

Strategi Bersaing Perusahaan Distributor Obat di Era Globalisasi; Review Strategi Pada PT Anugerah Pharmindo Lestari

Pradipta Byanis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20185169&lokasi=lokal>

Abstrak

Globalisasi, kini, sudah menjadi hal yang umum bagi masyarakat dunia. Dunia tidak lagi terkotak-kotak dalam batasan-batasan yang dibuat oleh manusia yang tinggal didalamnya. Globalisasi menjadi arus yang tidak dapat dibendung lagi, setiap aspek kehidupan terkena dampaknya. Sektor bisnis, merupakan salah satu sektor yang terkena pengaruh (dampak) langsung dari globalisasi. Banyak perubahan-perubahan yang terjadi pada perdagangan, investasi, industri, tenaga kerja, kebijakan (policy), dan lain-lain, dimana kesemuanya itu mengarah kepada persaingan usaha yang lebih luas, lebih besar, dan mengarah kepada dunia. Menjadi global tidak selalu berarti bahwa suatu perusahaan harus membuka cabang (kantor perwakilan) di luar negeri dan memasarkan produk ke pasar dunia, tetapi dengan bersaing di pasar domestik pada era globalisasi ini pun merupakan bagian dari "Menjadi Global". Hal ini dikarenakan pasar domestik, kini, tidak bisa selamanya memberikan proteksi terhadap perusahaan lokal. Dengan minimnya batasan-batasan (borderless), perusahaan asing akan masuk ke pasar domestik dan ikut bersaing di pasar yang sama. Itu berarti persaingan usaha semakin meluas dan membesar. PT. Anugerah Pharmindo Lestari (APL) sebagai salah satu pelaku di bisnis distribusi farmasi (PBF) merupakan bagian dari perusahaan lokal Indonesia yang ikut terpengaruh oleh arus globalisasi. Krisis perekonomian yang terjadi di Indonesia sejak tahun 1997 memberikan "pembelajaran" bagi perusahaan lokal untuk bisa bertahan dan lolos dari keadaan itu. APL merupakan salah satu survivor. Faktanya, dalam keadaan krisis pun, APL mampu membukukan penjualan dan laba yang besar. Dalam dunia persaingan usaha yang semakin luas, semakin besar, semakin sesak (crowded), dibutuhkan strategi bersaing yang tepat dan benar. Strategi bersaing macam apa dan pada pasar apa, itu yang menjadi pertanyaan utama. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kembali (review) dan mengevaluasi kembali (re-evaluation) strategi bersaing APL, terutama berkaitan dengan globalisasi. Diawali dengan proses pengidentifikasian, pengevaluasian serta penganalisaan terhadap komponen-komponen pembentuk strategi bersaing APL, baik meliputi lingkungan internal APL dan lingkungan eksternal. Lalu penulis, mengukur posisi strategi bersaing pada saat ini. Dalam analisa strategi bersaing, penulis menggunakan pendekatan SWOT Matrix, TOWS Matrix, SPACE Matrix, IE Matrix, Competitor Profile Matrix, dan Grand Strategy Matrix. Untuk melengkapi analisa, penulis juga melakukan penilaian terhadap kinerja APL dan ekspektasi pelanggan terhadap PBF, dimana diambil dari sisi pelanggan. Dari kesimpulan yang diperoleh, penulis dapat membuat saran-saran pengembangan yang konstruktif dan adaptif bagi APL.