



Analisis Pangsa Pasar Dengan Metode BCG Matriks Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia

Firdha Aigha Suwito¹, Sugianto², Nurul Jannah³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, aghafirdha02@gmail.com, UIN Sumatera Utara

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sugianto@uinsu.ac.id, UIN Sumatera Utara

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, nuruljannah@uinsu.ac.id, UIN Sumatera Utara

ABSTRACT

This study aims to analyze market share of pharmaceutical companies and determine the position of each pharmaceutical company in the BCG Matrix quadrant. This study uses a quantitative descriptive approach with BCG Matrix method. The sample for this study were seven pharmaceutical companies listed on the IDX and DES which KLBF was the comparison company. The results of this study indicate that the largest market share is obtained by KLBF while the smallest market share is obtained by MERK. The company that obtained the largest relative market share was TSPC in 2017 – 2020 then in 2021 it was KAEF. Conversely, MERK obtain the smallest relative market share. INAF obtained the highest sales growth and market growth rate in 2021 while MERK obtained the lowest sales growth and market growth rate in 2018. The position of each pharmaceutical company annually in the BCG Matrix quadrant, namely: TSPC in the Question Marks quadrant position for four years except 2020 in the Dogs quadrant position. KAEF, SIDO, and DVLA were consistent in the Question Marks quadrant position from 2017 – 2021. INAF was in the Dogs quadrant position for the first three years then moved to the Question Marks quadrant position in 2020 – 2021. MERK position was quite unstable starting from being in the Question Marks quadrant position in 2017 then moved to the Dogs quadrant, and so on.

Keywords: Market Share, Market Growth, BCG Matrix

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pangsa pasar pada perusahaan farmasi dan menentukan posisi setiap perusahaan farmasi pada kuadran BCG Matriks. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode BCG Matriks. Sampel penelitian ini sebanyak tujuh perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI dan tercantum dalam DES dimana KLBF menjadi perusahaan pembanding. Hasil penelitian ini menunjukkan pangsa pasar terbesar dikuasai oleh KLBF sementara pangsa pasar terkecil diperoleh oleh MERK. Perusahaan yang memperoleh *relative market share* terbesar adalah TSPC pada tahun 2017 – 2020 selanjutnya pada tahun 2021 adalah KAEF. Sebaliknya, MERK memperoleh nilai *relative market share* terkecil. INAF memperoleh *growth* penjualan dan *market growth rate* tertinggi pada tahun 2021 sementara MERK memperoleh *growth* penjualan dan *market growth rate* terendah pada tahun 2018. Posisi setiap perusahaan farmasi setiap tahunnya pada kuadran BCG Matriks yaitu: TSPC pada posisi kuadran *Question Marks* selama empat tahun kecuali tahun 2020 pada posisi kuadran *Dogs*. KAEF, SIDO, dan DVLA konsisten pada posisi kuadran *Question Marks* sejak 2017 – 2021. INAF pada posisi kuadran *Dogs* selama tiga tahun pertama kemudian berpindah pada posisi kuadran *Question Marks* pada tahun 2020 – 2021. Posisi MERK cukup fluktuatif dimulai berada pada posisi kuadran *Question Marks* pada tahun 2017 kemudian berpindah ke kuadran *Dogs*, begitu seterusnya.

Kata Kunci: Pangsa Pasar, Pertumbuhan Pasar, BCG Matriks

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid – 19 yang terjadi sejak Maret 2020 tidak hanya memberikan dampak terhadap penurunan kualitas kesehatan masyarakat tetapi juga berdampak besar terhadap berbagai sektor industri termasuk industri farmasi. Ketergantungan akan bahan baku impor menurunkan produksi industri farmasi Indonesia hingga 60 persen di bulan Mei 2020. Tetapi di lain sisi dengan adanya pandemi Covid – 19, permintaan masyarakat terhadap suplemen, vitamin, dan obat – obatan meningkat guna menjaga daya tahan tubuh dan melawan virus yang terus berkembang, sehingga industri farmasi yang tergolong pada bidang ini mencapai pertumbuhan yang tinggi. Pada tahun 2021 Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional menempati posisi kedua dibawah Industri Makanan dan Minuman di dalam sektor Industri Pengolahan Nonmigas dengan menyumbang kontribusi sebesar 2 persen terhadap perekonomian Indonesia. Jumlah ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang berjumlah 1,92 persen (BPS, 2021). Kemampuan yang dimiliki oleh industri farmasi inilah yang memposisikan ia sebagai salah satu industri strategis yang menjadi fokus pengembangan industri secara keseluruhan di Indonesia.

Berdasarkan berbagai kriteria kualitatif dan kuantitatif dan dicantumkan pada dokumen Rencana Induk Pengembangan Industri Nasional (RIPIN) 2015 – 2035 (Kemenperin, 2015), Industri farmasi termasuk kedalam salah satu dari sepuluh industri prioritas yang masuk kedalam kelompok industri andalan kedua dari enam sektor kelompok industri andalan. Adapun jumlah perusahaan farmasi yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 8,1 persen atau meningkat dari 210 perusahaan pada tahun 2015 menjadi 227 perusahaan pada tahun 2020 berdasarkan data dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Dari jumlah tersebut, terdapat 167 perusahaan farmasi dari dalam negeri (PMDN), 48 perusahaan farmasi dari luar negeri (PMA), 8 perusahaan farmasi BUMN, dan 4 perusahaan farmasi Tentara Nasional Indonesia (TNI) (Runlasari, 2021). Adapun jumlah perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 12 perusahaan yang terdiri dari 3 perusahaan farmasi BUMN dan 9 perusahaan farmasi milik swasta. Lebih detail lagi, berdasarkan dokumen Daftar Efek Syari'ah (DES) yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat 10 perusahaan farmasi yang memiliki saham syari'ah untuk saat ini.

