



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent Di Pasar
Indonesia**

Skripsi

Oleh

Michael Janssen Janamarta

6082001052

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent Di Pasar
Indonesia**

Skripsi

Oleh

Michael Janssen Janamarta

6082001052

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Michael Janssen Janamarta
Nomor Pokok : 6082001052
Judul : Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent di Pasar Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 9 Juli 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Adrianus Tirta, S.E., M.M.

: 

Sekretaris

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: 

Anggota

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Michael Janssen Janamarta

NPM : 6082001052

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent di Pasar Indonesia

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil dari karya tulis ilmiah saya sendiri, dan tidak pernah diajukan oleh pihak lain untuk memperoleh gelar akademik. Ketika mengutip karya atau pendapat pihak lain, saya telah menaati kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab, dan saya siap untuk menerima konsekuensi sesuai dengan aturan yang berlaku jika diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar di kemudian hari.

Bandung, 14 Juni 2024



Michael Janssen Janamarta

ABSTRAK

Nama : Michael Janssen Janamarta
NPM : 6082001052
Judul : Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent di Pasar Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh PT Penta Valent di pasar Indonesia. Perusahaan ini merupakan distributor produk kesehatan dan konsumen yang telah berdiri sejak tahun 1968 dan memiliki jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia. Fokus utama penelitian adalah untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang digunakan oleh perusahaan saat ini, mengevaluasi efektivitas dari strategi tersebut, menganalisis faktor eksternal dan internal perusahaan dan memberikan rekomendasi untuk peningkatan daya saing serta pertumbuhan perusahaan di masa mendatang.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan manajemen PT Penta Valent, serta studi literatur dari berbagai sumber relevan. Peneliti menganalisis lingkungan eksternal dengan menggunakan PESTEL dan Porter Five Forces, serta menganalisis lingkungan internal dengan menggunakan Value Chain. Hasil analisis ini kemudian disimpulkan dalam analisis SWOT, dengan evaluasi menggunakan EFE (External Factors Evaluation) dan IFE (Internal Factors Evaluation).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Penta Valent menggunakan strategi Broad Differentiation. Evaluasi terhadap strategi ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil meningkatkan kinerja keuangan dan pangsa pasar secara signifikan. Namun, terdapat beberapa area yang memerlukan perbaikan, seperti inovasi produk dan efisiensi operasional. Rekomendasi yang diberikan termasuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih agresif, peningkatan kualitas produk, dan optimalisasi penggunaan teknologi dalam distribusi.

Kata Kunci : Strategi bisnis, PESTLE, Porter Five Forces, Value Chain, SWOT

ABSTRACT

Name : Michael Janssen Janamarta
Student ID : 6082001052
Title : *Business Strategy Analysis of PT Penta Valent in the Indonesian Market*

This research aims to analyze the business strategy implemented by PT Penta Valent in the Indonesian market. The company is a distributor of health and consumer products that has been established since 1968 and has a wide distribution network across Indonesia. The main focus of the research is to identify the strategies currently used by the company, evaluate the effectiveness of these strategies, analyze the external and internal factors of the company, and provide recommendations for improving the competitiveness and growth of the company in the future.

The research method used is a qualitative approach with descriptive analytical methods. Data was collected through interviews with PT Penta Valent management, as well as literature studies from various relevant sources. The researcher analyzed the external environment using PESTEL and Porter Five Forces, and analyzed the internal environment using the Value Chain. The results of this analysis were then summarized in a SWOT analysis, with evaluations using EFE (External Factors Evaluation) and IFE (Internal Factors Evaluation).

The results of the research indicate that PT Penta Valent employs a Broad Differentiation strategy. Evaluation of this strategy shows that the company has successfully increased financial performance and market share significantly. However, there are several areas that require improvement, such as product innovation and operational efficiency. Recommendations include the development of more aggressive marketing strategies, improvement of product quality, and optimization of technology use in distribution.

