**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Penyakit yang menginfeksi masyarakat global merupakan pembunuh manusia yang paling banyak, lebih banyak membunuh daripada konflik (Shah, 2008). Lebih dari satu perempat kematian di dunia disebabkan karena terinfeksi penyakit (Payne, 2009). Penyakit menular yang dimaksud antara lain HIV/AIDS, malaria, influenza, flu burung, tuberculosis (TBC), demam, campak, SARS, dan sebagainya. Penyakit menular telah menjadi permasalahan global seiring dan pada saat itu, penyakit menular hanya ada di negara-negara miskin saja. Namun kemudian penyakit tersebut mulai menular ke negara-negara yang lain. Pada tahun 1990-an mulai dikenal istilah globalisasi penyakit menular karena masalah kesehatan ini telah menjadi agenda global. Penyebaran penyakit menular dan infeksi tersebut dapat dicegah dengan vaksin. Dalam sejarah, vaksin adalah yang terefektif untuk melawan dan memusnahkan penyakit menular. Pemberian vaksin pun gencar dilakukan dan merupakan suatu keharusan di negara-negara termasuk di Indonesia yang mempunyai program imunisasi nasional.

*Centers for Disease Control and Prevention* (CDC)[[1]](#footnote-2) menemukan masih ada lima masalah besar dalam dunia kesehatan di tahun 2014 tiga diantaranya kanker serviks, polio dan wabah penyakit menular. CDC berharap dapat memberantas polio dengan berupaya semaksimal mungkin bekerja sama dengan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) untuk mencegah lebih dari setengah juta kematian. CDC memperingatkan untuk tetap anak-anak mendapatkan vaksin dan imunisasi. Di setiap tahunnya lebih dari 200.000 anak di seluruh dunia menderita polio.[[2]](#footnote-3)

Seiring dengan semakin banyaknya penduduk dunia dan banyaknya penyakit baru bermunculan semakin meningkat pula kebutuhan akan obat-obatan dan vaksin. Permintaan pasar dunia terhadap kebutuhan vaksin terus mengalami peningkatan, mencapai 15 persen tiap tahun.[[3]](#footnote-4)

Kebutuhan vaksin semakin meningkat setiap tahun karena terjadinya peningkatan kesadaran akan pentingnya vaksinasi di setiap negara. Kebutuhan vaksin meningkat seiring dengan banyaknya sosialisasi yang digalakkan dan bantuan dari asosiasi global seperti dari *Global Vaccine Alliance* (GAVI) dan WHO yang terus menyuarakan imbauan, serta pembelian vaksin dari UNICEF untuk donasi. Kebutuhan vaksin akan meningkat, baik untuk vaksin-vaksin yang sekarang, maupun untuk vaksin baru atau *new vaccines*. Permintaan yang naik ini jelas merupakan peluang yang besar bagi perusahaan-perusahaan vaksin di seluruh dunia untuk memenuhi kebutuhan vaksin dan menguasai pasar vaksin global.

Perdagangan global produk farmasi khususnya vaksin memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan jumlah industri farmasi yang bermain di tingkat global. Sebelumnya perdagangan vaksin didominasi oleh pemain yang berasal dari MNC negara maju, namun belakangan muncul pemain-pemain baru yang berasal dari negara berkembang. Meskipun para pemain ini belum memiliki kemampuan yang secara langsung dapat disetarakan dengan pemain dari negara maju, namun mereka telah memiliki segmen pasar tersendiri antara lain dalam perdagangan vaksin imunisasi dasar. Menurut Miloud Kaddar seorang *senior adviser, health economist* dalam *Global Vaccine Market Features and Trends* memberi gambaran tentang perbedaan pasar vaksin utara-selatan. Negara-negara maju (*Industrialised Countries*) dengan populasi lima belas persen memiliki persentase penjualan vaksin sebanyak delapan puluh dua persen sedangkan negara-negara berkembang (*Developing Countries*) dengan populasi delapan puluh lima persen memiliki persentase penjualan vaksin sebanyak delapan belas persen[[4]](#footnote-5).

Sekitar delapan puluh persen dari penjualan vaksin global berasal dari lima besar perusahaan multi-nasional (MNC) yang produknya berasal dari berbagai merger dan akuisisi perusahaan farmasi selama dekade terakhir. Selain terfokus pada vaksin untuk pasar negara industri, perusahaan multinasional juga menjual produk mereka di pasar negara-negara berkembang. Pada 1980-an produsen dari *emerging market* [[5]](#footnote-6) mulai memasuki pasar vaksin dan telah diasumsikan mempunyai peran yang signifikan. Muncul produsen-produsen yang memainkan peran penting dalam penyediaan vaksin dari negara-negara berkembang, khususnya imunisasi dasar dan beberapa vaksin kombinasi. Mereka sekarang memasok sekitar setengah dari pengadaan vaksin UNICEF yang mewakili sekitar 30% dari nilai total pengadaan vaksin UNICEF.[[6]](#footnote-7)

Beberapa produsen *emerging market* juga berusaha untuk memperluas produksi mereka untuk vaksin baru. Produsen yang berasal dari *emerging market* diwakili oleh *Developing Countries Vaccine Manufacture Network* (DCVMN) yang merupakan gabungan vaksin dari negara-negara berkembang. Kebutuhan  vaksin  bahkan semakin besar karena makin bertambahnya jumlah penduduk  dan  makin besarnya permasalahan kesehatan yang menghantui negara-negara  berkembang di berbagai belahan  dunia.

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki industri vaksin yang telah berusia 125 tahun. Keunggulan industri vaksin Indonesia adalah kepemilikan atas 12 *Pre* *Qualification* dari WHO untuk 12 vaksin. PQ-WHO merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh industri vaksin apabila hendak melakukan ekspor. Keunggulan lainnya adalah pengembangan vaksin halal yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar negara anggota *Organizations of Islamic Cooperation* (OIC) *.* PT Bio Farma (Persero) adalah sebuah [Badan Usaha Milik Negara](https://id.wikipedia.org/wiki/Badan_Usaha_Milik_Negara" \o "Badan Usaha Milik Negara) di [Bandung](https://id.wikipedia.org/wiki/Bandung), yang sahamnya seratus persen milik Pemerintah Indonesia memproduksi vaksin dan antisera untuk mendukung program [imunisasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Imunisasi" \o "Imunisasi) di Indonesia maupun di negara-negara lainnya.

Bio Farma sudah melakukan ekspansi ke luar negeri sejak tahun 90an, Bio Farma telah  memenuhi kebutuhan vaksin dunia.  Ekspansi  Bio Farma  di pasar global  cukup membanggakan. Hingga 2012, Bio Farma telah merambah ke- 127 negara di  seluruh dunia.  Bio Farma  adalah  satu-satunya negara  ASEAN  dan negara-negara Islam di dunia yang lolos dari persyaratan utama badan dunia kesehatan.

Produk-produk vaksin Bio Farma diterima di  pasar internasional  dan didistribusikan melalui UNICEF sejak 1999.  Diantara produk-produk yang telah  memperoleh sertifikasi WHO tersebut, antara lain:  vaksin Polio, Campak, DPT, TT, DT, dan DTP-HB. Sejak 1999 Bio Farma  juga memasarkan produk yaitu vaksin polio melalui WHO atau  UNICEF . Selain itu  Bio Farma juga menjalin kerjasama dengan *Heatlh American Organization* yang bertempat di New York Amerika Serikat, *Bill Gates & Melinda Gates Foundation* (pendiri Microsoft) untuk memasok vaksin – vaksin yang dibutuhkan untuk disebar di daerah seperti Afrika,  dan juga  distribusi vaksin untuk bantuan ke Jepang, Perancis, dan lain-lainnya.[[7]](#footnote-8)

Biofarma juga melakukan kerjasama internasional dengan *Developing Countries Vaccine Manufacture Network* (DCVMN). DCVMN merupakan gabungan produsen vaksin yang berasal dari negara- negara berkembang. Organisasi ini terbentuk pada tahun 1999 di Bandung, Indonesia, dimana presiden pertama DCVMN saat itu adalah Direktur Utama PT Bio Farma (Persero). Tujuan utama dari pembentukan DCVMN adalah wujud kepedulian Bio Farma untuk melindungi negara berkembang terhadap penyakit menular yang muncul secara global. Hal ini dilakukan dengan meningkatkan ketersediaan dan meningkatkan kualitas vaksin yang diproduksi di negara-negara berkembang.

Kerjasama ini merupakan kerjasama yang bergerak dibidang kesehatan publik dalam hal transfer teknologi, transfer informasi dimulai dari mencari bibit vaksin, riset hingga terciptanya produk akhir vaksin. Anggota-anggota dari DCVMN dapat saling meminta anggota lain untuk mengirimkan produk-produknya ke sesama anggota guna pemenuhan kebutuhan di dalam negaranya untuk membantu terlaksananya program imunisasi nasional di negara-negara anggota, memproduksi vaksin yang berkualitas dengan harga terjangkau agar dapat digunakan oleh masyarakat dan vaksin yang diproduksi dapat memenuhi standar Pra-Kualifikasi WHO untuk bisa diakses secara global dan agar para anggota yang telah memenuhi standar Pra-Kualifikasi dapat mempertahankan standar tersebut. Kerjasama ini berangkat dari permasalahan negara-negara berkembang yang masih terkendala oleh teknologi dan ketergantungan yang tinggi pada negara maju.[[8]](#footnote-9)

Vaksin yang diproduksi dari negara maju memiliki harga yang mahal sehingga negara berkembang membentuk suatu kerjasama untuk bisa mandiri dalam memproduksi vaksin. Hal ini merupakan sebuah peluang bagi Bio Farma untuk memenuhi kebutuhan vaksin global khususnya di negara-negara berkembang dengan harga yang tentu lebih murah dibandingkan dengan harga yang diproduksi oleh negara maju. Negara maju sudah meninggalkan produksi dari imunisasi dasar yang mana masih dibutuhkan oleh negara-negara berkembang.

Meningkatkan pasar vaksin global dalam hal ini berarti menambah pasar secara global, menyediakan kebutuhan negara lain dalam hal kebutuhan vaksin, secara bertahap terus melebarkan produksinya ke negara-negara lain. Dalam meningkatkan pasar vaksin global tentunya membutuhkan upaya-upaya yang harus dilakukan salah satunya dengan terus melakukan pengembangan dan penelitian untuk memproduksi vaksin dan vaksin baru berkualitas yang memenuhi syarat WHO agar dapat dipasarkan secara global. Dalam persaingan yang semakin ketat antar produsen vaksin berskala internasional Bio Farma harus mempertahankan eksistensi dan mengembangkan pasarnya ke sejumlah negara. Kendala yang dihadapi diantaranya berlakunya peraturan mengenai registrasi produk yang berbeda-beda di tiap negara yang dapat menimbulkan pengunduran waktu memasuki pasar negara tertentu. Kendala lain karena terbatasnya teknologi yang dimiliki. Industri  Vaksin untuk manusia merupakan suatu industri yang sangat *high regulated*, karena banyak sekali standar yang harus dipenuhi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merasa tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana upaya yang dilakukan Bio Farma dalam menguasai pasar vaksin global khususnya melalui kerjasamanya dengan DCVMN. Untuk itu penulis menyusunnya dalam bentuk skripsi yang diberi judul :

**“Kerjasama PT Bio Farma (Persero) dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* (DCVMN) dalam upaya meningkatkan pasar vaksin global”.**

1. **Identifikasi Masalah**

Merujuk pada latar belakang masalah, maka peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan sebagai kerangka pokok dalam mengadakan pembahasan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana kerjasama yang dilakukan Bio Farma dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* (DCVMN)?
2. Bagaimana kondisi pasar vaksin di tingkat global?
3. Bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Bio Farma dalam meningkatkan pasar vaksin global?
4. **Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya masalah yang diteliti, Penulis membatasi masalah dengan menitik beratkan pada efektivitas kerjasama DCVMN dan PT Bio Farma untuk meningkatkan pasar vaksin global dari tahun 2012-2015.

1. **Perumusan Masalah**

Mengacu kepada latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan ini adalah:

“Sejauhmana efektivitas kerjasama PT Bio Farma (Persero) dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* (DCVMN) dalam meningkatkan pasar vaksin global bagi PT Bio Farma (Persero).”

1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
2. **Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui kerjasama PT Bio Farma dengan *Developing Countries Vaccine Manufacuturers Network* (DCVMN)
2. Untuk mengetahui kondisi pasar vaksin global.
3. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Bio Farma dalam meningkatkan pasar vaksin global.
4. **Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambah wawasan tentang kerjasma PT Bio Farma dengan DCVMN.
2. Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi pengembangan studi Hubungan Internasional.
3. Sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana Strata Satu (S-1) pada jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.
4. **Kerangka Teoritis, dan Hipotesis**
5. **Kerangka Teoritis**

Pada judul skripsi ini, peneliti menyertakan beberapa pengertian dari konsep yang peneliti ambil sebagai bahan untuk membahas permasalahan yang terdapat dalam judul yang berlandaskan teori-teori hubungan internasional dari berbagai pakar yang kompeten dari sumber-sumber yang tentunya sesuai dengan masalah yang diteliti.

Studi hubungan Internasional merupakan studi tentang interaksi antar negara. Setiap negara memiliki motivasi dan prioritas tertentu yang ingin dicapai melalui hubungan dan interaksi dengan negara-negara lain, maka perlu dikemukakan beberapa pendapat dari ahli atau pakar Hubungan Internasional. Seperti yang dikemukakan oleh Trygive Mathisen terjemahan Suwardi Wiraatmadja dalam bukunya yang berjudul “*Methodology in the Study of International Relations*”, bahwa:

**“Hubungan international mempunyai arti “Semua aspek Internasional dari kehidupan sosial manusia dalam arti semua negara dan mempengaruhi tingkah laku yang terjadi atau berasal disuatu negara dan dapat mempengaruhi tingkah laku manusia di negara lain”.**

Sedangkan pengertian Hubungan Internasional menurut K.J Holsti terjemahan Wawan Juanda dalam bukunya “*Politik Internasional suatu Kerangka Analisis*” menunjukan bahwa Hubungan internasional meliputi interaksi antara pemerintah (*state actor*) maupun warga negara (*non state actor*) dalam system internasional sebagai berikut:

**“Hubungan Internasional berkaitan erat dengan segala bentuk interaksi diantara masyarakat negara-negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah atau oleh warga negara. Pengkajian Hubungan Internasional, termasuk pengkajian terhadap politik luar negeri atau politik internasional, dan meliputi segala hubungan diantara berbagai negara meliputi dunia kajian terhadap lembaga perdagangan internasional, transportasi, komunikasi, dan** **perkembangan nilai-nilai dan etika internasional”.[[9]](#footnote-10)**

Hubungan internasional merupakan suatu studi yang mempelajari aspek-aspek kehidupan yang melintasi batasan-batasan negara nasional. Hubungan ini sering disebut sebagai hubungan transnasional karena batas-batas kedaulatan suatu negara seolah-olah telah hilang atau dilanggar oleh hubungan yang ada.

Hubungan internasional dilakukan oleh aktor-aktor internasional, seperti individu, *nation state*, maupun organisasi internasional-organisasi internasional yang sifatnya lintas batas. Menurut **Rosenau**, terdapat lima aktor hubungan internasional yaitu :

1. Individu-individu tertentu
2. Kelompok-kelompok dan organisasi swasta
3. Seluruh negara-bangsa beserta pemerintahannya
4. Organisasi internasional
5. Seluruh wilayah geografis dan pengelompokkan-pengelompokkan politik utama dunia, seperti dunia ketiga.[[10]](#footnote-11)

Ada banyak teori dalam menjelaskan hubungan internasional. Dalam hal ini, Penulis akan menggunakan teori Neoliberalisme mengingat penelitian ini berkisar pada pasar global Membicarakan neoliberalisme sangat tidak mungkin kita lakukan tanpa menyinggung liberalisme. Liberalisme, awal mulanya adalah ekspresi ideologis kaum borjuis dalam menghadapi kubu konservatif. Jadi, tidak salah bila kita katakan bahwa liberalisme merupakan ideology kaum borjuis kota. Pada dasarnya, ideologi ini memperjuangkan *leissez faire* (persaingan bebas), yakni paham yang memperjuangkan hak-hak atas pemilikan dan kebebasan individual. Mereka juga lebih percaya pada kekuatan pasar untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial ketimbang paket-paket kebijakan regulasi atau intervensi pasar oleh Negara.[[11]](#footnote-12)

Kata *neo* dalam neoliberalisme merujuk pada bangkitnya kembali bentuk aliran ekonomi liberalisme lama yang cikal bakalnya dipicu oleh karya Adam Smith, yang mempropagandakan pentingnya pentingnya penghapusan intervensi pemerintah dalam mekanisme ekonomi. Sebagai gantinya, Smith menganjurkan agar pemerintah membiarkan mekanisme pasar bekerja dengan logikanya sendiri, melakukan deregulasi, serta menghilangkan seluruh hambatan (tariff dan non tarif) dan restriksi. Kompetisi dan kekuatan individu yang bekerja dalam mekanisme pasar akan menciptakan keteraturan ekonomi.[[12]](#footnote-13) Smith menggunakan teorinya tentang “tangan-tangan tersembunyi” (invisible hand) yang menurutnya bakal mengatur dan mengorganisir seluruh relasi dan kehidupan ekonomi dan juga mendorong setiap individu untuk mencari sebanyak-banyaknya keuntungan ekonomi. Kebebasan dalam upaya pemenuhan kepentingan pribadilah yang telah membawa kemajuan dan kesejahteraan rakyat. Jika semua orang, selama tidak melanggar hukum yang adil, dapat secara bebas berupaya memenuhi kepentingan pribadi mereka dengan cara mereka, maka kemajuan, kemakmuran, dan kesejahteraan masyarakat akan dapat dicapai. Dengan demikian, apabila dorongan untuk mencari keuntungan individual adaah kapasitas yang alamiah, maka tidak boleh ada intervensi negara atau monopoli negara karena hal itu hanya akan menggangggu kebebasan idividu dalam berkompetisi. Dari gagasan inilah lahir konsep pasar bebas.[[13]](#footnote-14)

Teoritisi integrasi terdahulu mempelajari bagaimana aktivitas-aktivitas fungsional lintas batas tertentu menawarkan kerjasama jangka panjang yang saling menguntungkan. Teoritisi kaum neoliberal lainnya mempelajari bagaimana integrasi menghidupi dirinya sendirti; kerjasama di satu wilayah transaksi membuka jalan bagi kerjasama di wilayah lainnya. Pembangunan Negara yang sejahtera memerlukan tingkat perdagangan, komunikasi, pertukaran budaya, dan hubungan dan transaksi lintas batas lainnya yang lebih tinggi. Hal ini memberikan dasar bagi liberalisme sosiologis, suatu aliran pemikiran neoliberal yahng menekankan dampak dari aktivitas-aktivitas lintas batas ini.[[14]](#footnote-15) Aktivitas-aktivitas yang saling terkait itu membantu mebentuk nilai-nilai dan identitas bersama di antara masyarakat dari negara-negara yang berbeda dan membuka jalan bagi hubungan kooperatif.

Hubungan atau interaksi antara aktor-aktor internasional itu menghasilkan fenomena-fenomena yang bervariasi dan dapat berwujud perjanjian internasional, hubungan diplomatik. Interaksi antar negara itu dalam sistem internasional sangat beragam, dan sering diklasifikasikan dalam lingkup berbagai masalah spesifik seperti perdagangan, perdamaian, kolonialisme. Pada dasarnya dalam karakteristik interaksi internasional dapat berupa kerjasama, persaingan, pertentangan atau pertikaian. Suatu pertikaian dapat diselesaikan untuk sementara waktu dan hal ini disebut akomodasi, yang dapat dianggap sebagai bentuk dalam interaksi internasional.

Kemudian ada dua jenis interaksi dalam dunia internasional, yaitu kerjasama dan konflik. Hubungan yang jelas terlihat antara konflik dan kerjasama internasional, dimana konflik yang ada dapat diakomodasikan melalui negosiasi. Konflik potensial tersebut selalu berakhir melalui tingkatan kerjasama. Jadi hubungan kerjasama selalu menjadi pilihan yang tidak pernah ditinggalkan oleh aktor-aktor hubungan internasional. Hukum internasional, organisasi internasional, hubungan ekonomi dan diplomasi adalah empat metode negara untuk selalu berusaha mengkordinasikan hubungannya secara konstruktif. Negara-negara menggunakan keempat hal tersebut untuk meningkatkan dan memfasilitasi interrelasi politik dan ekonomi mereka. Selain itu mereka juga menggunakannya untuk mengontrol konflik dan meningkatkan kerjasama kearah yang lebih baik lagi.

Menurut Soerjono Soekanto kerjasama dilakukan oleh dua individu atau kelompok atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu. Kerjasama timbul apabila individu dan kelompok tersebut mempunyai orientasi yang sama terhadap individu dan kelompok lain dan mempunyai tujuan yang ingin dicapai bersama-sama.[[15]](#footnote-16)

Kerjasama internasional dapat diartikan sebagai upaya suatu negara untuk memanfaatkan negara atau pihak lain dalam proses pemenuhan kebutuhan atau pencapaian tujuan. Menurut Koesnadi Kartasasmita, kerjasama internasional merupakan keharusan yang disebabkan adanya hubungan interdependensi dan bertambah kompleksnya kehidupan manusia dalam masyarakat internasional.[[16]](#footnote-17)

Lebih lanjut Holsti menjelaskan kerjasama internasional terbentuk karena kehidupan internasional yang menyangkut berbagai bidang seperti ideologi, politik, sosial, ekonomi, budaya, lingkungan hidup, pertahanan dan keamanan.[[17]](#footnote-18)

Kerjasama internasional sendiri merupakan proses utama dan interaksi internasional. Kerjasama internasional pada hakekatnya dapat dibedakan dalam empat bentuk, yaitu:

1. Kerjasama Multilateral

Hakekat dan kerjasama internasional yang universal (global) adalah memadukan semua bangsa di dunia dalam suatu wadah yang mampu mempersatukan mereka dalam cita-cita bersama dan menghindari konflik internasional.

1. Kerjasama Regional

Merupakan kerjasama anta negara yang berdekatan secara goegrafis kerjasama jenis ini merupakan gagasan yang mulai dikenal pada awal abad ke 19.

1. Kerjasama Fungsional

Dalam kerjasama fungsional, negara-negara terlibat masing-masing diasumsikan mendukung fungsi tertentu, sehingga kerjasama tersebut akan melengkapi berbagai kekurangan pada masing-masing negara.

1. Kerjasama ideologi

Kerjasama ini merupakan alat dari suatu kelompok kepentingan untuk membenarkan tujuan dari perjuangan kekuasaannya.

Dalam penelitian ini konsep kerjasama internasional yang digunakan cenderung ke arah kerjasama multilateral yaitu kerjasama memadukan semua bangsa di dunia dalam suatu wadah yang mampu mempersatukan mereka dalam cita-cita bersama. Kerjasama antara produsen vaksin dari negara-negara berkembang tercipta karena adanya cita-cita bersama untuk membuat negara berkembang mandiri dalam memproduksi vaksin tanpa harus lagi membeli dari negara maju. Dengan memproduksi vaksin sendiri negara berkembang tentu dapat memenuhi kebutuhan vaksin sendiri tanpa tergantung pada vaksin dari negara maju dan akan berdampak pada peningkatan ekonomi. Namun, dalam kerjasama ini pun bisa menjadi kerjasama bilateral bila diantara dua anggota ada yang melakukan kerjasama secara lebih lanjut seperti Indonesia dalam hal ini Bio Farma dengan Thailand, dan Arabio perusahaan dari Arab Saudi.

Kerja sama diakui sebagai sebuah ikatan antar dua atau lebih pihak atau aktor dengan tujuan yang sama. Proses kerja sama yang lebih spesifik dalam Ilmu Hubungan Internasional seringkali dikenal dengan istilah Administrasi Internasional. Sedangkan wadah yang menjadi tempat bekerja sama melaksanakan administrasi internasional, dikenal Organisasi Internasional.

Dalam hal ini T. May Rudi menyatakan bahwa:

**Organisasi internasional merupakan salah satu aktor hubungan internasional yang terbentuk berdasarkan kesepakatan yang dilakukan oleh beberapa negara (baik oleh agen pemerintah maupun non pemerintah) dengan tujuan tertentu. Organisasi internasional terbentuk karena adanya kebutuhan dari masyarakat internasional akan adanya wadah untuk melakukan kerjasama internasional.[[18]](#footnote-19)**

Secara lebih spesifik, organisasi internasional memiliki jenis dan pengelompokan yang beragam tergantung dengan pendekatan apa kita melihatnya. Clive Archer, seorang ahli Ilmu Hubungan Internasional, mengspesifikkan organisasi internasional dalam tiga spesifik besar, yaitu berdasarkan keanggotaan, tujuan dan aktivitas organisasi, dan berdasarkan struktur organisasi.  
Pengspesifikasian Organisasi Internasional menurut Clive Archer berdasarkan keanggotaan maksudnya bahwa organisasi internasional dewasa ini tidak hanya didominasi oleh aktor negara saja. Seiring dengan kompleksitas global, dimana kebutuhan untuk bekerja sama satu sama lain menjadi semakin besar, dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mendukung, mendorong aktor-aktor non-negara, termasuk individu, untuk menjalin konektivitas satu sama lain untuk bekerja sama termasuk dalam sebuah organisasi internasional.

*Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* merupakan organisasi internasional yang anggota-anggotanya terdiri dari produsen-produsen vaksin negara-negara berkembang baik swasta maupun milik pemerintah. Organisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas vaksin dan akses vaksin di negara-negara berkembang agar tidak terlalu bergantung pada negara-negara maju dan dapat menanggulangi permasalahan penyakit menular di negara-negara berkembang. Anggota-anggota dari DCVMN pun sudah mulai memasuki pasar vaksin global.

Perdagangan internasional bukanlah sesuatu hal yang baru, namun sebuah paparan teoritis yang sistematis baru dikembangkan sekitar abad keenambelas dan ketujuhbelas. Dimulai dari teori Merkantilisme yang menganggap pertumbuhan ekonomi suatu negara tumbuh sebagai akibat adanya pengeluaran dari negara lain.

Suatu negara dapat mempertinggi kekayaannya dengan cara menjual barang- barangnya ke luar negeri (Sukirno, 2008). kemakmuran bila dilaksanakan melalui mekanisme perdagangan bebas. Melalui perdagangan bebas, para pelaku ekonomi diarahkan untuk melakukan spesialisasi dalam upaya peningkatan efisiensi (Rahardja dan Manurung, 2006). Setiap negara akan memperoleh manfaat perdagangan internasional karena melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika negara tersebut memiliki keunggulan mutlak, serta mengimpor barang jika negara tersebut memiliki ketidakunggulan mutlak (Hamdy, 2001). Jika sebuah negara lebih efisien daripada (atau memiliki keunggulan absolut terhadap) negara lain dalam memproduksi sebuah komoditi, namun kurang efisien dibanding (atau memiliki kerugian absolut terhadap) negara lain dalam memproduksi komoditi lainnya, maka kedua negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dengan cara masing-masing melakukan spesialisasi dalam memproduksi komoditi yang memiliki keunggulan absolut, dan menukarkannya dengan komoditi lain yang memiliki kerugian absolut (Salvatore, 1996).

Perdagangan atau pertukaran berarti proses tukar-menukar yang dilakukan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak yang terlibat. Pada kenyataannya, dalam memenuhi kebutuhannya suatu negara belum mampu memproduksi barang sendiri tanpa menerima bantuan dari negara lain. Seiring dengan berkembangnya teknologi, memungkinkan suatu negara mengadakan hubungan dagang dengan negara lain atau mengadakan kegiatan ekspor dan impor. Oleh karena proses tukar-menukar tersebut dilakukan antarnegara, maka disebut dengan perdagangan internasional.

Dari uraian di atas, perdagangan internasional (international trade) dapat didefinisikan sebagai kegiatan transaksi dagang antara satu negara dengan negara lain, baik mengenai barang ataupun jasa-jasa, dan dilakukan melewati batas daerah suatu negara.

Semula istilah pasar menunjukkan tempat dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menunjuk pada sejumlah penjual dan pembeli yang melakukan transaksi pada suatu produk. Sedangkan menurut para ahli di bidang pemasaran, seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler mengenai definisi pasar adalah sebagai berikut:

**“Pasar yaitu terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu”.[[19]](#footnote-20)**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang diakses secara online pengertian **global**/glo·bal/ a **1** secara umum dan keseluruhan; secara bulat; secara garis besar: memberikan penjelasan secara -- saja; **2** bersangkut paut, mengenai, meliputi seluruh dunia.[[20]](#footnote-21)

Sedangkan globalisasi adalah proses meningkatnya interdependensi antara aktor negara dan non-negara pada skala global sehingga hubungan sosial dalam suatu masyarakat secara signifikan dibentuk dan dipengaruhi dimensi hubungan sosial yang lebih luas pada skala dunia.[[21]](#footnote-22) Atau globalisasi adalah perluasan kegiatan ekonomi melintasi batas-batas poitik nasional dan regional dalam bentuk peningkatan gerakan barang dan jasa termasuk buruh, modal, teknologi, dan informasi melalui perdagangan.[[22]](#footnote-23)

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar global adalah pasar berskala dunia yang terbuka bagi seluruh pelaku usaha dimana ada transaksi antara penjual dan pembeli dalam skala internasional. Pasar global terbentuk seiring dengan proses tumbuh dan berkembangnya globalisasi perekonomian dunia. Semua perusahaan berskala internasional atau multinasional kini berlomba-lomba memperebutkan. Seiring dengan globalisasi pasar domestik pun memperluas pasarnya menjadi global. Produk-produk dalam negeri dijual ke luar dan bersaing dengan produk-produk dari negara lain. Kebutuhan suatu negara akan produk tertentu yang tidak bisa diproduksi sendiri menyebabkan adanya kebutuhan ekspor dan impor.

Ada beberapa cara masuk pasar luar negeri (*foreign market entry*), yaitu :

(1) *Export or Import Entry*, yaitu menembus pasar luar negeri dengan transaksi ekspor dan impor. Cara ini merupakan cara yang paling lazim dan umum dilakukan oleh pelaku usaha. (2) *Contract Based Entry*, yaitu masuk pasar luar negeri dengan mendasarkan pada perjanjian/kontak. Yang meliputi : *licensing* atau perjanjian lisensi dan franchising atau perjanjian waralaba. Metode inipun saat ini sangat populer dilakukan oleh banyak perusahaan. Contoh paling dekat dan kasat mata adalah Mc. Donald, ia adalah perusahaan MNC yang memanfaatkan pasar luar negeri dengan waralaba. (3) *Investment Based Entry*. Ialah metode untuk masuk pasar luar negeri dengan melakukan usaha patungan/kerjasama (*joint ventures*), mengakuisisi perusahaan yang telah ada atau membentuk anak perusahaan di luar negeri tersebut. Metode-metode ini memiliki implikasi pada biaya dan risiko. Setiap alternatif pilihan memberikan risiko dan konsekuensi biaya yang berlainan.[[23]](#footnote-24)

Dalam pasar juga ada istilah *market share* yaitu merupakan bagian pasar yang mampu dikuasai oleh perusahaan apabila dibandingkan dengan penjualan seluruh industrinya (total penjualan perusahaan yang sejenis) dikenal sebagai *Market Share*. Sehingga dapat dikatakan *Market Share* sebagai proporsi kemampuan perusahaan terhadap keseluruhan penjualan seluruh pesaing, termasuk penjualan perusahaan itu sendiri. Tingkat *market share* ditunjukan dan dinyatakan dalam angka presentase. Atas dasar angka tersebut dapat diketahui kedudukan perusahaan dan juga kedudukan pesaing-pesaingnya dipasar. Sehingga seringkali tingkat market share dapat dipergunakan dalam pedoman atau standart keberhasilan pemasaran perusahaan dalam kedudukannya dengan pesaing-pesaingnya. *Market-Share* (absolute maupun relatif) yang merupakan indikator perusahaan yang mampu menjelaskan tentang :

kemampuan perusahaan menguasai pasar.

Kemampuan penguasaan pasar dapat dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan atau meningkatkan tingkat *market share*. Sehingga pencapaian tujuan berarti juga dianggap sebagai keberhasilan perusahaan.

Kedudukan (posisi) perusahaan di pasar persaingan.

Berdasaar tingkat market share, kedudukan masing-masing perusahaan dapat dilakukan urutan atau rangkingnya dalam pasar persaingan. Secara berturut-turut posisi perusahaan dapat dibedakan sebagai : Marker Leader, Challenger, Follower, dan Market Nicher.[[24]](#footnote-25)

Pasar vaksin global kian menjadi peluang besar bagi perusahaan-perusahaan vaksin untuk memasukinya seiring dengan gencarnya seruan untuk akses vaksin sebagai hak mendasar bagi kesehatan manusia. Isu kesehatan merupakan isu bersama dan menjadi agenda global yang harus diselesaikan secara bersama-sama. Semua masyarakat dunia membutuhkan vaksin sebagai upaya menanggulangi penyakit-penyakit yang bisa dicegah oleh vaksin.

Adapun definisi vaksin adalah:

**“Vaksin adalah suatu bahan yang berasal dari kuman atau virus yang menjadi penyebab penyakit, namun telah dilemahkan atau dimatikan, atau diambil sebagian, atau mungkin tiruan dari kuman penyebab penyakit, yang secara sengaja dimasukkan ke dalam tubuh seseorang atau kelompok orang dengan tujuan merangsang timbulnya zat anti penyakit tertentu pada orang-orang tersebut” .[[25]](#footnote-26)**

Indonesia sendiri dengan industri vaksinnya yaitu PT Bio Farma merupakan kategori *latecomer firms*. Konsep *Latecomer Firms* biasa digunakan untuk mengacu pada perusahaan-perusahaan yang bisa dikatakan lebih lambat memasuki pasarinternasional, dimana ketika perusahaan tersebut memasuki pasar internasional, sudah ada perusahaan lain yang lebih dulu ada dan beroperasi dalam pasar internasional sektor tersebut (*incumbent*). Definisi *Latecomer Firms* menurut John A. Matthews adalah perusahaan yang memenuhi 4 kondisi berikut:[[26]](#footnote-27)

a. *Industry Entry:* sebuah *latecomer firms* adalah perusahaan yang terlambat memasuki industri tersebut, bukan karena pilihan tapi dikarenakan alasan historis.

b. *Resources*: *latecomer firms* adalah perusahaan yang pada dasarnya kekurangan sumber daya (*resources*), seperti kurangnya teknologi dan akses pasar.

c. *Strategic intent*: tujuan utama dari *latecomer firms* adalah untuk mengejar ketertinggalan mereka.

d. *Competitive Position: latecomer firms* memiliki keuntungan kompetitif mendasar, seperti rendahnya biaya, yang bisa digunakan untuk meningkatkan posisi dalam industri pilihan.

Melalui definisi tersebut dapat, dapat dikaitkan dengan industri vaksin Indonesia yakni PT Bio Farma yang merupakan pendatang baru yang mana berasal dari negara berkembang dimana sudah sebelumnya telah ada perusahaan yang beroperasi di pasar vaksin global ini seperti MNC farmasi dari negara-negara maju di Eropa dan Amerika Serikat yang merupakan pemain besar dan sudah terlebih dahulu bermain di pasar ini.

Kerjasama anatara PT Bio Farma dengan DCVMN adalah merupakan upaya dari PT Bio Farma untuk meningkatkan pasarnya secara global. Maksud upaya dalam penelitian ini adalah penulis ingin menggali dan menjelaskan secara lebih mendalam dan komprehensif tindakan-tindakan dan langkah-langkah yang diambil oleh Indonesia dalam hal ini PT Bio Farma sebagai perusahaan vaksin tunggal yang dimiliki Indonesia dalam menguasai pasar vaksin global termasuk dengan kerjasamanya dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network*.

Upaya merupakan usaha, akal, atau ikhtiar yang bertujuan untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dengan menggunakan dan mengaplikasikan segala kemampuan dan sarana maupun prasarana yang dimiliki.[[27]](#footnote-28)

Dari uraian yang sudah penulis jelaskan dari latar belakang hingga kerangka teoritis, penulis membuat asumsi guna memperkuat hipotesis, yakni:

1. Untuk mengurangi ketergantungan dari negara-negara maju, produsen-produsen vaksin di negara-negara berkembang membentuk sebuah kerjasama dalam wadah DCVMN untuk saling bertukar informasi seputar vaksin dan teknologi dalam meningkatkan kapasitas produksi vaksin di negara-negara berkembang dengan harga yang terjangkau.
2. Kondisi pasar vaksin global didominasi produsen-produsen vaksin dari negara-negara maju. Dengan adanya aliansi DCVMN ini produsen-produsen vaksin negara-negara berkembang pun lebih mudah diakui internasional dan dapat memasuki pasar vaksin global.
3. Negara-negara berkembang masih membutuhkan vaksin dasar untuk memenuhi kebutuhan vaksin di negaranya dengan adanya kerjasama ini mempermudah mereka untuk saling membantu menyediakan vaksin bagi negara-negara berkembang lainnya yang belum mampu menyediakan kebutuhan vaksin di negaranya. Bio Farma yang mempunyai keunggulan yaitu 12 produk vaksinnya yang sudah lolos prakualifikasi WHO merupakan produsen yang diincar oleh negara berkembang lainnya untuk diminta bantuannya menyediakan produk vaksin bagi mereka.
4. **Hipotesis**

“Dengan adanya kerjasama PT Bio Farma dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* (DCVMN) di bidang vaksin dengan saling bertukar informasi dan mengirimkan produk vaksin bagi anggota DCVMN lain maka akan membantu PT Bio Farma meningkatkan pasar global bagi produk-produknya”.

