

INTISARI

Gangguan tidur, khususnya *Obstructive Sleep Apnea* (OSA), telah menjadi perhatian serius dalam dunia kesehatan global. Di Indonesia, peningkatan prevalensi OSA disertai dengan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kualitas tidur membuka peluang besar bagi pengembangan produk dan layanan kesehatan tidur. Easmed Pte Ltd, perusahaan asal Singapura yang berfokus pada diagnostik dan terapi gangguan tidur, melihat potensi pasar yang menjanjikan di Indonesia dan berkeinginan memperluas operasi bisnisnya ke wilayah ini.

Penelitian ini bertujuan merancang strategi masuk pasar yang tepat bagi Easmed dalam industri alat kesehatan tidur Indonesia. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dan studi literatur. Beberapa kerangka teori strategis digunakan untuk analisis, antara lain Paradigma Eklektik OLI, *Resource-Based View* (RBV), *Porter's National Diamond Framework*, dan Matriks *FSA/LSA*. Kerangka tersebut dipakai untuk mengkaji keunggulan internal perusahaan serta faktor eksternal yang memengaruhi peluang dan tantangan di pasar tujuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Easmed memiliki keunggulan spesifik perusahaan (FSA) seperti teknologi canggih, reputasi yang kuat, dan sumber daya manusia yang berpengalaman. Sementara itu, Indonesia menawarkan keunggulan lokasi (LSA) berupa dukungan regulasi, peningkatan alokasi anggaran kesehatan, serta potensi pasar yang besar. Berdasarkan analisis menyeluruh, strategi masuk pasar yang disarankan adalah melalui *Foreign Direct Investment* (FDI). Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi ekspansi internasional serta memperkaya literatur manajemen strategis global.

Kata Kunci: Strategi Internasionalisasi, *OLI Paradigm*, Rerangka Berlian Porter, Matriks *FSA/LSA*, Alat Kesehatan Tidur, Ekspansi Pasar, Indonesia

ABSTRACT

Sleep disorders, especially Obstructive Sleep Apnea (OSA), have increasingly become a critical global health concern. In Indonesia, the rising prevalence of OSA, coupled with greater public awareness of sleep quality, opens a promising market for medical devices and sleep health solutions. Easmed Pte Ltd, a Singapore-based company specializing in sleep diagnostics and therapy, recognizes this opportunity to expand its operations and contribute to improving health outcomes in the Indonesian market.

This study aims to design a strategic entry plan for Easmed to enter the Indonesian sleep healthcare industry. A qualitative descriptive method is employed, supported by in-depth interviews and literature analysis. Several strategic frameworks are integrated in this research, including the OLI Eclectic Paradigm, Resource-Based View (RBV), Porter's National Diamond Framework, and the FSA/LSA Matrix. These tools are used to analyze both internal capabilities and external environmental factors to determine the most effective market entry strategy.

The research finds that Easmed has significant firm-specific advantages such as advanced technology, brand reputation, and experienced human capital. On the other hand, Indonesia offers location-specific advantages including regulatory support, increasing healthcare budget, and market potential. Based on this comprehensive analysis, the study recommends Foreign Direct Investment (FDI) as the most viable entry mode. This research provides practical insights for international business expansion in emerging markets and contributes to the strategic management literature.

Keywords: *Internationalization Strategy, OLI Paradigm, Porter's National Diamond, FSA/LSA Matrix, Sleep Health Devices, Market Entry, Indonesia*