

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.6. Lingkup Penelitian	12
1.7. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Manajemen Strategi	14
2.1.2. Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.1.3. Analisis Lingkungan Internal	26
2.1.4. Analisis Keunggulan Kompetitif	27
2.1.5. Analisis Porter's Generic Strategies	28
2.1.6. Jaminan Kesehatan Nasional	30
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	32
2.3. Kerangka Penelitian	34

BAB III METODA PENELITIAN	35
3.1. Desain Penelitian	35
3.2. Metoda Pengumpulan Data	36
3.3. Metode Analisis Data	37
3.3.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	37
3.3.2. Analisis Lingkungan Internal	44
3.4. Profil Perusahaan	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Karakteristik Ekonomi Industri Farmasi	50
4.1.1. Ukuran Pasar Industri Farmasi	50
4.1.2. Tingkat Pertumbuhan Industri Farmasi Indonesia	51
4.1.3. Skala Ekonomi.....	52
4.1.4. Hambatan Masuk dan Keluar	52
4.2. Analisis Five Forces Model	54
4.2.1. Ancaman Pendatang Baru	54
4.2.2. Kekuatan Tawar Pemasok	58
4.2.3. Kekuatan Tawar Pembeli.....	61
4.2.4. Ancaman Produk Pengganti	64
4.2.5. Persaingan Antar Pesaing	65
4.2.6. Kesimpulan Five Forces Model.....	67
4.3. Analisis Kekuatan Pendorong (Driving Forces).....	68
4.3.1. Tingkat Pertumbuhan Jangka Panjang	68
4.3.2. Inovasi Produk Baru	70
4.3.3. Perubahan Struktur Biaya.....	71
4.3.4. Perubahan Undang-undang dan Peraturan Pemerintah	72
4.4. Analisis Faktor Kunci Sukses (Key Success Factor).....	73
4.4.1. Penelitian dan Pengembangan serta Teknologi	73
4.4.2. Luasan Jaringan Distribusi	75
4.4.3. Manajemen Portofolio Produk	76
4.4.4. Kemampuan Tenaga Penjual (Sales Force).....	77

4.5. Analisis Penilaian Kekuatan Kompetitif	77
4.5.1. Teknologi dan Inovasi (bobot 15%)	80
4.5.2. Skala Ekonomi dan Akses Terhadap Pemasok (bobot 5%)	81
4.5.3. Luasan Jaringan Distribusi (bobot 5%)	82
4.5.4. Portofolio Produk (bobot 20%)	83
4.5.5. Posisi Biaya Relatif (bobot 30%)	83
4.5.6. Perlindungan Paten dan Reputasi Produk (bobot 15%)	85
4.5.7. Kemampuan dan Keterampilan Tenaga Penjual (10%)	85
4.6. Analisis Penilaian Daya Saing Sumber Daya dan Kemampuan Perusahaan	87
4.7. Kesimpulan Hasil Analisis	90
4.8. Saran	92
BAB V SIMPULAN	93
5.1. Simpulan	93
5.2. Keterbatasan	94
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ranking Perusahaan Farmasi Tahun 2016.....	8
Tabel 1.2 Peringkat Penjualan Obat-obatan Resep (Periode kuartal 1 tahun 2015)	10
Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Prediksi Pertumbuhan Pasar Farmasi Indonesia	51
Tabel 4.2 Kekuatan Ancaman Pendatang Baru Dalam Industri Farmasi.....	58
Tabel 4.3 Kekuatan Tawar Pemasok Dalam Industri Farmasi.....	60
Tabel 4.4 Kekuatan Tawar Pembeli Dalam Industri Farmasi	63
Tabel 4.5 Kekuatan Ancaman Produk Pengganti Dalam Industri Farmasi	65
Tabel 4.6 Kekuatan Persaingan Antar Pesaing Dalam Industri Farmasi	67
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Analisis Five Forces	68
Tabel 4.8 Perbandingan Harga Obat e-katalog dan non e-katalog.....	72
Tabel 4.9 Peringkat Perusahaan Farmasi Berdasar Penjualan Obat Etikal dan Pengeluaran R&D	80
Tabel 4.10 Penilaian Kekuatan Keunggulan Perusahaan Farmasi di Indonesia	86
Tabel 4.11 Analisis Penilaian Daya Saing Sumber Daya dan Kemampuan Perusahaan	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Farmasi Indonesia tahun 2012-2015	4
Gambar 1.2 Grafik Tingkat Pertumbuhan Pasar dan Pfizer Indonesia	7
Gambar 1.3 Trend Penjualan Pfizer Indonesia	9
Gambar 2.1 The Five-Forces Model of Competition by Porter	17
Gambar 2.2 Tiga Dimensi Pencapaian Universal Coverage menurut WHO	31