

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini kemajuan teknologi telah menghasilkan produksi dan pengembangan vaksin yang semakin canggih. Efektivitas vaksin dalam mengatasi berbagai penyakit memungkinkan kondisi-kondisi ini diminimalkan hingga tingkat yang tidak signifikan. Sepanjang sejarah medis, vaksin telah berfungsi sebagai salah satu alat utama umat manusia untuk pencegahan penyakit dan pengembangan kekebalan. Vaksin telah secara signifikan mempengaruhi kesehatan masyarakat serta kesejahteraan individu dan komunitas, bertindak sebagai sarana yang dapat diandalkan untuk memastikan stabilitas dan menjaga kesehatan publik (Maria de los Santos et al., 2022). Diperkirakan bahwa vaksin telah mencegah 6 juta kematian akibat penyakit yang dapat dicegah dengan vaksin setiap tahunnya (Rodrigues & Plotkin, 2020).

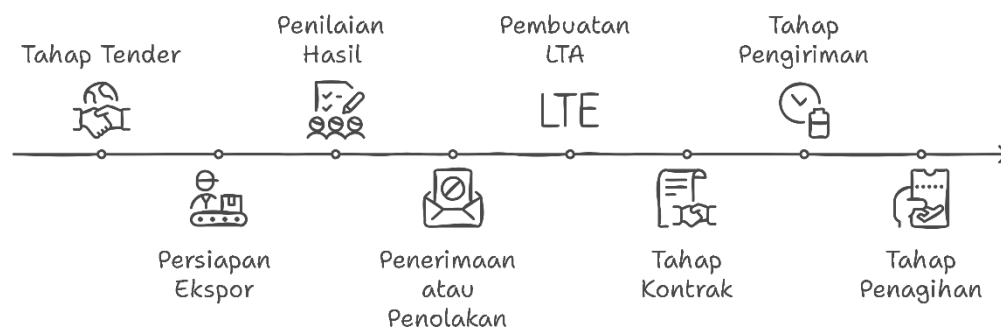
Di Indonesia, PT. Bio Farma (Persero) yang saat ini menuju Life Science dan merupakan satu-satunya produsen vaksin manusia di Indonesia. Perusahaan ini mengalokasikan semua sumber dayanya untuk memproduksi vaksin, antisera, dan produk bulk berkualitas tinggi guna meningkatkan standar kesehatan masyarakat Indonesia (Prayogi & Wandebori, 2020). Perusahaan Bio Farma telah berkontribusi terhadap kesehatan global dengan menjadi salah satu dari 30 produsen vaksin dunia yang telah memenuhi kualifikasi dari WHO (World Health Organization) dan mampu memenuhi kebutuhan vaksin di pasar lokal maupun dunia (Pasca Anindya et al., 2023).

Bio Farma telah meluncurkan berbagai vaksin yang berkontribusi dalam pemberantasan penyakit dan memenuhi kebutuhan vaksin di lebih dari 150 negara (Prajnaparamita Leman & Gustomo, 2023). PT.Bio Farma memproduksi berbagai vaksin untuk memenuhi kebutuhan vaksinasi di Indonesia, termasuk vaksin DTP, BCG, Influenza HA, ensefalitis Jepang, COVID-19 rekombinan, rubella, campak, polio, Td, hepatitis B, meningitis, pentabio, tetanus, dan cacar air (Wolf et al., 2024).

Beberapa vaksinasi yang diproduksi oleh PT Biofarma salah satunya vaksin Difteri Tetanus Pertusis (DTP) yang melawan difteria, tetanus, dan infeksi pertussis untuk anak hingga orang dewasa. Vaksin DTP berfungsi untuk mencegah penyakit berbahaya dan kematian bayi.. Gejala klinis yang umum terkait vaksin DTP meliputi kejang dan kontraksi otot (Wolf et al., 2024). Vaksin DTP dapat diterima bayi dan anak kecil sebanyak 5 dosis dan untuk remaja hingga orang dewasa dianjurkan untuk menerima dosis penguat vaksin setiap 10 tahun atau bila diindikasikan untuk penanganan luka. Umumnya penerimaan vaksin ini dikaitkan dengan efek samping seperti kemerahan, pembengkakan, dan nyeri di lokasi suntikan, sementara kejadian buruk yang serius dilaporkan lebih jarang (Redfield et al., 2018).

