

INTISARI

Dinamika yang terjadi di industri farmasi di Indonesia setelah pelaksanaan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) menjadi dasar penelitian ini untuk menganalisis strategi bersaing Pfizer Indonesia di era JKN. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat persaingan industri farmasi sekaligus tingkat kompetensi perusahaan di industri tersebut, evaluasi strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan di era JKN, dan memformulasikan strategi yang tepat bagi Pfizer Indonesia agar dapat terus bersaing di era JKN.

Desain penelitian dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data primer (pengamatan dan data internal perusahaan) serta data sekunder yang diperoleh dari data pertumbuhan pasar, data laporan (*market report*), dan Undang-undang dan Peraturan Pemerintah pada pelaksanaan JKN. Metode yang digunakan untuk melakukan analisis data dengan cara analisis lingkungan eksternal meliputi analisis karakter ekonomi industri farmasi, *five forces model*, kekuatan pendorong (*driving forces*), dan faktor kunci sukses (*key success factor*). Analisis lingkungan internal dilakukan dengan melakukan analisis terhadap Penilaian Kekuatan Kompetitif (*Competitive Strength Assessment*) dan analisis terhadap sumber daya dan kemampuan dengan metoda VRIO (*Valuable, Rare, Imitable, Organization*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan industri farmasi di Indonesia tinggi namun masih cukup menarik bagi perusahaan farmasi untuk terus menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia. Evaluasi terhadap strategi Pfizer Indonesia menunjukkan bahwa strategi Pfizer Indonesia saat ini tidak lagi cukup bersaing di era JKN yang beroperasi pada *low cost market*.

Guna dapat terus bersaing Pfizer Indonesia disarankan untuk menerapkan strategi *cost leadership* yang berfokus pada efisiensi aktivitas pemasaran dan efisiensi biaya produksi. Perusahaan juga disarankan untuk meluncurkan produk baru untuk menambah portofolio produk yang sesuai dan meningkatkan akses dengan memperbaiki cakupan jaringan distribusi.

Kata kunci: Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), Five Forces Model, driving forces, cost leadership, Penilaian Kekuatan Kompetitif, VRIO, low cost market

ABSTRACT

The dynamics of the pharmaceutical industry in Indonesia after the implementation of Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) became the basis of this study to analyze Pfizer Indonesia's competitive strategy in JKN's era. This study aims to identify the level of competition of the pharmaceutical industry as well as the level of company competence in the industry; to evaluate company strategy facing competition, and to formulate the right strategy for Pfizer Indonesia to continue to compete in the era of JKN.

The design of this research is qualitative descriptive method by collecting primary data (observation and internal data of company) and secondary data obtained from market reports and Law and Government Regulation on JKN implementation. The methods used to perform data analysis by external environmental analysis include analysis of economic character of pharmaceutical industry, five forces model, driving forces, and key success factor. The internal environmental analysis is conducted by analyzing the Competitive Strength Assessment and analysis of resources and capabilities using the VRIO (Valuable, Rare, Imitable, Organization) method.

The results of this study indicate that the level of competition in the industry in remain high but still attractive enough for pharmaceutical companies to continue to run their operation in Indonesia. The evaluation of the strategy shows that Pfizer Indonesia's strategy is no longer competitive enough in the era of JKN where operating at low cost market.

Pfizer Indonesia is advised to apply cost leadership strategies that focus on the efficiency of marketing activities and production cost efficiency. The company is also advised to launch new products to add the appropriate product portfolio and improve access by improving the coverage of the distribution network.

Keywords: *Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), Five Forces Model, driving forces, cost leadership, Competitive Strength Assessment, VRIO, low cost market*