

Analisis strategi bisnis obat tradisional PT. Indofarma

Sumardi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72420&lokasi=lokal>

Abstrak

Obat tradisional adalah merupakan obat alternatif diluar obat kimia. Penggunaan obat tradisional menunjukkan kecenderungan meningkat sehingga kepercayaan akan khasiat obat tradisional semakin besar. PT. Indofarma didalam menjalankan usaha bisnis obat tradisional disatu sisi mendukung program pemerintah di bidang farmasi dengan memproduksi obat murah berbasis bahan baku lokal. Di sisi lain PT. Indofarma dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari prinsip-prinsip perseroan. Tulisan ini menganalisis tentang "Analisis Strategi Bisnis Obat Tradisional pada PT. Indofarma" yang merupakan BUMN.

Dalam upaya untuk mewujudkan tujuan yang hendak dicapai dalam analisis tersebut penulis melakukan penelitian terhadap pendapat beberapa responden yang berasal dari internal perusahaan PT. Indofarma. Beberapa responden tersebut kemudian dijadikan sampel dalam penelitian ini. Adapun sampel yang dipilih adalah pegawai perusahaan PT. Indofarma yang berada pada jajaran jabatan struktural. Jajaran jabatan struktural yang dimaksud adalah jabatan setingkat manajer sampai dengan direktur utama. Selanjutnya untuk menjaga keabsahan dari hasil penelitian yang menyangkut strategi bisnis PT. Indofarma, maka sampel yang dipilih adalah seluruh pegawai pejabat perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan penetapan sampel yang digunakan, maka penelitian ini menggunakan teknik sensus, karena melibatkan seluruh populasi yang ada. Analisis: tesis ini menitik beratkan pada analisis strtategi bisnis dilihat dari kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Adapun kondisi eksternal perusahaan dapat digambarkan/disimpulkan bahwa ; kondisi ekonomi cukup mengancam, kondisi politik cukup mengancam, perkembangan teknologi cukup berpeluang , kondisi sosial budaya cukup mengancam, kondisi ekologi cukup berpeluang , keberadaan pendatang Baru masih dapat diatasi dan dianggap masih cukup memberikan peluang, kondisi pemasok cenderung cukup berpeluang, kondisi pembelli cukup mengancam, kehadiran produk pengganti cukup mengancam , kondisi tingkat persaingan cukup mengancam.

Sedangkan kondisi internal dapat disimpulkan bahwa ; kemampuan produksi yang dimiliki PT. Indofarma cenderung merupakan kekuatan, kemampuan keuangan PT. Indofarma cenderung merupakan kelemahan, kemampuan pemasaran yang dimiliki PT. Indofarma cenderung merupakan kekuatan, kemampuan sumber daya manusia cenderung merupakan kekuatan, kondisi kemampuan manajemen cenderung merupakan kekuatan untuk masuk dalam persaingan industri.

Atas dasar analisis terhadap lingkungan strategi diperoleh prioritas upaya pembenahan, yaitu :

- a. Implementasi strategi keunggulan harga
- b. Implementasi strategi swastanisasi kepemilikan
- c. Implementasi diversifikasi produk dan usaha
- d. Implementasi keunggulan kualitas produk

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, maka dapat direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pada dasarnya strategi yang ada selama ini cenderung belum mengakomodasi perkembangan dan perubahan yang terjadi di lingkungan strategi

2. Disarankan dalam penerapan strategi bisnis yang ditawarkan dari hasil penelitian ini perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu dan tenaga ahli.