Divisi Komersial Internasional adalah unit atau bagian dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran, penjualan, dan distribusi produk ke pasar luar negeri. Divisi ini memiliki dua departemen, yaitu departemen ekspor institusi dan departemen ekspor bilateral. Ekspor institusi adalah kegiatan perdagangan internasional antara PT Bio Farma dengan lembaga institusi luar negeri, yaitu *United Nations Children's Fund* (UNICEF) dan *Pan American Health*

Organization (PAHO). Proses ekspor institusi sendiri mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan mengikuti *tender* hingga tahap penagihan kepada pihak institusi, yang meliputi tahap tender, persiapan ekspor, penilaian hasil, penerimaan atau penolakan, pembuatan *Letter of Agreement* (LTA), tahap kontrak, tahap pengiriman, serta tahap penagihan. Efisiensi dalam proses ini tidak hanya memastikan mendapatkan *tender*, tetapi juga hingga melakukan penagihan kepada pihak ekspor institusi yang dituju. Adapun diagram alur proses ekspor institusi yang terjadi dapat dilihat pada **Gambar 1.1** di bawah ini.



Gambar 1. 1 Diagram Alur Ekspor Institusi

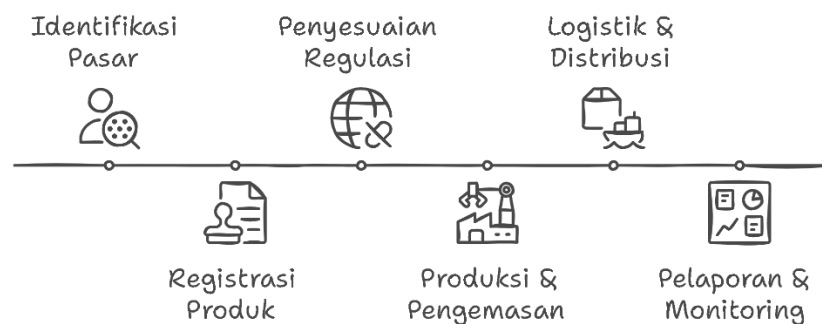
Sumber: Data Perusahaan, 2024

Pada perdagangan vaksin terutama di sektor kesehatan, efektivitas proses ekspor barang menjadi sangat penting. Salah satu pasar luar negeri yang dilakukan PT.Bio Farma ada sektor ekspor institusi dimana suplai vaksin melalui instansi seperti Badan Kesehatan Dunia *World Health Organization* (WHO), *United Nations Children's Fund* (UNICEF), dan *Pan American Health Organization* (PAHO) untuk memenuhi kebutuhan vaksin bagi negara-negara berkembang untuk program imunisasi (Sidik et al., 2016).

Adapun ekspor bilateral merupakan kegiatan mengirimkan produk ke negara mitra berdasarkan perjanjian atau kerja sama dua negara, dengan tujuan

memperkuat perdagangan dan kerja sama di bidang kesehatan, khususnya vaksin dan produk biologi. Untuk alur ekspor bilateral dimulai dari riset dan promosi untuk memilih negara tujuan ekspor, dilanjut dengan mengurus registrasi di negara tujuan dengan bantuan agen lokal. Apabila hal tersebut memenuhi persyaratan bilateral, setandar mutu, dan quality control otoritas negara tujuan, maka selanjutnya akan dilakukan produksi, pengemasan, pelabelan, dan pengawasan mutu produk. Setelah itu, penyimpanan dan pengiriman produk melalui agen pihak ketiga dibersamai dengan pelaporan dan pemantauan distribusi di negara tujuan. Berikut diagram alur proses ekspor bilateral yang terjadi dapat dilihat pada **Gambar 1.2** di bawah ini.