Keywords: *Business strategy, PESTLE, Porter Five Forces, Value Chain, SWOT*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul "Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent di Pasar Indonesia" dan merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang posisi PT Penta Valent Tbk di pasar, menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan, serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan perusahaan. Kami berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi bisnis PT Penta Valent Tbk dan bermanfaat bagi para pembaca yang tertarik pada bidang ini.

Kami menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu, kami membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, saat menjalani proses pengerjaannya, penulis merasakan dukungan yang berlimpah dari berbagai pihak, baik dalam bentuk bimbingan, doa, semangat, dan dorongan moral. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kepada Orang tua dan adik penulis yang telah memberikan dukungan sepenuhnya dalam bentuk doa, finansial, dan motivasi kepada penulis.
2. Terima kasih kepada Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing, yang dengan tanpa kenal lelah memberikan bantuan dalam proses penelitian. Segala kesabaran, waktu, tenaga, dan ilmu yang telah diberikan selama membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini sangat dihargai.

3. Bapak Adrianus Tirta, S.E., M.M. Selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
5. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis 2023 - 2024
6. Alexander Erick Chandra, Alvin, Daniel Wijaya, Evelyn Jacinda, Felix Richardo Kosinga, Gilberth Kombong Rante Ta'dung, Lery Samuel, Matthew Devon, Michael Surya Tedja sebagai teman-teman yang selalu ada setiap saat dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Felicia Thamrin, Lifda Emilia Thio, Vincent Justin Suntoso, Yosafat Adi Putra sebagai teman-teman yang menjadi teman berbagi cerita dan menghibur ketika penulis merasa lelah dan jenuh karena kuliah.
8. Terima kasih kepada Amarinta Naisylla Rahari yang senantiasa selalu memberikan dorongan semangat dan pengingat agar skripsi ini bisa selesai.
9. Terima kasih kepada teman-teman lain yang tidak bisa disebut satu persatu, yang telah turut mewarnai dan menjadi bagian berharga dalam pengalaman kuliah penulis di UNPAR.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung 14 Juni 2024



Michael Janssen Janamarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
1.6 Kerangka Berpikir.....	6
BAB II KERANGKA TEORI	7
2.1 Strategi.....	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2 Tingkatan Strategi.....	8
2.2 Strategi Bersaing.....	9
2.2.1 Pengertian Strategi Bersaing.....	9
2.2.2 Strategi Generik.....	10
2.2.3 Strategi Generik Modifikasi.....	11
2.3 Manajemen Strategi.....	12
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi.....	12
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi.....	13
2.4 Efektivitas.....	14
2.4.1 Pengertian Efektivitas.....	14
2.5 Analisis Eksternal.....	16
2.5.1 PESTLE.....	16
2.5.2 Five Forces.....	17
2.6 Analisis Internal.....	19
2.6.1 Value Chain.....	19
2.7 Analisis SWOT.....	25
2.8 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29

3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Operasional Variabel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Jenis Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN TEMUAN.....	43
4.1 Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Perusahaan.....	43
4.1.2 Sejarah PT Penta Valent.....	43
4.1.3 Visi dan Misi PT Penta Valent.....	44
4.1.4 Kegiatan Usaha PT. Penta Valent.....	44
4.1.5 Struktur Organisasi PT Penta Valent.....	45
4.2 Analisis Strategi Bisnis PT Penta Valent.....	50
4.2.1 Identifikasi Strategi PT Penta Valent Saat Ini.....	51
4.2.2 Analisis Efektivitas Strategi.....	53
4.2.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	56
4.2.3.1 PESTLE.....	56
4.2.3.2 Porter Five Forces.....	66
4.2.4 Analisis Internal.....	67
4.2.4.1 Value Chain.....	68
4.2.5 Analisis Internal dan Eksternal.....	76
4.2.5.1 Analisis SWOT.....	76
4.2.5.2 Analisis Matrix SWOT.....	78
4.3 Rancangan Strategi.....	85
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
5.3 Implikasi.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain (dalam ribuan Rupiah).....	52
Tabel 4.2 Internal Factor Evaluation.....	75
Tabel 4.3 External Factor Evaluation.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	42
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Penta Valent.....	44
Gambar 4.3 Kuadran SWOT.....	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah distribusi produk farmasi dan barang konsumsi di Indonesia telah mengalami perjalanan panjang seiring dengan perkembangan zaman. Pada masa penjajahan Belanda, farmasi mulai diperkenalkan di Indonesia melalui pendirian apotek oleh pemerintah kolonial di kota-kota besar. Apotek-apotek ini bertujuan untuk memasok obat-obatan kepada penduduk pribumi dan juga kolonial Belanda yang tinggal di Hindia Belanda. Pada awalnya, obat-obatan yang tersedia di apotek-apotek tersebut berasal dari Belanda. Obat-obatan tersebut umumnya digunakan untuk mengobati penyakit tropis seperti malaria, demam berdarah, dan penyakit lain yang umum di Indonesia saat itu.