Perusahaan yang tidak mau melakukan pengembangan produk ataupun inovasi maka lambat laun akan tertinggal. Sebab, hanya ada satu perusahaan yang dapat menjadi *market leader* atau pemimpin di pasar suatu industri. *Market leader* erat kaitannya dengan *market share* atau pangsa pasar. Istilah *market share* dikatakan untuk menyebutkan besarnya persentase pembagian pasar yang dapat diraih oleh perusahaan – perusahaan dalam satu industri yang sama. Berikut disajikan data penjualan dan *market share* tujuh perusahaan farmasi teratas yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2021 dan tercantum dalam Daftar Efek Syari'ah (DES) oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tabel 1 Data Penjualan dan *Market Share* Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI Periode 2017 – 2021 dan tercantum dalam DES

Perusahaan	2017		2018		2019		2020		2021	
	Penjualan	MS (%)	Penjualan	MS (%)	Penjualan	MS (%)	Penjualan	MS (%)	Penjualan	MS (%)
KLBF	20.182.120	43,07	21.074.306	41,44	22.633.476	41,10	23.112.654	39,99	26.261.194	39,01
TSPC	9.565.462	20,41	10.088.118	19,84	10.993.842	19,97	10.968.402	18,98	11.234.443	16,69
KAEF	6.127.479	13,08	8.459.247	16,63	9.400.535	17,07	10.006.173	17,31	12.857.626	19,10
SIDO	2.573.840	5,49	2.763.292	5,43	3.067.434	5,57	3.335.411	5,77	4.020.980	5,97
DVLA	1.575.647	3,36	1.699.657	3,34	1.813.020	3,29	1.829.699	3,17	1.900.893	2,82
INAF	1.631.317	3,48	1.592.979	3,13	1.359.175	2,47	1.715.587	2,97	2.901.986	4,31
MERK	1.156.648	2,47	611.958	1,20	744.634	1,35	655.847	1,13	1.064.394	1,58

Sumber : Laporan Keuangan Masing – Masing Perusahaan dan Pengolahan Data Sekunder (2022)

Keterangan : Penjualan : Dalam Jutaan Rupiah (Rp 000 000)
MS : *Market Share*

Dapat dilihat dalam Tabel 1 bahwa PT Kalbe Farma Tbk selanjutnya pada penelitian ini disebut KLBF, PT Tempo Scan Pacific Tbk selanjutnya disebut TSPC, PT Kimia Farma Tbk selanjutnya disebut KAEF, PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk selanjutnya disebut SIDO, PT Darya – Varia Laboratoria Tbk selanjutnya disebut DVLA, PT Indofarma Tbk selanjutnya disebut INAF, dan PT Merck Tbk selanjutnya disebut MERK merupakan tujuh perusahaan farmasi teratas yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2021 dan tercantum dalam DES. KLBF merupakan pemimpin pasar (*market leader*) dalam industri farmasi di Indonesia dengan pangsa pasar diatas 35% selama lima tahun terakhir. Untuk itu, KLBF akan dijadikan sebagai perusahaan pembanding dan perusahaan lainnya menjadi perusahaan terbanding dalam penelitian ini.

Bila dicermati, fenomena yang terjadi pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai penjualan tidak berhubungan secara positif terhadap tingkat *market share*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian (Genchev, 2012, p. 1) dan (Maharani et al., 2021, p. 245) bahwa *market share* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, dimana total penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi profitabilitas.

Agar dapat bersaing secara sehat antar perusahaan guna memperluas *market share*, maka dibutuhkanlah suatu analisis mengenai pangsa pasar. Analisis pangsa pasar berguna untuk menggambarkan kinerja pemasaran yang telah dilakukan dengan mengaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam hal menaikkan profitabilitas yang dapat diraih (Sirait & Panjaitan, 2018, p. 79).

Matriks BCG adalah alat sederhana untuk menilai posisi perusahaan dalam berbagai produk. Matriks BCG membagi sebuah daerah dengan dua garis yaitu garis vertikal dan horizontal menjadi empat daerah (kuadran), yaitu Tanda Tanya (*Question Marks*), Bintang (*Stars*), Sapi Perah (*Cash Cows*), dan Anjing (*Dogs*). Garis horizontal menggambarkan posisi relatif dari pangsa pasar yang dikuasai perusahaan, sedangkan garis vertikal melukiskan tingkat pertumbuhan pangsa pasar (Khair, 2016, p. 160).

