



## DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi Strategi.....	7
2.1.1. Pendekatan Strategi.....	9
2.2. Perusahaan Manufaktur .....	11



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis strategi PT Eisai Indonesia Pharmaceutical Industry**  
HIDAYAT, Febri, Gudono, Dr., MBA  
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

2.2.1. Kualitas .....	13
2.3. Perilaku Konsumen .....	13
2.4. Penghargaan .....	15
2.5. <i>Five Kompetitive Forces</i> .....	16
2.6. Analisis SWOT .....	18
2.7. Alternatif Strategi .....	22
2.7.1. Strategi Stabilitas .....	22
2.7.2. Strategi Ekspansi .....	22
2.7.3. Strategi Penciutan .....	23
2.7.4. Strategi Kombinasi .....	24
2.8. Variasi Strategi .....	24
2.9. Pilihan Strategi.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.2. Kerangka Penelitian.....	27
3.2.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	28
3.2.2. Analisis Lingkungan Internal.....	28
3.2.3. Analisis SWOT.....	29
<b>BAB IV PROFIL PERUSAHAAN</b>	
4.1. Gambaran Perkembangan Eisai.....	34
4.2. Visi Eisai .....	34
4.3. Misi Eisai.....	35



4.4. Organisasi Eisai.....	36
4.5. Produk Eisai.....	37
4.6. Kinerja Penjualan Eisai.....	39
 <b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	41
5.1.1. Pasar dan Persaingan.....	41
5.1.2. Pasar Internasional.....	42
5.1.3. Analisis Industri Farmasi.....	44
5.1.4. Pasar Nasional.....	45
5.1.5. Lingkungan Politik, Ekonomi dan Keamanan.....	47
5.1.6. Analisis Kondisi Industri Farmasi dan Persaingan di Indonesia	49
5.1.7. Distribusi Obat di Indonesia.....	51
5.1.8. Segmentasi Pasar.....	51
5.1.9. <i>Entry and Exit Barrier</i> .....	52
5.1.10. Regulasi farmasi di ASEAN.....	52
5.1.11. Masalah-masalah Farmasi dan Pengaruhnya dalam Persaingan	54
5.1.12. Analisis Kekuatan Pendorong Industri ( <i>Driving Forces</i> )	56
5.1.13. Analisis Struktur Kompetisi Industri.....	56
5.1.14. Analisis Posisi Perusahaan.....	57
5.1.15. Analisis Persaingan.....	60
5.1.16. Pesaing Eisai.....	63
5.1.17. Kekuatan Substitutor.....	63



5.1.18. Faktor Kunci Sukses ( <i>Key Succes Factors</i> )....	64
5.1.19. Analisis Kemampuan.....	65
5.1.20. Analisis Kompetensi Inti.....	66
5.1.21. Prospek Industri Farmasi di Masa Depan.....	67
5.1.22. Kesimpulan Analisis Pasar dan Persaingan.....	67
5.2. Analisis Lingkungan Internal.....	68
5.2.1. Analisis Kinerja Fungsional Perusahaan.....	68
5.2.1.1. Analisis Kinerja Keuangan dan Administrasi	68
5.2.1.2. Analisis Kinerja Pemasaran.....	69
5.2.1.2.1. Keunggulan Komparatif.....	70
5.2.1.2.2. Perilaku Konsumen.....	70
5.2.1.2.3. Proses Pengambilan Keputusan	71
5.2.1.3. Analisis Kinerja Produksi.....	72
5.2.1.4. Analisis Kinerja Sumber Daya Manusia	73
5.2.2. Profil Keunggulan Strategik Fungsional.....	74
5.2.2.1. Keunggulan Strategik Sumber Daya Manusia	74
5.2.2.2. Keunggulan Strategik Keuangan.....	75
5.2.2.3. Keunggulan Strategik Pemasaran.....	75
5.2.2.4. Keunggulan Strategik Produksi.....	76
5.2.3. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT)	77
5.2.4. Kesimpulan Analisis Kondisi Internal.....	82



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis strategi PT Eisai Indonesia Pharmaceutical Industry**  
HIDAYAT, Febri, Gudono, Dr., MBA  
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>6.1. Kesimpulan.....</b>	<b>83</b>
<b>6.2. Saran.....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1. Kekuatan dan Kelemahan .....	20
Tabel 2.2. Peluang Bisnis .....	21
Tabel 2.3. Ancaman Bisnis.....	21
Tabel 3.1. Model Pembobotan Faktor Internal.....	30
Tabel 3.2. Model Pembobotan Faktor Eksternal.....	32
Tabel 4.1. Product List Eisai.....	38
Tabel 4.2. Kinerja Penjualan Eisai.....	40
Tabel 5.1. Komponen Kebijakan Farmasi Nasional dan Keterkaitannya dengan Tujuan Kebijakan.....	62
Tabel 5.2. Proporsi Jumlah Karyawan.....	73
Tabel 5.3. <i>Internal Strategic Factors Analysis (IFAS)</i> .....	77
Tabel 5.4. <i>External Strategic Factor Analysis (EFAS)</i> .....	79



## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1. <i>The Value Added Diamond</i> .....	11
Gambar 2.2. <i>Five Competitive Forces</i> .....	16
Gambar 2.3. Keunggulan Bersaing.....	17
Gambar 2.4. Analisis SWOT.....	19
Gambar 3.1. Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 5.1. Konsumsi Obat di Negara ASEAN.....	43
Gambar 5.2. Pasar Industri Farmasi Indonesia.....	47
Gambar 5.3. Penjualan Farmasi Indonesia.....	50
Gambar 5.4. Diagram Analisis SWOT.....	81