Perkembangan farmasi di zaman kolonial terus berlanjut seiring dengan bertambahnya permintaan akan obat-obatan. Pemerintah kolonial Belanda juga mendirikan sekolah-sekolah farmasi untuk melatih tenaga kerja lokal dalam bidang farmasi. Hal ini bertujuan agar masyarakat pribumi dapat terlibat aktif dalam produksi dan distribusi obat-obatan di Indonesia. Apotek-apotek yang didirikan pada masa kolonial tidak hanya berfungsi sebagai tempat membeli obat-obatan, tetapi juga sebagai tempat konsultasi kesehatan. Dokter-dokter kolonial Belanda bekerja sama dengan apoteker untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada penduduk.

Dalam beberapa dekade terakhir ini, industri farmasi di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat sejalan dengan peningkatan kesadaran akan kesehatan masyarakat. Banyak perusahaan farmasi dan distributor obat terus berinovasi dalam pengembangan produk dan ekspansi pasar. Pasar distribusi obat di Indonesia memegang peran kunci dalam industri farmasi, memastikan obat mencapai tujuan akhirnya, yaitu rumah sakit, apotek, dan pusat kesehatan.

Dinamika pasar ini penuh kompleksitas, diatur oleh peraturan ketat yang bertujuan menjaga kualitas, keamanan, dan ketersediaan obat untuk masyarakat.

Di Indonesia terdapat lima perusahaan distributor terkemuka antara lain PT Kimia Farma Tbk, PT Sanbe Farma, PT Pharos Indonesia, PT Dexe Medica, dan PT Mensa Bina Sukses sebagai kompetitor PT Penta Valent . Kimia Farma terlibat dalam produksi obat-obatan dan memiliki distribusi melalui apotek dan pusat distribusi di seluruh Indonesia. Sementara Sanbe Farma, selain sebagai produsen obat-obatan, juga berperan sebagai distributor dengan jaringan distribusi yang luas. Pharos Indonesia memiliki jaringan distribusi yang mencakup berbagai wilayah di Indonesia, sedangkan Dexe Medica terlibat dalam produksi dan distribusi obat-obatan generik dengan portofolio produk yang luas.

PT Mensa Bina Sukses (MBS) menonjol dengan jaringan distribusi yang luas, mencakup lebih dari 33 cabang di seluruh Indonesia, serta infrastruktur modern dan sistem manajemen distribusi yang efisien. Pendapatan MBS stabil dan signifikan setiap tahunnya, mencerminkan posisinya sebagai salah satu pemain utama di pasar. Keunggulan kompetitifnya terletak pada layanan distribusi yang cepat dan efisien, serta inovasi dalam teknologi manajemen logistik. Ditambah MBS mendistribusikan berbagai jenis produk, mulai dari obat-obatan, alat kesehatan, hingga produk konsumen lainnya.

