

Strategi bersaing pada perusahaan distributor studi kasus pada PT Faulding Indonesia

Ratnayanti A. Halim, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20464499&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam pemasaran dibutuhkan sistem distribusi yang baik agar produk yang dipasarkan dapat sampai ketangan konsumen yang sudah ditargetkan. Untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran, sistem distribusi sangat berperan penting.

Pemilihan saluran distribusi merupakan keputusan yang paling menentukan, karena penentuan saluran distribusi sangat menentukan keputusan pemasaran lainnya.

Dari sudut pandang ekonomi, fungsi distributor adalah menjembatani perbedaan antara keaneka ragaman barang dan jasa yang dihasilkan produsen dengan keaneka ragaman barang yang dibutuhkan para konsumen.

Pada umumnya hampir semua produsen menyerahkan kegiatan distribusi kepada perusahaan distribusi karena untuk membangun perusahaan distribusi diperlukan biaya yang besar dan diperlukan konsentrasi karena perusahaan distribusi sangat membutuhkan kemampuan operasional yang tinggi. Sedangkan bila produsen memiliki sendiri perusahaan distribusi maka biaya yang dikeluarkan lebih baik digunakan untuk investasi dalam bisnisnya sendiri sehingga lebih menguntungkan dan dapat lebih mengembangkan produknya.

Dari studi yang dilakukan, PT Faulding Indonesia merupakan perusahaan distribusi yang berdiri sejak tahun 1992 dan mulai beroperasi sejak Oktober 1995. Perusahaan bergerak dalam bidang pendistribusian produk farmasi etikal kepada apotik baik yang berada didalam maupun diluar mtnah sakit. Pada awal operasional PT Faulding Indonesia hanya ada di Jakarta untuk melayani area Jabotabek dan awal tahun 1997 mulai dibuka cabang yang dipusatkan di Bandung untuk melayani Bandung dan daerah disekitarnya misalnya Tasikmalaya, Cirebon dan Iain-lain.

Seperti diketahui pada saat ini para distributor farmasi hams bersaing ketat agar dapat berhasil, dan masalah yang dihadapi adalah :

1. Dalam upaya mendapatkan pangsa pasar yang besar ditempuh dengan cara peningkatan pelayanan sehingga cendemng meningkatkan biaya.
2. Dalam upaya mendapatkan prinsipal hams mampu bersaing dalam memberikan margin distribusi yang lebih rendah, yang dampaknya menumnkan keuntungan bagi pemsahaan sehingga distributor tersebut hams dapat mengelola usahanya dengan

lebih efisien.

3. Seperti yang dialami PT Faulding Indonesia yang mempekerjakan perusahaan distribusi farmasi yang baru berdiri di Indonesia maka diperlukan investasi yang besar untuk mampu mengatasi masalah tersebut dengan memiliki strategi diferensiasi yaitu dengan persiapan perangkat lunak dan keras yang memerlukan biaya tinggi yang mempekerjakan faktor keunggulan bersaing.

Dari analisis yang dilakukan terhadap PT Faulding Indonesia maka perusahaan ini memiliki berbagai keunggulan seperti:

1. PT Faulding Indonesia sebagai unit usaha dari Gmp Tempo dan Faulding- Australia memiliki dukungan yang kuat dalam usahanya dalam bidang distribusi farmasi.
2. Prinsipal dapat diambil dari Grup Tempo sendiri seperti PT Tempo Scan Pacific dan IPI yang merupakan manufaktur farmasi yang cukup besar.
3. Sistem distribusi dimana dari penerimaan pesanan, penyiapan barang, sistem persediaan sampai pengiriman barang dalam sistem yang canggih karena semuanya telah terprogram secara terkomputerisasi dan hal ini merupakan keunggulan bersaing bagi PT Faulding Indonesia terhadap para konsumen dan juga merupakan keunggulan komparative dalam mencari dan menarik prinsipal baru.
4. Adanya kemampuan finansial yang baik yang memungkinkan PT Faulding Indonesia untuk mengadakan ekspansi, diversifikasi dan konsentrasi.
5. Salah satu key success faktor dalam pengoperasionalan perusahaan yaitu dengan adanya phone order clerk yang terlatih dengan baik, sehingga pesanan dapat diterima, disiapkan dan dikirimkan kepada pelanggan dengan waktu cepat.
6. PT Faulding Indonesia mempunyai fokus dalam usahanya yaitu hanya mendistribusikan obat etikal dengan segmen pasar apotik baik yang didalam maupun diluar rumah sakit.

Disamping kekuatan, maka PT Faulding Indonesia juga memiliki kelemahan seperti:

1. Sistem usaha yang fokus yaitu hanya menyalurkan obat etikal saja dan target market apotik saja.
2. Terbatasnya area cakupan yaitu area Jabotabek, Bandung dan sekitarnya.
3. Posisi General Manager yang masih kosong, padahal perusahaan distribusi sangat membutuhkan pimpinan yang dapat mengatasi masalah-masalah operasional.
4. Sulitnya mendapatkan produk baru dan unggulan dari prinsipal yang potensial karena pada umumnya prinsipal besar sudah mempunyai perjanjian kerjasama dengan distributor yang sudah besar dan mapan.
5. Karena tidak memiliki prinsipal maka produk yang didapatkan bukan merupakan produk unggulan dan juga harus beli putus sehingga tidak dapat dikembalikan maka dibutuhkan manajemen persediaan yang ketat.
6. Kurangnya apotik yang dicakup baik dalam jumlah maupun besarnya apotik karena hanya menyalurkan obat etikal dengan jumlah dan merek yang terbatas.
7. Kurang aktifnya mencari pelanggan karena daya adaptasi dengan budaya dan gaya

bisnis masih kurang.

8. Karena kecilnya keuntungan perusahaan maka diperlukan pengontrolan biaya yang ketat sedangkan biaya operasional dan overhead yang tetap sudah tinggi.

Dari hal-hal tersebut diatas yang sudah dipelajari maka dapat diberikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi PT Faulding Indonesia agar tetap dapat bersaing dan mendapatkan keuntungan perusahaan yang signifikan sebagai berikut:

1. Lebih fleksibel dalam menetapkan strategi perusahaan, sebaiknya strategi diadaptasikan dengan iklim usaha yang ada di Indonesia, sehingga dapat bersaing secara kompetitif. Caranya dengan ekspansi produk, pelanggan dan- prinsipal sehingga akan memperluas cakupan dan hasil akhirnya akan meningkatkan pendapatan.
2. PT Faulding Indonesia sebaiknya melakukan analisis lingkungan makro dan mikro dengan lebih cermat karena hal ini penting sekali terutama dalam memasuki pasar dan produk yang baru.
3. PT Faulding Indonesia harus lebih agresif dan intensif dalam mencari produk baru dan potensial dari prinsipal yang besar dan potensial, karena dapat meningkatkan bargaining power terhadap prinsipal maupun pelanggan dan juga keunggulan bersaing perusahaan dalam jangka panjang.
4. Struktur organisasi dengan posisi yang kosong segera diisi.
5. Dengan bertambahnya produk dan line produk akan meningkatkan volume penjualan sehingga skala ekonomi dapat tercapai.
6. Bermitra dengan "chain pharmacies" seperti Kimia Farma.