

Alternatif pengembangan strategi pemasaran di Industri Farmasi : studi kasus pada PT. Sunrise Farma

Jusup Karuniamulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440851&lokasi=lokal>

Abstrak

Masalah kesehatan adalah masalah pokok bagi setiap manusia, bangsa dan negara. Hampir identik dengan masalah pangan karena hal tersebut menyangkut hidup dan keberadaan manusia dan bangsa itu sendiri. Oleh sebab itu industri farmasi menempati posisi strategis di setiap negara. Karena itu pula industri ini tidak begitu terpengaruh oleh resesi atau situasi ekonomi yang buruk.

Negara Indonesia adalah negara yang sedang berkembang, terletak di daerah katulistiwa yang beriklim tropis dengan jumlah penduduk yang begitu banyak. Hal ini mempengaruhi pola penyakit yang ada di masyarakat. Pendapatan per kapita sekitar US\$600 mengakibatkan konsumsi obat per kapita sekitar US\$ 3 per tahun, merupakan yang terendah di Asean.

pemerintah memainkan peranan yang cukup besar dalam perkembangan industri farmasi di Indonesia. Ijin investasi PMA dan PMDN tahun 1967 dan 1968 mengawali bangkitnya industri farmasi di Indonesia. Paket deregulasi Mei 1990 serta peraturan-peraturan mengenai iklan, standar CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik), pembuatan dan pemakaian obat generik serta penggalakan self medication, menunjukkan komitmen pemerintah dalam membangun kesehatan masyarakat.

Tetapi masih terdapat beberapa kendala utama dalam industri farmasi di Indonesia yang sampai saat ini belum dapat di atasi secara baik. Kendala-kendala tersebut antara lain : ketinggalan teknologi di bidang pembuatan bahan baku menyebabkan hampir seluruh bahan baku yang dipakai harus diimpor. Dilain pihak kegiatan penelitian dan pengembangan masih sangat ketinggalan sehingga perusahaan farmasi di Indonesia umumnya hanya memproduksi me too product (produk yang telah berumur 15 - 20 tahun dimana masa patennya telah berakhir). Selain itu beredarnya obat palsu dan selundupan masih susah untuk diberantas secara tuntas.

Pertumbuhan pasar obat-obatan di Indonesia masih cukup baik, yaitu sekitar 13,57 %. Tetapi dengan adanya 257 perusahaan farmasi yang aktif, 1104 pedagang besar farmasi, 2507 apotik dan 2130 toko obat dapat dirasakan betapa ketat persaingan yang terjadi dalam industri farmasi Indonesia.

Kegiatan penelitian dan pengembangan serta kegiatan promosi merupakan dua faktor yang sangat menentukan dalam industri farmasi. Ketatnya persaingan yang ada memaksa setiap perusahaan farmasi untuk memulih strategi yang sesuai dengan tuntutan perusahaan dan kondisi internal perusahaan tersebut. Biasanya perusahaan yang menekankan pada bidang penelitian dan pengembangan serta promosi mempunyai kesempatan sukses yang lebih besar.

Salah satu perusahaan farmasi yang akan dijadikan penelitian pada karya akhir ini adalah PT Sunrise Farma. perusahaan yang didirikan tahun 1957 ini termasuk salah satu perusahaan farmasi perintis. Ditengah ketatnya persaingan yang ada, Sunrise Farma dengan segala kekuatan dan kelemahannya berkeinginan untuk dapat tetap bertumbuh secara sehat. Untuk itu diperlukan suatu analisa yang komprehensif untuk dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat.