

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya dunia usaha pada saat ini, perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk obat yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mempertahankan atau meningkatkan laju pertumbuhan usahanya, perusahaan perlu mengarahkan pengembangan usahanya pada kebutuhan dan peluang pasar dimasa mendatang. Salah satunya adalah usaha yang bergerak dalam bidang farmasi yang mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan farmasi lainnya.

Dewasa ini dunia usaha dihadapkan pada masa-masa yang semakin sulit di lain pihak. Perdagangan bebas yang juga berarti persaingan yang semakin ketat mau tidak mau harus kita hadapi. Belum lagi situasi pasar yang begitu cepat berubah, oleh karenanya dapat membawa dampak terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Tak bisa dipungkiri lagi bahwa keberhasilan usaha tergantung pada seberapa besar kemampuan perusahaan dalam bersaing merebut pasar. Dengan kata lain hanya perusahaan yang tanggap dan mampu mengerti konsumen yang dapat menguasai pasar untuk bertahan di arena persaingan.

Pengaruh perubahan dan tantangan kompetisi tersebut berdampak pada aktivitas bisnis perusahaan yang sedang dijalankan. Semua itu harus dirumuskan secara konkrit dalam bentuk perencanaan bisnis yang tepat, komprehensif, efektif dan efisien untuk memenangkan persaingan.

Banyak perusahaan tidak mepedulikan perkembangan lingkungan bisnis baik internal maupun eksternal. Untuk itu diperlukan tindakan-tindakan antisipasi untuk menghadapi persaingan yang tidak terduga yang sewaktu-waktu dapat mengancam perusahaan. Dengan adanya persaingan ini diharapkan akan memberikan dorongan kepada perusahaan untuk terus melakukan usaha dan cara-cara baru yang bertujuan agar usaha yang sedang dijalankan dapat berkembang dengan pesat.

Suatu hal yang wajar jika perusahaan menginginkan agar perusahaan tetap bertahan dalam menghadapi gempuran persaingan pasar saat ini. Perkembangan industri terutama industri farmasi saat ini berkembang dengan pesatnya, hal ini ditunjang dengan semakin membaiknya kondisi perekonomian. Selain itu juga karena kondisi sosial politik di negara kita yang semakin stabil memberikan daya tarik tersendiri kepada para konsumen baik dari dalam maupun luar negeri untuk mendapat konsumen yang banyak.

Dengan adanya peluang ini seharusnya dapat digunakan sebaik-baiknya dengan berusaha merebut konsumen sebanyak-banyaknya dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Sudah menjadi keharusan suatu perusahaan untuk menjaga dan memelihara konsumen dengan sebaik mungkin dan menarik konsumen baru dengan menawarkan kelebihan-kelebihan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya tanpa merendahkan perusahaan pesaing. Sehingga akan menimbulkan persaingan yang sehat pada perusahaan yang memiliki bidang usaha yang sama.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat pada bidang industri farmasi perusahaan perlu memiliki strategi bersaing yang efektif. Meliputi tindakan menciptakan posisi yang aman dalam persaingan.

Strategi bersaing bertujuan untuk membina posisi yang menguntungkan dan stabil dalam melawan kekuatan lawan, atau dengan kata lain strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam industri dimana persaingan berlangsung. Sehingga persaingan menjadi hal yang penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan.

Salah satu bidang industri yang tingkat persaingannya tinggi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang farmasi. Tetapi walaupun persaingan yang terjadi sangat ketat tidak membuat perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang farmasi berhenti memproduksi, mereka bahkan terus berinovasi menciptakan formula baru agar mereka tetap bertahan di pasar. Hal ini bisa dilihat dari tingkat pertumbuhan produksi obat yang terus meningkat dari tahun ketahun sehingga terus mengalami peningkatan,

selain itu dengan semakin banyaknya merek-merek obat yang baru yang ada di pasaran.

PT. Sanbe Farma mempunyai beberapa bagian penjualan di sekeliling Asia Selatan- Asia Timur (Vietnam, Myamar, Thailand, dan Singapura) dan negara Afrika. Ilmu kesehatan berkembang diseluruh dunia dalam *bioteknologi* dokter dan pengetahuan dalam ilmu kedokteran sekarang ini meningkat, PT. Sanbe Farma dapat merumuskan dengan pengetahuan beberapa obat-obatan yang paling manjur pernah ditemukan oleh manusia.

Produksi obat-obatan seharusnya menjadi harga berlaku di dunia dan tenaga terampil dengan tujuan mampu melayani semua orang di dunia. Jadi PT. Sanbe Farma tidak hanya mencari distributor untuk obat-obatan, melainkan dengan fasilitas paling modern dan semuanya membutuhkan pemeliharaan untuk mempertahankan kualitasnya.

Perlu rasanya badan usaha atau perusahaan memiliki visi dan misi sebagai pedoman, suatu awal tujuan pengembangan usahanya kedepan, dengan menitikberatkan pada visi dan misi dari perusahaan tersebut, berikut adalah visi dan misi PT. Sanbe Farma.

Visi perusahaan yaitu mewujudkan suatu pengembangan dan kemajuan yang besar terhadap perusahaan, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan besar lainnya.

Misi perusahaan yaitu memberikan pelayanan yang baik serta kualitas yang bermutu terhadap konsumen, mendorong para pegawai agar semangat dalam bekerja serta mengerjakan suatu pekerjaan dengan maksimal.

PT. Sanbe Farma merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha memproduksi obat dalam berbagai macam jenis merek obat.

Untuk itu PT. Sanbe Farma harus tetap waspada dalam menghadapi persaingan. Maka untuk menghadapinya diperlukan suatu strategi bersaing yang tepat.

Kemampuan perusahaan beradaptasi dalam menghadapi perubahan internal maupun eksternal membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan. Perusahaan harus berusaha untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal, baik peluang maupun ancaman suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan, tingkat inflansi, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

PT. Sanbe Farma prospek untuk lima tahun kedepan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, baik dari proses produksi, kualitas, harga dan persaingan pasar, karena PT. Sanbe Farma memberikan banyak kelebihan-kelebihan dan keunggulan produknya serta pelayanan yang member kepuasan bagi konsumen agar konsumen tetap merasa puas dengan produk dan pelayanan yang ditawarkan. Karena PT. Sanbe Farma mengutamakan kebutuhan konsumen (pasar).

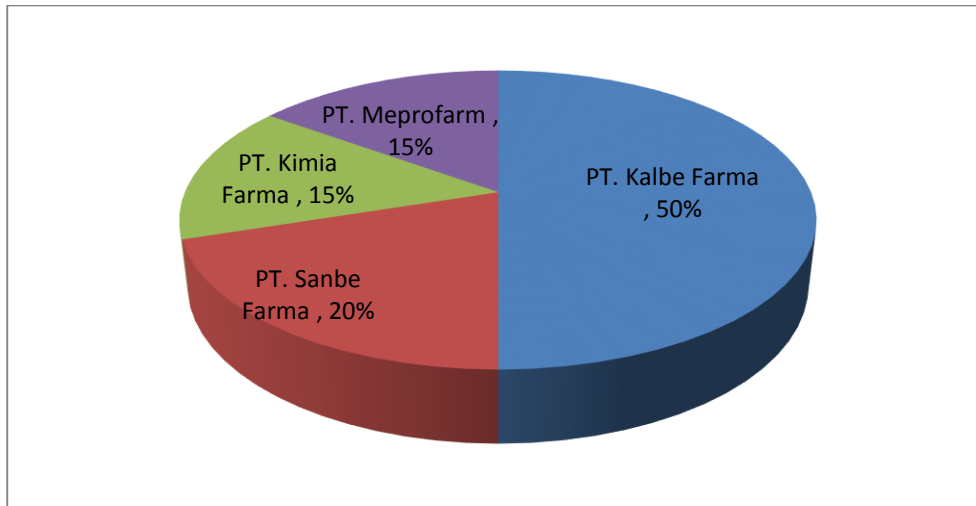
Posisi persaingan PT. Sanbe Farma diantara perusahaan sejenis, tergambar dari data produksi dan data penjualan selama satu tahun terlihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2014

NAMA PERUSAHAAN	PRODUK	JUMLAH PENJUMLAHAN	PANGSA PASAR $\frac{\text{Penjualan}}{\Sigma} \times 100\%$
PT.KALBE FARMA	Obat-obatan	Rp. 8.534.523.560	50%
PT.SANBE FARMA	Obat-obatan	Rp. 3.547.693.298	20%
PT. KIMIA FARMA	Obat-obatan	Rp. 2.994.334.000	15%
PT. MEPROFARM	Obat-obatan	Rp .2.454.300.387	15%

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung dan PT. Sanbe Farma

Dilihat dari kondisi pasar yang ada maka dapat dilihat dari perbandingan data-data penjualan dari setiap perusahaan dilihat dari dalam gambar 1.1 adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Data Penjualan

Oleh karena itu, untuk menghadapi permasalahan di atas perlu adanya suatu analisa terhadap lingkungan strategi perusahaan, dalam upaya memperoleh strategi bisnis yang baik bagi perusahaan untuk semua tantangan yang ada, maka dibutuhkan strategi bisnis yang mampu memposisikan dan membentuk nilai keunggulan bersaing perusahaan di masa mendatang. Dimana kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan, tingkat inflasi, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen (pasar), serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Jadi dengan adanya penetapan strategi yang akan diambil oleh perusahaan, berarti perusahaan telah meletakkan salah satu dasar yang kuat dalam mencapai tujuan dan menentukan langkah yang tepat dalam mengembangkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang menarik inilah penulis mengadakan penelitian dengan judul **“Usulan Strategi Perusahaan Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Perusahaan Obat di PT. Sanbe Farma)**

1.2 Perumusan Masalah

Suatu strategi yang akan dijalankan oleh suatu perusahaan haruslah dilakukan secara cermat dengan mengamati kekuatan-kekuatan yang ada pada perusahaan dengan membandingkan kelemahan-kelemahan yang ada di perusahaan. Peluang pasar yang ada dalam tingkat persaingan yang ketat (*hypercompetition*) merupakan ciri lingkungan yang dinamis, sehingga nantinya akan muncul berbagai macam produk dan jasa yang semakin inovatif. Oleh sebab itu suatu perusahaan harus dapat menganalisa keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar) yang harus disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merumuskan strategi perusahaan dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di perusahaan?
2. Bagaimana menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan industri farmasi yang ketat?

Pada tahap ini penulis mengidentifikasi potensi ancaman yang mungkin timbul bagi suatu perusahaan dari fenomena permasalahan yang ada pada saat ini. Hasilnya, penulis menganggap bahwa strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang disusun secara cermat akan sangat membantu mengatasi permasalahan yang terjadi. Karena strategi dalam menghadapi persaingan bisnis yang disusun secara cermat akan memberikan informasi mengenai kegiatan yang akan dan harus dilakukan perusahaan dalam rangka mewujudkan tujuan bisnisnya, tentu saja dengan melihat kondisi lingkungan di sekitarnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Pada tahap ini peneliti mencoba untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian serta hal-hal yang ingin diketahui dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisa atau memetakan kondisi perusahaan serta posisinya dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada saat sekarang.
2. Menyusun dan mengkaji prioritas alternatif strategi bisnis yang tepat untuk perusahaan dalam menghadapi persaingan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari pemecahan masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan dapat melakukan perbaikan pada faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan.
2. Dapat mengantisipasi perubahan pasar dan persaingan di masa mendatang dengan strategi yang tepat untuk tetap bertahan.

1.5 Pembatasan Masalah

Dalam merancang suatu pemecahan masalah yang dijabarkan sebelumnya, maka untuk menghindari penyimpangan pembahasan masalah ke arah yang lebih luas serta sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka perlu dilakukan suatu pembahasan masalah sehingga dapat dilakukan analisis yang terarah yang sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada divisi marketing PT. Sanbe Farma.
2. Fokus pembahasan dari penelitian ini adalah mengenai usulan strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis di PT. Sanbe Farma.
3. Pembahasan materi dan penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian penulis.
4. Data keuangan perusahaan berupa neraca keuangan dan laporan laba rugi selama lima tahun terakhir, yaitu 2010-2014.