

INTISARI

Peranan teknologi informasi pada era globalisasi semakin penting dan strategis. Banyak kesempatan bisnis dan jaringan baru ke pasar yang diciptakan oleh perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, perusahaan harus memandang teknologi sebagai perangkat strategi vital dan suatu kebutuhan untuk berinovasi di pasar yang kompetitif.

Industri farmasi di Indonesia merupakan pasar yang sangat dinamis. Sejak diimplementasikannya *universal healthcare* (BPJS Kesehatan) pada tahun 2014, secara signifikan memberikan dampak yang cukup besar terhadap perusahaan farmasi. PT. Sandoz Indonesia sebagai produsen obat generik berkualitas (*branded generic*) yang memiliki komposisi penjualan di pasar regular sebesar 60% dan 40% di pasar pemerintah merasakan dampaknya dimana perusahaan harus kehilangan 40% pasar pemerintah karena BPJS Kesehatan menggantikan lembaga jaminan sosial sebelumnya yaitu lembaga asuransi jaminan kesehatan PT. Askes (Persero). Hal ini membuat perusahaan harus memperkuat dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan pada pasar regular. Salah satu solusi yang dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan penjualan di pasar regular adalah dengan menggunakan teknologi informasi. Program *sales force digitalization* adalah sebuah konsep pemasaran berbasis teknologi informasi yang diciptakan untuk mempermudah seorang *Medical Representative* dalam berinteraksi dengan para *healthcare professional*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi lingkungan bisnis perusahaan dan membahas peranan teknologi informasi dalam mengoptimalkan penjualan di pasar regular paska implementasi *universal healthcare* dengan menggunakan PT. Sandoz Indonesia sebagai obyek penulisan studi kasus. Analisis dilakukan terhadap lingkungan bisnis eksternal dengan menggunakan PEST dan *Porter's five forces* dan analisis lingkungan bisnis internal dengan menggunakan analisis kinerja dan analisis sumber daya. Analisis formulasi strategi perusahaan dilakukan dengan menggunakan *Porter's generic strategies*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *a broad differentiation strategy* merupakan bagian dari strategi yang dipilih oleh perusahaan dimana perusahaan melakukan aktifitas *detailing* secara efektif kepada *healthcare professional* agar mereka mendapatkan keyakinan pada kualitas obat yang dibutuhkan oleh pasien. Agar aktifitas *detailing* tersebut dapat meningkatkan volume penjualan di pasar regular, maka keputusan untuk mengimplementasikan program *sales force digitalization* adalah tepat dimana program tersebut dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitas serta memenuhi kepatuhan (*compliance*).

Kata kunci : Strategi bisnis, Teknologi Informasi, Peningkatan produktivitas, kepatuhan pada regulasi, Keunggulan kompetitif.

ABSTRACT

The role of information technology in the era of globalization become more important and strategic. Many business opportunities and new networks to the market created by information technology evolution. Therefore, the company should be looked at technology as a set of fundamental strategic and a requirement to innovate in the competitive market.

The pharmaceutical industry in Indonesia is a very dynamic market. Since implementation of universal healthcare (BPJS Kesehatan) in 2014, significantly impact to the pharmaceuticals companies. PT. Sandoz Indonesia as a high quality generic drug manufacturer (branded generic) which has sales composition in the regular market by 60% and 40% in the government market felt the impact where the company lose 40% of government market because BPJS Kesehatan replaced the previous social security institutions namely insurance health agencies PT. ASKES (Persero). This makes the company strengthen and optimize the resources owned by the company entirely to the regular market. One solution that can help companies in optimizing sales in the regular market is to use information technology. Sales force digitalization application is an marketing concept –based information technology solution which was created to facilitate a medical representative in interacting with healthcare professional.

The aim of this research was to analyze the condition of the company's business environment and examine the role of information technology in order to optimizing sales at regular market after implementation of universal healthcare by using PT. Sandoz Indonesia as the object of case studies. Analysis was performed on the external business environment using PEST and Porter's five forces analysis and internal business environment using performance analysis and resources analysis. Analysis of the company's strategy formulation is done by using Porter's generic strategies.

The results showed that a broad differentiation strategy is part of the strategy chosen by the company in which the company conducts detailing activities effectively to the healthcare professionals so they gain confidence in the quality of medicines needed by patients. In order to increase sales volumes in the regular market through detailing activities, the decision to implement a sales force digitalization application is right where the application can increase the effectiveness, productivity and compliance.

Keywords : Business strategy, Information Technology, Productivity improvement, Compliance, Competitive advantage.