Fenomena yang terjadi pada Tabel 1 yakni terjadinya penurunan persentase *market share* sedangkan nilai penjualan meningkat dapat dianalisis dengan menggunakan Matriks BCG, maka dapat diketahui posisi perusahaan didalam kuadran matriks BCG serta bagaimana analisis pangsa pasar masing – masing perusahaan terbanding. Sehingga, berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pangsa Pasar dengan Metode BCG Matriks pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia**”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pangsa Pasar

Pangsa pasar berasal dari dua kata yaitu pangsa dan pasar. Dalam Bahasa Inggris pangsa pasar disebut sebagai *market share*. Pangsa pasar atau *market share* juga dapat diartikan sebagai keseluruhan pasar yang berhasil dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang dipasarkan atau ditawarkan (Aulia, 2020, p. 23).

Blundell, Griffith, dan Reenen dalam (Dewata, 2017, p. 299) mendefinisikan *market share* sebagai “*The company’s sales divided by total industry sales*”. Dengan kata lain, *market share* adalah rasio total penjualan perusahaan jika dibandingkan dengan total penjualan di industri yang sejenis. Besarnya pangsa pasar yang ada pasti akan berubah mengikuti selera maupun minat konsumen terhadap suatu produk (Setyowati et al., 2019, p. 172).

Pangsa pasar merupakan indikator kunci dari daya saing pasar sehingga bertujuan untuk melihat seberapa baik perusahaan melakukan penjualan bila dibandingkan dengan para pesaingnya. Tingkatan pangsa pasar ditunjukkan dan dinyatakan dalam angka persentasi, melalui angka tersebut dapat diketahui kedudukan perusahaan dan para pesaing – pesaingnya di pasar dalam suatu sektor industri.

2.2. Teori Pangsa Pasar

Dikutip dari (Himme, 2018, p. 7) ada beberapa teori yang berkaitan dengan mekanisme pangsa pasar dan hubungan kinerja keuangan, yaitu :

2.2.1. *Efficiency Theory (EF)*

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dengan pangsa pasar yang lebih tinggi mendapatkan manfaat yang lebih pula, diantaranya melalui *Economies of Scope* dan *Economies of Scale* yang memungkinkan dapat mengurangi *cost* perusahaan.

2.2.2. *Market Power Theory (MP)*

Teori ini menggambarkan bahwa perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang besar maka akan menghasilkan kekuatan pasar (*market power*).

2.2.3. Product (Service) Quality Assessment Theory (PQ)

Dalam teori ini konsumen dapat menggunakan pangsa pasar di beberapa cara sebagai petunjuk bagi kualitas produk, seperti perusahaan dengan pangsa pasar yang tinggi diartikan mempunyai kualitas produk yang lebih baik, konsumen yang membeli dari perusahaan dengan pangsa pasar yang tinggi akan memperoleh manfaat seperti pelayanan yang baik, keramahan staff, beragamnya produk, bahkan manfaat psikologis karena menggunakan produk yang *popular*.

2.2.4. Competitor Orientation Theory (CO)

Teori ini mengacu pada perilaku manajemen yang terlalu berfokus mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar sebagai tujuan bisnis.

2.3. BCG Matriks

BCG Matriks adalah singkatan dari *Boston Consulting Group* Matriks yang dikembangkan oleh Bruce Henderson pada tahun 1970. Matriks BCG merupakan suatu metode yang digunakan dalam menyusun suatu perencanaan unit bisnis strategis dengan melakukan pengklasifikasian terhadap potensi keuntungan perusahaan. Didalam matriks BCG terdapat 2 sumbu yaitu sumbu horizontal (x) dan sumbu vertikal (y) serta terdiri dari 4 sel. Sumbu horizontal menggambarkan *relative market share*. Adapun titik tengah yang berada di sumbu x umumnya ditetapkan sebesar 0,50 yakni sesuai dengan perusahaan yang menempati posisi setengah dari pasar di suatu industri. Sementara sumbu vertikal menggambarkan *market growth rate*. Sumbu y merepresentasikan laju pertumbuhan industri berdasarkan nilai penjualan yang dapat dihitung dalam besarnya persentase. Adapun besarnya persentase tingkat pertumbuhan pasar ini berkisar dari -20 sampai +20 persen dengan 0,0 yang menjadi titik tengah (Fred R. David, 2015, p. 42). Terdapat empat klasifikasi yang mewakili kondisi pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan pasar dari suatu perusahaan yang dapat diklasifikasikan menjadi 4 macam kuadran, yaitu Tanda tanya (*Question Marks*) yang berada pada kuadran I, Bintang (*Stars*) yang berada pada kuadran II, Sapi Perah (*Cash Cows*) yang berada pada kuadran III, dan Anjing (*Dogs*) yang berada pada kuadran IV (Triwiyana & Supriono, 2017, p. 71).

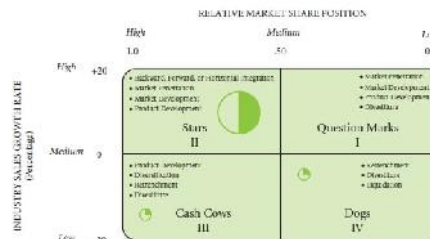


FIGURE 6-7
The BCG Matrix
Source: Based on the BCG Portfolio Matrix from the Product Portfolio Matrix, © 1993, The Boston Consulting Group.