1. **Operasionalisasi Variabel dan Indikator (Konsep Teoritik, Empirik, dan Analisis)**

**Tabel 1.1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel Dalam Hipotesis (Teoritik)** | **Indikator (Empirik)** | **Verifikasi (Analisis)** |
| Variabel bebas:  Dengan adanya Kerjasama PT Bio Farma (Persero) dan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* (DCVMN). | 1. PT Bio Farma merupakan anggota DCVMN dan BUMN Indonesia yang bergerak di bidang industri vaksin  2. Program Kerjasama  3. MOU | 1. Bio Farma merupakan salah satu pelopor pendirian DCVMN pada tahun 1999 dan presiden pertama DCVMN adalah salah satu Direktur Utama PT Bio Farma (Persero), saat itu alm. Thamrin Poeloengan.  (Website Bio Farma http://www.biofarma.co.id/en/developing-countries-vaccine-manufacturers-network-dcvmn/)  2. Mengadakan program tahunan dalam membahas seputar vaksin, kerjasama bilateral antar anggota seperti Bio Farma yang mengirimkan bahan setengah jadi dan bahan jadinya ke Arab Saudi, India, Thailand, dll. (Wawancara dengan pihak Bio Farma)  3. Anggota-anggota DCVMN menandatangani MOU pada 10 Agustus 2015 di Jenewa, Swiss untuk meningkatkan kerjasama mereka (http://www.dcvmn.org/IMG/pdf/pr\_mou\_approval\_v5.pdf) |
| Variabel Terikat:  Meningkatkan pasar vaksin global bagi produk-produk PT Bio Farma. | 4. Adanya permintaan dari anggota DCVMN untuk menyediakan bulk maupun produk jadi  5. Produk Vaksin Bio Farma sudah digunakan di 131 negara | 4. The Thai Red Cross dari Thailand meminta Bio Farma menyediakan bulk tetanus difteri.  Arabio dari Arab Saudi meminta Bio Farma menyediakan bulk dari vaksin dasar untuk selanjutnya difinalisasi oleh produsen yang bersangkutan.  Pada pertemuan DCVMN ke-14 di Vietnam tahun 2013, Vietnam meminta bantuan Bio Farma menyediakan vaksin Pentabio untuk Vietnam.  (http://www.antaranews.com/berita/400868/bio-farma-dipercaya-produsen-vaksin-negara-berkembang-dan-islam)  5.Hingga tahun 2015 Bio Farma mengekspor produk-produknya dan saat ini sudah ke 131 negara (http://www.bumn.go.id/biofarma/berita/3330/Indonesia.Siap.Jadi.Motor.Penggerak.Vaksinasi.Bangsa-bangsa.Asia.Afrika) |

1. **Skema Kerangka Teoritis**

**Pasar Vaksin Global**

Indonesia

(PT Bio Farma Persero)

*Developing Countries Vaccine Manufacturers* Network

Upaya Meningkatkan Pasar Vaksin Global

Memproduksi vaksin berkualitas dengan Harga Terjangkau

Bertukar Informasi, membantu memenuhi kebutuhan vaksin dan mendorong produksi vaksin

Memperluas jaringan internasional

**Produsen Vaksin Negara-Negara Maju**

MNC :

Glaxo Smith Kline, Merck&Co,

Sanofi, Pfizer, Novartis, dll

**Produsen Vaksin Negara-Negara Berkembang**

**E. Metode dan Teknik Pengumpulan data**

1. **Tingkat Analisis**

Tingkat penelitian dilakukan untuk mempermudah penulis dalam memilah masalah yang akan di analisis. Adapun tingkat analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu tingkat analisis reduksionis, dimana unit eksplanasinya berada pada tingkat yang lebih rendah. Unit analisa yang dianggap sebagai variabel dependen pada penelitian ini adalah meningkatkan pasar vaksin global yang mana variabel ini dipengaruhi oleh unit eksplanasi yang dianggap sebagai variabel independen, kerjasama PT Bio Farma (Persero) dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* (DCVMN).

1. **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskrpitif yaitu metode yang bertujuan untuk memberikan suatu deskripsi dan penjelasan akan suatu peristiwa yang terjadi. Penelitian ini memaparkan bagaimana kerjasama PT Bio Farma (Persero) dengan *Developing Countries Manufacturers Network* (DCVMN) dalam upaya meningkatkan pasar vaksin global.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan studi kepustakaan berupa pencarian atas fakta-fakta maupun informasi baru yang dapat memberi gambaran umum atau menjawab pertanyaan penelitian melalui sumber-sumber relevan sepeti pada literatur yang bersifat teknis ataupun analisa. Penulis pun melakukan wawancara langsung ke perusahaan yang menjadi obyek penelitian namun, wawancara yang dilakukan hanya wawancara awal dan penulis hanya mendapatkan sedikit informasi dari pihak tersebut. Sebagai pendukung kajian literatur penelitian ini juga menggunakan riset *online* dengan seperti pencarian data di artikel *online*, koran digital, jurnal-jurnal *online*, *website* resmi , laporan tahunan yang diunduh dari *website* resmi.

1. **Lokasi dan Lamanya Penelitian**
2. **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan untuk menyusun tugas akhir (Skripsi) ini dilakukan di berbagai tempat, diantaranya:

* 1. Perpustakaan FISIP Unpas, Jl. Lengkong Dalam No. 17D Bandung.
  2. PT Bio Farma (Persero), Jl. Pasteur No. 28 Bandung.

1. **Lama Penelitian**

Lama Penelitian adalah 6 (enam) bulan terhitung dari 20 Oktober 2015.

**Tabel 1.2**

**Jadwal Kegiatan Penelitian**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | **2015-2016** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bulan | Oktober | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | |
| Minggu | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Kegiatan |
| 1. | Tahap Persiapan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | 1. Konsultasi Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1. Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1. Pembuatan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1. Seminar UP |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Penelitian Lapangan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  | 1. Pengurusan Surat Izin |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1. Pengajuan Surat Penelitian ke Lapangan & Wawancara |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Pengolahan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Analisa Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Tahap Akhir  Pelaporan  Persiapan & Draft  Sidang Akhir |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN**

Dalam Bab ini merupakan bagian awal atau pendahuluan yang terdiri atas sub-sub tema sebagai berikut: Latar Belakang, Identifikasi masalah, Pembahasan dan Perumusan masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Hipotesis, Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data serta Lokasi dan Lamanya Penelitian.

**BAB II KERJASAMA PT BIO FARMA DENGAN DEVELOPING COUNTRIES VACCINE MANUFACTURERS NETWORK** Berisikan Uraian atau Informasi umum/dasar/awal/mengenai tema atau masalah yang dijadikan variabel bebas. Disini penulis menjelaskan secara umum mengenai Kerjasama PT Bio Farma (Persero) dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network.*

**BAB III TINJAUAN UMUM MENGENAI KONDISI PASAR VAKSIN DI TINGKAT GLOBAL**

Bab ini mengenai tema atau masalah yang dijadikan variabel terikat. Dalam bab ini penulis menjelaskan bagaimana kondisi pasar vaksin global

**BAB IV EFEKTIVITAS KERJASAMA PT BIO FARMA-DCVMN DALAM MEMBANTU PT BIO FARMA MENINGKATKAN PASAR VAKSIN GLOBAL**

Bab ini berisikan uraian data yang menjawab indikator variabel bebas dan terikat. Adapun isi dari bab ini ialah sejauh mana efektivitas kerjasama PT Bio Farma dengan *Developing Countries Vaccine Manufacturers Network* dalam membantu PT Bio Farma meningkatkan pasar vaksin global serta akan diuraikan pula tantangan dan strategi apa saja yang dihadapai dan dilakukan Bio Farma untuk peningkatan pasarnya.