Berdasarkan analisis mengenai PT Mensa Bina Sukses, perusahaan tersebut merupakan kompetitor utama PT Penta Valent berdasarkan sejumlah kemiripan yang signifikan. Keduanya memiliki jaringan distribusi yang luas di Indonesia, infrastruktur yang solid untuk mendukung operasional, dan mencatatkan pendapatan yang besar secara konsisten. Baik MBS maupun PEVE fokus pada sektor distribusi produk yang sama, menunjukkan bahwa keduanya bersaing dalam ruang pasar yang serupa. Selain itu, kualitas layanan distribusi yang tinggi dan hubungan baik dengan prinsipal serta pelanggan juga merupakan titik kuat yang mereka bagikan, memperkuat posisi mereka sebagai pemain utama dalam industri distribusi di Indonesia.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan strategi yang efektif untuk tetap relevan dan unggul di pasar. PT Penta Valent, sebuah perusahaan distribusi produk kesehatan dan konsumen di Indonesia, menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja dan daya saingnya di tengah perubahan dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan. Sebagai perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1968 dan memiliki jaringan distribusi luas yang mencakup 34 cabang di seluruh Indonesia, PT Penta Valent terus berupaya untuk meningkatkan efektivitas strateginya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi bisnis PT Penta Valent, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang adaptasi perusahaan terhadap perubahan pasar, meningkatkan kinerja keuangan, dan mencapai tujuan jangka panjangnya. Dengan menggunakan berbagai metode ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengambilan keputusan strategis perusahaan dan mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan PT Penta Valent di pasar yang kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Strategi apa yang digunakan oleh PT. Penta Valent saat ini?
2. Bagaimana Tingkat Efektivitas strategi yang PT. Penta Valent gunakan saat ini?
3. Apa rancangan strategi perusahaan yang dapat diterapkan di masa mendatang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami dan strategi bisnis yang saat ini diterapkan oleh PT. Penta Valent, menilai sejauh mana strategi tersebut berhasil dalam mencapai tujuan perusahaan seperti peningkatan kinerja keuangan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional, serta mengembangkan rekomendasi strategi baru atau modifikasi strategi yang ada untuk diterapkan di masa mendatang. Evaluasi ini akan mencakup analisis kualitatif berdasarkan data kinerja perusahaan, dan rekomendasi strategi masa depan akan didasarkan pada temuan dari analisis strategi saat ini serta tren pasar dan lingkungan bisnis yang relevan. Dengan mencapai tujuan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengambilan keputusan strategis di PT. Penta Valent untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:
 - a. Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Menyumbangkan pengetahuan baru dalam bidang manajemen strategi bisnis, khususnya terkait dengan implementasi dan evaluasi strategi di perusahaan farmasi seperti PT. Penta Valent.
 - b. Referensi Akademik: Menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi bisnis dan evaluasi efektivitas strategi di sektor industri yang serupa.
2. Manfaat Praktis:
 - a. Bagi PT. Penta Valent: Memberikan informasi dan wawasan yang berharga mengenai strategi yang saat ini diterapkan, serta efektivitasnya dalam mencapai tujuan perusahaan. Hasil penelitian

ini dapat digunakan sebagai dasar untuk perbaikan strategi saat ini dan perencanaan strategi masa depan.

- b. Rekomendasi Strategi: Menyediakan rekomendasi strategi baru atau modifikasi strategi yang ada berdasarkan analisis mendalam, yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan daya saing di pasar.
- c. Pengambilan Keputusan: Membantu manajemen PT. Penta Valent dalam proses pengambilan keputusan strategis yang lebih informatif dan berbasis data.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, struktur skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian secara sistematis, yaitu:

Bab I : Pendahuluan, yang membahas latar belakang, identifikasi masalah, tujuan, manfaat, sistematika penulisan, serta kerangka berpikir penulis.

