan pemerintah, penggunaan dan pengembangan teknologi dan restrukturisasi atau pengembangan organisasi dan sumber daya manusia harus tetap dilakukan dengan melakukan peningkatan penjualan sehingga meningkatkan rerata penjualan obat

Kata Kunci: analisis strategi, pertumbuhan penjualan, analisis lingkungan internal perusahaan, analisis lingkungan eksternal perusahaan.

ABSTRACT

COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS AND SWOT ANALYSIS PT. CAPRIFARMINDO IN EFFORTS TO FACE THE NATIONAL HEALTH INSURANCE PROGRAM (JKN) IN 2019

Hani Abdina

MAGISTER MANAJEMEN
POSTGRADUATE SCHOOL
UNIVERSITY OF WIDYATAMA
BANDUNG

Competition in the pharmaceutical industry is very tight. In 2014 there were 206 pharmaceutical companies. To win the competition, pharmaceutical companies are required to formulate and implement a competitive strategy in accordance with the company's internal capabilities and considering the company's external environment conditions. PT. Caprifarmindo Laboratories has been formulating and implementing strategies with considering the global strategy, company's principle and experiences. The question is whether PT. Caprifarmindo Laboratories able to take advantage of promising potential market growth with their current strategies.

The main objective of this research is to analyze the competitive strategy of PT. Caprifarmindo Laboratories, analyzes the internal and external conditions of the company. This research is a descriptive study using a qualitative approach. Data collection is done by interviewing techniques or giving questions and literature studies. The results of this study are expected to draw conclusions as to whether the company's strategy is still effective to be implemented at this time and provide an alternative strategy to improve competitiveness and the growth of the company's drug sales in the Indonesian pharmaceutical industry.

To find out the success of the company's current strategy the authors use the company's sales growth indicators compared to the growth of the national pharmaceutical market. External analysis such as the Porter's Five competitive factor and forces driving forces are used to maximize opportunities and anticipate challenges from the industrial environment to win competition in the Indonesian pharmaceutical industry.

The results show that the strategies formulated and applied by PT. Caprifarmindo Laboratories is still not effective because it generates an average growth in the company's drug sales below the average growth of the national pharmaceutical market, so the authors propose an improvement in strategies for non-prescription drug businesses. The recommendations given are to carry out continuous improvement activities to be able to always increase savings in all sectors and build cooperation and communication with strategic partners, cooperation with the government, the use and development of technology and organizational restructuring or development and human resources must still be done by increasing sales so as to increase average drug sales.

Keywords: strategy analysis, sales growth, internal corporate environmental analysis, external company environmental analysis