Sumber : (Fred R. David, 2015)

Gambar 1 Kuadran Matriks BCG

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan sumber data sekunder dan jenis data kuantitatif yang didapat dari laman situs resmi BEI yaitu <https://www.idx.co.id/>, berupa data penjualan dari laporan keuangan perusahaan farmasi tahun 2016 – 2021 yang sudah dipublikasikan dan diaudited oleh masing – masing perusahaan serta data pertumbuhan ekonomi Indonesia periode yang sama. Teknik pengumpulan data berupa studi dokumentasi, yaitu mempelajari dan mengumpulkan dokumen – dokumen yang ada di dalam perusahaan yang berhubungan dengan penelitian. Studi dokumentasi dipergunakan untuk memperoleh data sekunder (Harahap & Harahap, 2019, p. 73). Sampel pada penelitian ini adalah tujuh perusahaan farmasi yaitu KLBF, TSPC, KAEF, SIDO, DVLA, INAF, dan MERK yang diambil dengan teknik *purposive sampling* melalui beberapa kriteria, yaitu (a) Perusahaan farmasi yang sudah terdaftar di BEI minimal sejak tahun 2016; (b) Perusahaan farmasi yang tercantum dalam Daftar Efek Syaria'ah (DES) oleh OJK; (c) Perusahaan farmasi yang sudah *publish* laporan keuangan secara lengkap periode 2016 – 2021 baik di laman situs perusahaan masing – masing ataupun pada situs resmi BEI; dan (d) Perusahaan

farmasi yang berada pada posisi 7 besar jika ditinjau berdasarkan aset perusahaan yaitu perusahaan yang memiliki aset minimal 500 Miliar.

Teknik analisis data yang dipergunakan ialah teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan metode BCG Matriks. Berikut tahapan dalam menganalisis pangsa pasar dengan metode BCG Matriks :

- a. Menghitung *growth* dari masing – masing perusahaan farmasi dengan rumus :

$$Growth = \frac{Penjualan\ Tahun\ Berjalan - Penjualan\ Tahun\ Lalu}{Penjualan\ Tahun\ Lalu} \times 100\%$$

- b. Menghitung tingkat pertumbuhan pasar (*market growth rate*) dari masing – masing perusahaan farmasi dengan rumus :

$$Market\ Growth\ Rate = \frac{Pertumbuhan\ Industri}{Pertumbuhan\ Ekonomi}$$

Keterangan :

Pertumbuhan Industri : *Growth* penjualan perusahaan farmasi

Pertumbuhan Ekonomi : Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun berjalan

- c. Menghitung pangsa pasar (*market share*) dengan rumus :

$$Market\ Share = \frac{Penjualan\ Perusahaan\ Farmasi}{Penjualan\ Industri\ Farmasi} \times 100\%$$

- d. Menghitung pangsa pasar relatif (*relative market share*) dengan rumus :

$$Relative\ Market\ Share = \frac{BSt}{LCSt}$$

Keterangan :

BSt : *Business Sales at Time t*

LCSt : *Leading Competitor Sales at Time t* (PT Kalbe Farma Tbk)

- e. Membuat plot pangsa pasar untuk setiap perusahaan farmasi pada diagram matriks BCG, caranya dengan menarik garis lurus pada sumbu x untuk pangsa pasar relatif (*relative market share*) dan sumbu y untuk tingkat pertumbuhan pasar (*market growth rate*).
- f. Membuat masing – masing gambar Matriks BCG lima perusahaan farmasi setiap tahunnya mulai dari tahun 2017 s/d 2021.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui analisis pangsa pasar serta menentukan posisi masing – masing perusahaan farmasi pada kuadran BCG Matriks diperlukan beberapa tahap perhitungan, yaitu sebagai berikut :

4.1. Perhitungan BCG Matriks

4.1.1. Perhitungan *Growth* Penjualan Perusahaan Farmasi

Tabel 2 *Growth* Penjualan Perusahaan Farmasi Tahun 2017 – 2021

Perusahaan	<i>Growth</i> Penjualan (%)				
	2017	2018	2019	2020	2021
KLBF	4,17	4,42	7,40	2,12	13,62
TSPC	4,68	5,46	8,98	-0,23	2,43
KAEF	5,44	38,05	11,13	6,44	28,50
SIDO	0,47	7,36	11,01	8,74	20,55
DVLA	8,56	7,87	6,67	0,92	3,89
INAF	-2,59	-2,35	-14,68	26,22	69,15
MERK	11,77	-47,09	21,68	-11,92	62,29

Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

Ketujuh perusahaan farmasi mengalami *growth* penjualan yang fluktuatif setiap tahunnya. *Growth* penjualan tertinggi diperoleh oleh PT Indofarma Tbk pada tahun 2021 sebesar 69,15%. Sementara itu, PT Merck Tbk memperoleh *growth* penjualan terendah yaitu sebesar -47,09% pada tahun 2018.

