

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 Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI & METODOLOGI PENELITIAN.....	10
2.1. Konsep Strategi	10
2.1.1. Visi, Misi dan Falsafah Perusahaan	12
2.1.2. Tingkatan Dalam Menyusun Strategi.....	13
2.2. Analisis Lingkungan Industri	15
2.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal	15

2.2.2 Analisis Lingkungan Internal	17
2.2.2.1 Analisis SWOT	18
2.2.2.2 Key Success Factors.....	20
2.3. Metodologi Penelitian	21
2.3.1 Metode Pengumpulan Data	21
2.3.2 Metode Analisis Data.....	21
2.3.2.1. SWOT Model Analysis.....	21
BAB III GAMBARAN UMUM INDUSTRI FARMASI	28
3. 1. Industri Farmasi Global.....	28
3.1.1. Trend Industri Farmasi Global	30
3.1.2. Trend Industri Farmasi ASEAN.....	32
3.2. Industri Farmasi Nasional	33
3.2.1. Karakteristik Industri Farmasi Nasional	34
3.2.1. 1. <i>Highly Fragmented</i>	34
3.2.1.2. <i>Highly Regulated</i>	36
3.2.1.3. <i>Highly Technology</i>	37
3.2.2. Pasar Farmasi Nasional	37
3.2.3. <i>Formulation Based Industry</i>	39
3.3. Sistem Pemasaran Industri Farmasi	41
3.4. Faktor Pendorong Pertumbuhan Industri Farmasi Indonesia.....	42
3.5. Faktor Penghambat Pertumbuhan Industri Farmasi Indonesia ..	44

BAB IV ANALISIS INDUSTRI OBAT ETHICAL DI INDONESIA.....	47
4.1. Analisis Lingkungan Eksternal	47
4.1.1. Analisis Lingkungan Global	47
4.1.2. Analisis Lingkungan Politik dan Hukum	51
4.1.3. Analisis Lingkungan Sosial	54
4.1.4. Analisis Faktor Teknologi.....	58
4.2. Analisis Lingkungan Internal.....	58
4.2.1. Faktor Kekuatan	59
4.2.2. Faktor Kelemahan	63
4.2.3. Faktor Peluang	67
4.2.4. Faktor Ancaman	70
4.2.5. Diagram SWOT	72
4.3. Identifikasi Key Success Factors	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hirarki Pembuatan Strategi, Penanggung Jawab dan Fokus Utamanya	14
Tabel 2.2	Faktor Kekuatan	23
Tabel 2.3	Faktor Kelemahan	23
Tabel 2.4	Faktor Peluang Bisnis	24
Tabel 2.5	Faktor Tantangan Bisnis	24
Tabel 3.1	Penjualan Produk Farmasi dalam US\$	30
Tabel 3.2	TOP 5 Research and Development Pharmaceutical Company	31
Tabel 3.3	TOP 10 Global Etical tahun 2005	31
Tabel 3.4	10 Therapeutic Class Terbesar di Dunia Tahun 2005	32
Tabel 3.5	Pasar Farmasi Indonesia 2004	38
Tabel 3.6	Penjualan Industri Farmasi Indonesia	38
Tabel 3.7	Projected Market for Pharmaceuticals and per Capita Consumption 2004-2008	39
Tabel 3.8	Impor dan ekspor produk farmasi (BPOM (2005))	40
Tabel 4.1	Penduduk Indonesia Menurut Pedesaan dan Perkotaan 1990-2020	57
Tabel 4.2	Perbandingan Antara Penduduk Desa dan Kota di Indonesia 1990-2020	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan sederhana manajemen strategi	12
Gambar 2.2	Diagram Analisis SWOT	19
Gambar 2.3	Analisa Strategi	22
Gambar 2.4	Analisis dan Diagnosis	22
Gambar 2.5	Peta Analisa SWOT	25
Gambar 3.1	Pasar Farmasi dan Konsumsi Obat per Kapita di Negara ASEAN	33
Gambar 3.2	Sekilas Kondisi Farmasi Indonesia 2005	34
Gambar 3.3	10 TOP Farmasi dipasar Hospital tahun 2005	35
Gambar 4.1	GDP Growth, Southeast Asia	47
Gambar 4.2	Piramida Penduduk Indonesia Tahun 1985	55
Gambar 4.3	Piramida Penduduk Indonesia Berdasarkan Komposisi Usia Tahun 2000	55
Gambar 4.4	Perkiraan Piramida Penduduk Indonesia Berdasarkan Komposisi Usia Tahun 2005	56
Gambar 4.5	Diagram SWOT	73