



## INTISARI

Industri farmasi adalah salah satu industri yang bersifat *essential* dengan tingkat persaingan yang tinggi. Dengan berbagai dinamika dan perubahan yang terjadi di pasar domestik, perusahaan dituntut untuk mencari cara baru, model bisnis baru ataupun ekspansi usaha ke luar negeri. Pilihan terakhir merupakan alternatif ketika peluang untuk berkompetisi di dalam negeri semakin sulit, terlepas dari apakah perusahaan tersebut perusahaan besar yang memang sengaja ingin memperluas usahanya keluar negeri atau memang secara kompetisi produk-produk yang dimiliki tidak dapat bersaing lagi di dalam negeri, sehingga perlu melakukan ekspansi ke luar negeri.

Penelitian kali ini berfokus pada upaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik perusahaan yang mendorong strategi internasionalisasi, mengidentifikasi keunggulan lokasi yang dimiliki oleh Singapura yang menjadi negara tujuan internasionalisasi, mengidentifikasi strategi masuk pasar yang dipakai oleh PT Dexa Medica dan memastikan bahwa *tools* dan proses masuk ke Singapura sudah tepat. Selain itu juga dilakukan penilaian terhadap 9 negara Asia lainnya sebagai target tujuan internasionalisasi. Pendekatan yang digunakan adalah menggunakan model paradigm OLI Dunning, *Porter Diamond*, Matriks FSA/LSA dan model Uppsala.

Dari penelitian ini diperoleh hasil skoring FSA dan LSA untuk Singapura adalah FSA=4.00 dan LSA=3.75, sehingga menempatkan Singapura pada matriks FSA/LSA pada kuadran 4 dengan strategi internasionalisasi Joint Venture atau Penanaman Modal Luar Negeri. Sedangkan untuk 9 negara Asia lainnya, tiga pilihan pertama untuk negara tujuan internasionalisasi adalah Thailand diikuti oleh negara Malaysia dan Brunei Darussalam.

Kata kunci: Strategi internasionalisasi, Paradigma OLI Dunning, *Porter Diamond*, Matriks FSA/LSA dan Model Uppsala.



## ABSTRACT

The pharmaceutical industry is one of the essential industries with a high level of competition. With various dynamics and changes occurring in the domestic market, companies are required to find new ways, new business models or business expansion abroad. The last option is an alternative when the opportunity to compete domestically is increasingly difficult, regardless of whether the company is a large company that deliberately wants to expand its business abroad or indeed competitively its products cannot compete domestically anymore, so it needs to expand abroad.

This research focuses on efforts to identify company specific factors that drive the internationalization strategy, identify the location advantages possessed by Singapore as a destination country for internationalization, identify the market entry strategy used by PT Dexa Medica and ensure the right tools and processes to enter Singapore market. In addition, assessments were also carried out on 9 other Asian countries as targets for internationalization. The approach used is the OLI Dunning paradigm model, Porter Diamond, the FSA/LSA Matrix and the Uppsala model.

From this research, the results of FSA and LSA scoring for Singapore are FSA = 4.00 and LSA = 3.75, thus placing Singapore in the FSA/LSA matrix in quadrant 4 with the Joint Venture internationalization strategy or Foreign Investment. As for the other 9 Asian countries, the first three choices for internationalization destination countries are Thailand, followed by Malaysia and Brunei Darussalam.

**Keywords:** Internationalization strategy, OLI Dunning Paradigm, Porter Diamond, FSA/LSA Matrix and Uppsala Model.