4.1.2. Perhitungan *Market Growth Rate* Perusahaan Farmasi

Berikut disajikan data Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2017 – 2021 yang diperlukan sebagai pembagi *growth* dari masing – masing perusahaan farmasi serta hasil perhitungan dari *market growth rate* perusahaan farmasi:

Tabel 3 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Tahun	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
2017	5,07%
2018	5,17%
2019	5,02%
2020	2,07%
2021	3,69%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Tabel 4 *Market Growth Rate* Perusahaan Farmasi Tahun 2017 – 2021

Perusahaan	<i>Market Growth Rate (%)</i>				
	2017	2018	2019	2020	2021
KLBF	0,82	0,86	1,47	1,02	3,69
TSPC	0,92	1,06	1,79	-0,11	0,66
KAEF	1,07	7,36	2,22	3,11	7,72
SIDO	0,09	1,42	2,19	4,22	5,57
DVLA	1,69	1,52	1,33	0,44	1,05
INAF	-0,51	-0,45	-2,92	12,67	18,74
MERK	2,32	-9,11	4,32	-5,76	16,88

Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

SIDO mengalami kenaikan persentase *market growth rate* selama lima tahun terakhir, sementara persentase *market growth rate* perusahaan farmasi lainnya mengalami fluktuasi. Persentase *market growth rate* tertinggi diperoleh oleh INAF pada tahun 2021 sebesar 18,74% dan terendah diperoleh oleh MERK pada tahun 2018 sebesar -9,11%.

4.1.3. Perhitungan *Market Share* Perusahaan Farmasi

Tabel 5 *Market Share* Perusahaan Farmasi Tahun 2017 – 2021

Perusahaan	<i>Market Share (%)</i>				
	2017	2018	2019	2020	2021
KLBF	43,07	41,44	41,10	39,99	39,01
TSPC	20,41	19,84	19,97	18,98	16,69
KAEF	13,08	16,63	17,07	17,31	19,10
SIDO	5,49	5,43	5,57	5,77	5,97
DVLA	3,36	3,34	3,29	3,17	2,82
INAF	3,48	3,13	2,47	2,97	4,31
MERK	2,47	1,20	1,35	1,13	1,58

Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

KLBF memperoleh *market share* tertinggi selama lima tahun berurut walaupun mengalami penurunan setiap tahunnya. Sebaliknya, KAEF mengalami kenaikan *market share* selama lima tahun berurut. Perusahaan farmasi lainnya mengalami *market share* yang berfluktuasi setiap tahunnya.

4.1.4. Perhitungan *Relative Market Share* Perusahaan FarmasiTabel 6 *Relative Market Share* Perusahaan Farmasi Tahun 2017 – 2021

Perusahaan	<i>Relative Market Share</i>				
	2017	2018	2019	2020	2021
TSPC	0,47	0,48	0,49	0,47	0,43
KAEF	0,30	0,40	0,42	0,43	0,49
SIDO	0,13	0,13	0,14	0,14	0,15
DVLA	0,08	0,08	0,08	0,08	0,07
INAF	0,08	0,08	0,06	0,07	0,11
MERK	0,06	0,03	0,03	0,03	0,04

Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

Sejalan dengan kenaikan *market share* yang diperoleh KAEF maka nilai *relative market share*nya juga mengalami kenaikan setiap tahunnya walaupun tidak terlalu signifikan. Nilai *relative market share* perusahaan farmasi lainnya mengalami fluktuasi selama periode tahun 2017 – 2021.

4.2. Analisis Pangsa Pasar Perusahaan Farmasi Tahun 2017 – 2021

4.2.1. Pangsa Pasar Perusahaan Farmasi Tahun 2017

Pada tahun 2017 KLBF menempati posisi pertama pasar industri farmasi dengan pangsa pasar sebesar 43,07%. Hal ini menjadikan KLBF sebagai pembanding dalam penelitian ini dikarenakan perusahaan ini merupakan *market leader* dalam pasar industri farmasi di Indonesia.

TSPC meraih pangsa pasar sebesar 20,41% dengan nilai *relative market share* sebesar 0,47. Selanjutnya diikuti oleh KLBF dengan pangsa pasar sebesar 13,08% dan nilai *relative market share* sebesar 0,30. Berikutnya SIDO meraih pangsa pasar sebesar 5,49% dengan nilai *relative market share* sebesar 0,13. Disusul oleh INAF dan DVLA dengan pangsa pasar sebesar 3,48% dan 3,36% serta nilai *relative market share* yang sama sebesar 0,08. Terakhir diisi oleh MERK dengan pangsa pasar sebesar 2,47% dan nilai *relative market share* sebesar 0,06.

4.2.2. Pangsa Pasar Perusahaan Farmasi Tahun 2018

Pada tahun 2018 KLBF mengalami penurunan pangsa pasar sebanyak 1,63% sehingga menjadi 41,44%. Meskipun begitu, KLBF masih tetap menjadi *market leader* dalam pasar industri farmasi Indonesia di tahun 2018.

Pada tahun ini seluruh perusahaan mengalami penurunan persentase *market share* dibandingkan tahun 2017, kecuali KAEF yang mengalami kenaikan sebanyak 3,55% sehingga meraih 16,63% pangsa pasar hal ini juga sejalan dengan peningkatan nilai *relative market share*nya menjadi 0,40. TSPC mengalami penurunan persentase *market share* sebanyak 0,57% sehingga menjadi 19,84% dengan 0,48 nilai *relative market share*. MERK tetap berada pada posisi terakhir dengan persentase *market share* sebesar 1,20% dan nilai *relative market share* sebesar 0,03.