**BAB V KESIMPULAN**

Adalah Bab penutup yang berisi tentang kesimpulan penelitian skripsi dan kata penutup serta saran.

1. CDC adalah badan [Departemen Kesehatan dan Layanan Masyarakat](https://id.wikipedia.org/wiki/Departemen_Kesehatan_dan_Layanan_Masyarakat_Amerika_Serikat) [Amerika Serikat](https://id.wikipedia.org/wiki/Amerika_Serikat) yang berbasis di [DeKalb County](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=DeKalb_County,_Georgia&action=edit&redlink=1), [Georgia](https://id.wikipedia.org/wiki/Georgia). Badan ini berfungsi untuk meningkatkan kesehatan dan keamanan publik dengan menyediakan informasi kesehatan, dan mempromosikan kesehatan dengan departemen kesehatan negara dan organisasi lainnya. [↑](#footnote-ref-2)
2. “5 Masalah Kesehatan yang masih ada di tahun 2014”, dalam <http://health.liputan6.com/read/788665/5-masalah-kesehatan-yang-masih-ada-di-2014> diakses tanggal 22 Oktober 2015 [↑](#footnote-ref-3)
3. “Kebutuhan Vaksin Dunia Naik 15 Persen Per Tahun”, dalam <http://gaya.tempo.co/read/news/2012/11/03/060439435/kebutuhan-vaksin-dunia-naik-15-persen-per-tahun> diakses tanggal 22 Oktober 2015 [↑](#footnote-ref-4)
4. Miloud Kaddar, “*Global Vaccine Market Features and Trends”* dalam <http://who.int/influenza_vaccines_plan/resources/session_10_kaddar.pdf> diakses tanggal 22 Oktober 2015 [↑](#footnote-ref-5)
5. didefinisikan sebagai negara dengan ekonomi  rendah menuju ke level menengah pendapatan per kapita. Negara  tersebut  80% dari populasi global, dan mewakili sekitar 20% dari ekonomi dunia. Istilah ini diciptakan pada  1981 oleh Antoine W. Van Agtmael dari *International Finance Corporation* dari Bank Dunia. [↑](#footnote-ref-6)
6. World Health Organization, “*Vaccine Market*” dalam <http://www.who.int/immunization/programmes_systems/procurement/market/global_supply/en/> diakses tanggal 25 Oktober 2015 [↑](#footnote-ref-7)
7. Website PT Bio Farma dalam <http://www.biofarma.co.id/?page_id=45> diakses tanggal 25 Oktober 2015 [↑](#footnote-ref-8)
8. “*DCVMN Members committed to boost global nesaccess to high quality vaccine”* diakses dalam <http://www.dcvmn.org/IMG/pdf/pr_mou_approval_v5.pdf> [↑](#footnote-ref-9)
9. K.J Holsti. 1975. Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis. Terjemahan oleh Wawan Juwanda. (Bandung: Binacipta,1992), hlm. 23-24 [↑](#footnote-ref-10)
10. J.N Rosenau. *World Politics; an introduction*. (New York: The Free Press, 1976), hlm. 5 [↑](#footnote-ref-11)
11. Fakir. M, *Bebas dari Neoliberalisme*. 2003. Yogyakarta: Insist Press. hal. 4. [↑](#footnote-ref-12)
12. Setawan, B. *Peralihan Kapitalisme di Dunia Ketiga*.1999. Yogyakarta: Insist Press. hal. 11. [↑](#footnote-ref-13)
13. Khudori, *Neoliberalisme Menumpas Petani Menyingkap Kejahatan Industri Pangan*.2004.

    Yogyakarta: Nailil Printika. hal. 2. [↑](#footnote-ref-14)
14. Robert Jackson dan Georg Sorensen, *Pengantar Studi Hubungan Internasional*.2005. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. hal. 63-64. [↑](#footnote-ref-15)
15. Soerjono Soekanto. Sosiologi: Suatu Pengantar. (Jakarta: Rajawali, 1990), hlm. 65-66. [↑](#footnote-ref-16)
16. Koesnadi Kartasasmita. Administrasi Internasional. (Bandung: Diktat Lembaga Penelitian STIA, 1997), hlm. 19. [↑](#footnote-ref-17)
17. K.J Holsti. 1975. Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis. Terjemahan oleh Wawan Juwanda. (Bandung: Binacipta,1992), hlm. 650. [↑](#footnote-ref-18)
18. T. May Rudi, *Administrasi dan Organisasi Internasional*, Bandung: Refika Aditama, 1998, hlm. 2. [↑](#footnote-ref-19)
19. Philip Kotler. 1997. Manajemen Pemasaran - Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, terjemahan Jaka Wasana (Jakarta: Erlangga, 1999), hlm. 12 [↑](#footnote-ref-20)
20. KBBI Online dalam <http://kbbi.web.id/global> diakses tanggal 03 November 2015. [↑](#footnote-ref-21)
21. John Art Scholte. 2000. Globalization: A Critical Introduction, New York: Sin Martin’s Press. hal. 14 [↑](#footnote-ref-22)
22. Cornelis Rintuh dan Miar, M.S .2005. Kelembagaan dan Ekonomi Rakyat, Yogyakarta: BPFE, hal. 116 [↑](#footnote-ref-23)
23. http://wongndoko.blogspot.co.id/2008/03/bakul-nasi-salam-pembuka.html [↑](#footnote-ref-24)
24. http://belajartanpabuku.blogspot.co.id/2013/03/pengertian-analisis-potensi-pasar.html [↑](#footnote-ref-25)
25. Achmadi, U.F, Imunisasi Mengapa Perlu. Cetakan I (Jakarta: Buku Kompas, 2006) [↑](#footnote-ref-26)
26. J.A. Matthews, “Competitive Advantages of the Latecomer Firms: A Resource-based Account of Industrial Catch-up Strategies”, *Asia Pacific Journal of Management,* vol. 19, 2002, p. 472 [↑](#footnote-ref-27)
27. Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005. Hal.995. [↑](#footnote-ref-28)