

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era *high competitive* dan pasar global saat ini, tekanan suatu perusahaan untuk menemukan cara baru menciptakan dan memberikan nilai tambah kepada konsumen telah menjadi semakin berat. Dengan semakin berkembangnya sistem ekonomi, manajemen operasi, dan kompleksitas pangsa pasar, dan lain sebagainya, tuntutan akan peningkatan sistem manajemen operasi pada suatu perusahaan akan semakin tinggi pula.

Di Indonesia, bergerakinya kembali sendi-sendi ekonomi setelah sempat terhambat pada saat krisis ekonomi dan politik pada rentang tahun 1997-1998 telah membawa atmosfir baru yang baik di berbagai sektor. Perkembangan yang menjanjikan ini tentunya ditanggapi secara positif oleh para investor baik itu lokal maupun asing dengan menanamkan investasinya di Indonesia.

Salah satu sektor industri yang cukup menjanjikan adalah industri farmasi, yang ditandai dengan masuknya perusahaan multinasional ke dalam pasar Indonesia. Dengan membawa jaringan global mereka, dukungan kapital yang kuat dan pendekatan yang cukup agresif mereka masuk ke dalam pasar farmasi Indonesia. Hal tersebut bukan hanya menumbuhkan pangsa pasar, tetapi juga kompetisi yang semakin ketat dalam industri farmasi, sehingga saat ini konsumen lebih banyak mempunyai pilihan akan produk-produk farmasi.

Dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri farmasi, menimbulkan persaingan harga yang signifikan. Harga akan selalu menjadi hal yang sangat krusial dalam persaingan suatu usaha. Perencanaan operasional yang strategis akan menjadi hal yang utama dalam membangun *competitive advantage*, dalam memberikan jasa dan produk yang lebih baik dengan biaya yang lebih kompetitif.

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Adapun pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana suatu perusahaan farmasi membangun *competitive advantage* untuk unggul dalam persaingan di Indonesia.
2. Apakah *operation management* merupakan salah satu faktor yang menjadikan suatu perusahaan farmasi unggul dalam *competitive advantage* di Indonesia.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka dapat dirumuskan tujuan dari ditulisnya skripsi ini, yaitu:

1. Mengetahui bagaimana cara suatu perusahaan farmasi membangun *competitive advantage* untuk unggul dalam persaingan di Indonesia.
2. Mengetahui apakah *operation management* merupakan salah satu faktor yang menjadikan suatu perusahaan farmasi unggul dalam *competitive advantage* di Indonesia.

## 1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun alat pengumpulan data yang akan digunakan adalah dengan melakukan studi dokumen, kuesioner dan hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Selain daripada itu, metode pengolahan data dan analisa yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu dengan mendekati penelitian kepada masalah dan pemecahannya (*problem solving*).