4.2.3. Pangsa Pasar Perusahaan Farmasi Tahun 2019

Pemimpin pasar industri farmasi pada tahun 2019 masih ditempati oleh KLBF dengan meraih 41,10% pangsa pasar. Pada tahun ini hampir seluruh pangsa pasar perusahaan farmasi mengalami kenaikan walaupun tidak terlalu signifikan jika dibandingkan dari tahun 2018. Kenaikan persentase *market share* ini sejalan dengan kenaikan nilai *relative market share* perusahaan farmasi. Kenaikan pangsa pasar paling tinggi diperoleh oleh KAEF sebesar 0,44% sehingga persentase pangsa pasarnya menjadi 17,07%.

4.2.4. Pangsa Pasar Perusahaan Farmasi Tahun 2020

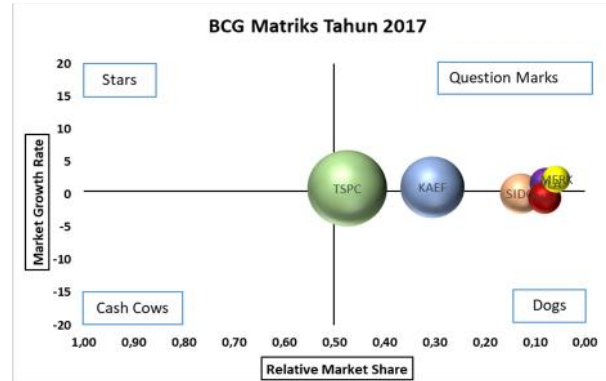
Pada tahun 2020 pangsa pasar KLBF yang merupakan *market leader* pada industri farmasi Indonesia turun sebanyak 1,11% sehingga menjadi 39,99%. Pada tahun ini penurunan tertinggi terjadi pada TSPC yang mengalami penurunan pangsa pasar sebanyak 0,99% sehingga pangsa pasarnya menjadi 18,98%. Sementara itu, kenaikan tertinggi diperoleh oleh INAF sebesar 0,5% sehingga pangsa pasarnya menjadi 2,97%. Nilai *relative market share* berbagai perusahaan juga cenderung fluktuatif.

4.2.5. Pangsa Pasar Perusahaan Farmasi Tahun 2021

Pada tahun 2021 pangsa pasar KLBF turun kembali sebanyak 0,98% sehingga menjadi 39,01%. Walaupun demikian, KLBF tetap menjadi *market leader* selama kurun waktu lima tahun terakhir. Pada tahun ini dapat dilihat bahwa kenaikan pangsa pasar KAEF cukup signifikan sebesar 1,79% sehingga menjadi 19,10% sejalan dengan kenaikan nilai *relative market share*-nya menjadi 0,49. INAF juga mengalami kenaikan pangsa pasar yang cukup signifikan sebesar 1,34% sehingga menjadi 4,31% dengan kenaikan nilai *relative market share* menjadi 0,11.

4.3. Posisi Perusahaan Farmasi Tahun 2017 – 2021 Pada Kuadran BCG Matriks

4.3.1. Posisi Perusahaan Farmasi Tahun 2017



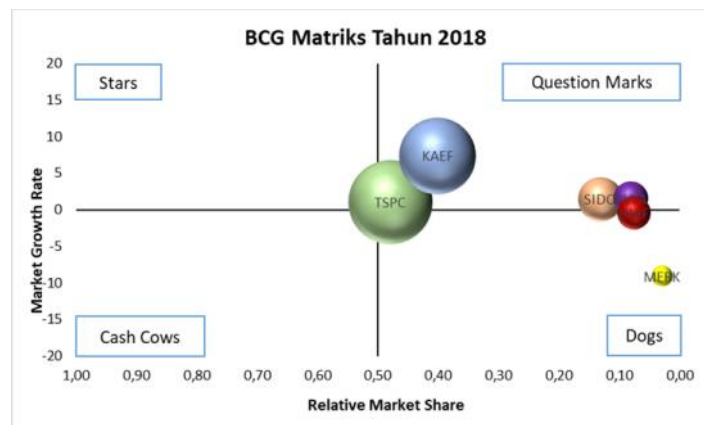
Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

Gambar 2 BCG Matriks Tahun 2017

Dari hasil pengolahan BCG Matriks masing – masing perusahaan farmasi dibandingkan dengan KLBF pada tahun 2017 sebagai berikut :

- Kelima perusahaan farmasi yaitu TSPC, KAEF, SIDO, DVLA, dan MERK berada pada kuadran *Question Marks*.
- INAF berada pada kuadran *Dogs* disebabkan oleh nilai *market growth rate* yang minus sebesar -0,51%.