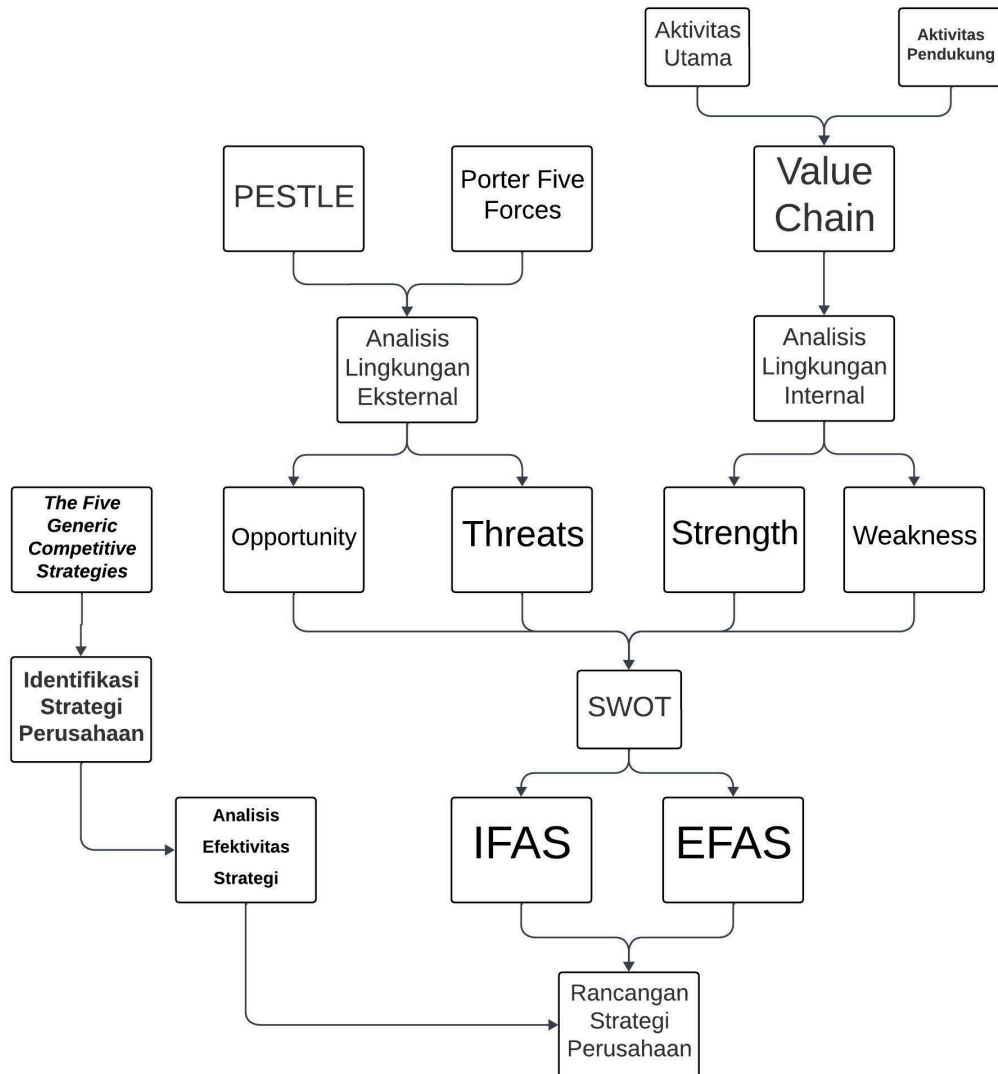
Bab II : Kerangka Teori, yang mencakup teori dan konsep terkait dengan fokus penelitian, serta penelitian terdahulu.

Bab III : Metodologi Penelitian, yang berisi penjelasan tentang jenis penelitian, metode penelitian, dan operasional variabel. Serta teknik pengumpulan data, jenis data, dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil dan Temuan, yang memberikan pemaparan detail tentang objek penelitian dan pembahasan hasil analisis strategi yang telah dirumuskan oleh peneliti.

Bab V : Penutup, yang berisi kesimpulan, saran, dan implikasi yang dapat diterapkan berdasarkan hasil penelitian.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan Peneliti