Proses Ekspor Bilateral PT Bio Farma

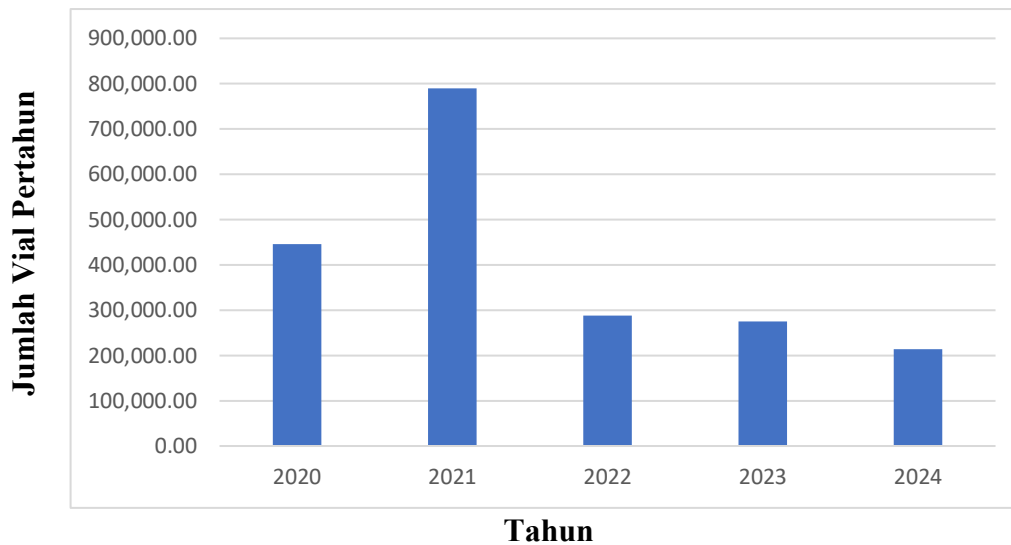


Gambar 1. 2 Diagram Alur Ekspor Bilateral

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Meskipun proses ekspor divisi komersial internasional telah dilakukan secara sistematis melalui dua pendekatan institusi dan bilateral, tren penurunan penjualan vaksin DTP dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan adanya tantangan dalam efektivitas strategi pemasaran ekspor yang dijalankan oleh PT Bio Farma. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan mendesak untuk mengevaluasi dan menganalisis ulang strategi yang diterapkan agar perusahaan mampu bersaing di

pasar global yang semakin kompetitif. Berikut visualisasi realisasi pemasaran vaksin DTP pada tahun 2020-2024 dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Realisasi Kuantum Vaksin DTP Komersial Internasional

Sumber: Data perusahaan dari tahun 2020 - 2024

Data pemasaran vaksin DTP dari divisi komersial internasional menunjukkan adanya penurunan kuantum ekspor vaksin DTP dalam beberapa tahun terakhir (2020–2024). Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam pelaksanaan strategi pemasaran ekspor, baik dari sisi distribusi, penetrasi pasar, maupun daya saing produk.

Sebagai bagian dari upaya peningkatan kinerja ekspor, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT Bio Farma. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran ekspor perusahaan . (Raihan Averilya, 2024). Evaluasi ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis guna memperluas pasar, meningkatkan efisiensi proses distribusi, dan memperkuat posisi Bio Farma di pasar global vaksin.

1.2. Rumusan Masalah

Meskipun PT Bio Farma telah menunjukkan kinerja positif dalam distribusi vaksin, termasuk vaksin DTP, dan telah berhasil menembus pasar internasional melalui jalur ekspor institusi dan ekspor bilateral masih terdapat berbagai tantangan yang menghambat efektivitas strategi pemasaran ekspor. Kompleksitas dalam proses tender, regulasi ekspor, dinamika permintaan global, serta persaingan dengan produsen lain menjadi kendala yang dapat memengaruhi efisiensi, ketepatan waktu, dan keberlanjutan ekspor. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap efektivitas strategi ekspor serta analisis menyeluruh untuk merumuskan alternatif strategi yang adaptif dan kompetitif. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah efektivitas strategi pemasaran ekspor PT Bio Farma dalam memasarkan vaksin DTP melalui divisi komersial internasional?
2. Apa saja faktor SWOT yang memengaruhi strategi pemasaran ekspor vaksin DTP PT Bio Farma?
3. Alternatif strategi pemasaran ekspor apa yang dapat diambil PT Bio Farma untuk mengatasi tantangan dalam pemasaran vaksin DTP?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi ekspor vaksin DTP yang dilakukan oleh PT Bio Farma, menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan pemasaran ekspor, serta merumuskan strategi alternatif guna meningkatkan daya saing dan efisiensi perusahaan di pasar global. Adapun tujuan dari penelitian ini dirumuskan dalam bentuk poin sebagai berikut :

1. Menganalisis efektivitas strategi pemasaran ekspor vaksin DTP PT Bio Farma melalui jalur institusi dan bilateral.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor SWOT yang memengaruhi strategi ekspor vaksin DTP PT Bio Farma.
3. Merumuskan alternatif strategi pemasaran ekspor yang dapat diterapkan PT Bio Farma untuk menghadapi tantangan dan memperluas jangkauan pasar global.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran dan referensi ilmiah dalam memahami implementasi strategi pemasaran ekspor, khususnya pada industri farmasi dan vaksin. Selain itu, penelitian ini memberikan gambaran nyata mengenai penerapan analisis SWOT dalam mengevaluasi strategi bisnis internasional, yang dapat menjadi bekal akademis maupun praktis bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

2. Bagi Program Studi

Penelitian membantu meningkatkan kualitas pengajaran dalam program studi. Dalam penelitian akan terus memperbarui pengetahuan dan pemahaman tentang perkembangan terbaru dalam bidang studi. Memperoleh wawasan dan materi ajar yang baru untuk mengaktualisasikan pembelajaran. Membangun kerjasama yang saling menguntungkan dan saling bermanfaat bagi PT Bio Farma (Persero) dengan program studi.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi PT.Bio Farma dalam mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi ekspor vaksin jerap yang telah diterapkan. Analisis SWOT yang dilakukan akan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap kelancaran proses ekspor, sehingga dapat dirumuskan strategi yang lebih efektif dan efisien.