4.3.2. Posisi Perusahaan Farmasi Tahun 2018



Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

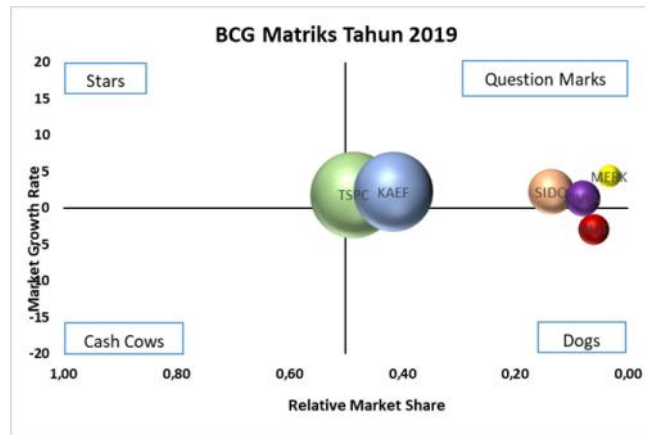
Gambar 3 BCG Matriks Tahun 2018

Dari hasil pengolahan BCG Matriks masing – masing perusahaan farmasi dibandingkan dengan KLBF pada tahun 2018 sebagai berikut :

- Empat perusahaan farmasi yaitu TSPC, KAEF, SIDO, dan DVLA masih berada pada kuadran *Question Marks*.
- INAF tetap berada pada posisi kuadran yang sama dengan tahun 2017, yaitu kuadran *Dogs*.

- c. MERK berada pada kuadran *Dogs*. Posisi ini mengalami penurunan bila dibandingkan dengan tahun 2017 yang berada pada posisi kuadran *Question Marks*. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan *market growth rate* sebesar 6,79% sehingga turun menjadi ke angka -9,11%.

4.3.3. Posisi Perusahaan Farmasi Tahun 2019



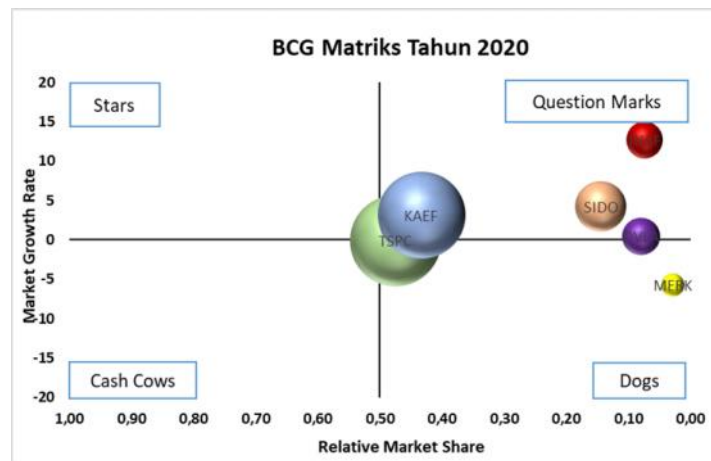
Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

Gambar 4 BCG Matriks Tahun 2019

Dari hasil pengolahan BCG Matriks masing – masing perusahaan farmasi dibandingkan dengan KLBF pada tahun 2019 diperoleh matriksnya sebagai berikut :

- Pada tahun 2019 kuadran *Question Marks* masih diisi oleh TSPC, KAEF, SIDO, DVLA, serta MERK yang kembali naik ke kuadran ini sebab *market growth rate*-nya naik kembali ke angka *positive*, yaitu 4,32%.
- INAF tetap berada pada kuadran *Dogs* disebabkan oleh *market growth rate*-nya yang masih berada di angka *minus*, yaitu -2,92%.

4.3.4. Posisi Perusahaan Farmasi Tahun 2020



Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

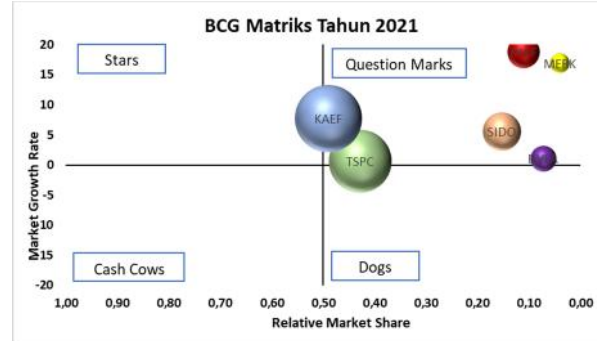
Gambar 5 BCG Matriks Tahun 2020

Dari hasil pengolahan BCG Matriks masing – masing perusahaan farmasi dibandingkan dengan KLBF pada tahun 2020 sebagai berikut :

- KAEF, SIDO, dan DVLA konsisten berada pada kuadran *Question Marks*.
- Pada tahun 2020, INAF mengalami kenaikan posisi yang sebelumnya selama tiga tahun berturut – turut berada pada kuadran *Dogs* menjadi berada pada posisi kuadran *Question Marks*. Kenaikan ini disebabkan adanya kenaikan *market growth rate* yang semula berada di angka *minus* sekarang naik ke angka *positive*, yaitu 12,67%.

- c. TSPC berada pada kuadran *Dogs* sebab *market growth rate*-nya mengalami penurunan ke angka *minus*, yaitu -0,11%.
- d. MERK mengalami penurunan posisi ke kuadran *Dogs*. Hal ini disebabkan oleh terjadinya penurunan *market growth rate* yang pada tahun sebelumnya sebesar 4,32% menjadi -5,76% pada tahun ini.

4.3.5. Posisi Perusahaan Farmasi Tahun 2021



Sumber : Pengolahan Data Sekunder (2022)

Gambar 6 BCG Matriks Tahun 2021

Dari hasil pengolahan BCG Matriks masing – masing perusahaan farmasi dibandingkan dengan KLBF pada tahun 2021 sebagai berikut :

- a. Pada tahun ini, keenam perusahaan farmasi berada pada posisi kuadran *Question Marks*. TSPC dan MERK mengalami kenaikan kembali ke posisi kuadran *Question Marks* disebabkan oleh kenaikan *market growth rate* masing – masing perusahaan sebesar 0,66% dan 16,88%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil dari analisis pangsa pasar yaitu perusahaan farmasi yang memperoleh *market share* terbesar yaitu diatas 35% setiap tahunnya adalah PT Kalbe Farma Tbk sehingga perusahaan ini menjadi pembanding dalam penelitian ini. Sebaliknya, PT Merck Tbk yang memperoleh *market share* terkecil yaitu hanya diatas 1% setiap tahunnya sehingga perusahaan ini menjadi salah satu perusahaan terbanding dalam penelitian ini. Berdasarkan perhitungan sebagaimana telah dijelaskan pada Bab IV, maka yang memperoleh *relative market share* terbesar ialah PT Tempo Scan Pacific Tbk pada tahun 2017 – 2020 yang meraih nilai diatas 0,45 , selanjutnya pada tahun 2021 PT Kimia Farma Tbk yang memperoleh *relative market share* terbesar yaitu 0,49. Sebaliknya, PT Merck Tbk yang memperoleh *relative market share* terkecil yaitu dibawah 0,10 selama lima tahun berturut – turut. Selanjutnya, perusahaan yang memperoleh *growth* penjualan tertinggi adalah PT Indoframa Tbk sebesar 69,15% pada 2021 sementara PT Merck Tbk memperoleh *growth* penjualan terendah sebesar -47,09% pada 2018. Sejalan dengan *growth* penjualan, persentase *market growth rate* tertinggi diperoleh oleh PT Indofarma Tbk sebesar 18,74% pada 2021 dan *market growth rate* terendah sebesar -9,11% diperoleh oleh PT Merck Tbk pada 2018.
- b. Hasil analisis posisi masing – masing perusahaan farmasi dengan BCG Matriks yaitu PT Tempo Scan Pacific Tbk berada pada posisi kuadran *Question Marks* sejak Tahun 2017 hingga 2021 kecuali pada tahun 2020 berada pada posisi kuadran *Dogs*. PT Kimia Farma Tbk, PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, dan PT Darya – Varia Laboratoria Tbk selalu berada pada posisi kuadran *Question Marks* sejak Tahun 2017 hingga 2021. PT Indofarma Tbk berada pada posisi kuadran *Dogs* pada tahun 2017 hingga 2019 kemudian berpindah posisi ke kuadran *Question Marks* pada tahun 2020 dan 2021. PT Merck Tbk berada pada posisi kuadran *Question Marks* dan *Dogs* secara bergantian setiap tahunnya, dimulai pada tahun 2017 berada pada posisi kuadran *Question Marks*, kemudian tahun 2018 berada pada posisi kuadran *Dogs*, tahun 2019 kembali pada posisi kuadran *Question Marks*, tahun 2020 berpindah lagi pada posisi kuadran *Dogs*, terakhir pada tahun 2021 berada pada posisi kuadran *Question Marks*.

Dari hasil kesimpulan penulis memberikan beberapa saran, yaitu :

- a. Enam Perusahaan Farmasi yang menjadi perusahaan terbanding pada penelitian kali ini, yaitu PT Tempo Scan Pacific Tbk, PT Kimia Farma Tbk, PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, PT Darya –Varia Laboratoria Tbk, PT Indofarma Tbk, dan PT Merck Tbk diharapkan dapat merumuskan berbagai macam strategi baru guna meningkatkan pangsa pasar dan posisi masing – masing perusahaan. Bagi *market leader* (perusahaan pembanding) PT Kalbe Farma Tbk diharapkan mampu terus bersaing dan mempertahankan pencapaiannya atau bahkan meningkatkannya lebih baik lagi.
- b. Penelitian ini hanya terbatas pada penggunaan BCG Matriks sebagai alat untuk mengukur posisi masing – masing Perusahaan Farmasi dengan pesaing utamanya. Masih banyak matriks lainnya yang dapat dipergunakan untuk mengukur analisis pangsa pasar. Maka dari itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan matriks yang lain serta dengan menambah jumlah perusahaannya

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. P. (2020). *Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Pangsa Pasar Terhadap Kinerja Usaha Industri Genteng Jatiwangi Kabupaten Majalengka*. Universitas Komputer Indonesia.
- BPS. (2021). [Seri 2010] *Distribusi PDB Triwulanan Seri 2010 Atas Dasar Harga Berlaku (Persen)*. <https://www.bps.go.id/indicator/11/106/2/-seri-2010-distribusi-pdb-triwulanan-seri-2010-atas-dasar-harga-berlaku.html>
- Dewata, M. F. N. (2017). Problematika Pengukuran Pangsa Pasar. *Jurnal Yudisial*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.29123/jy.v10i3.287>
- Fred R. David. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases*. https://www.academia.edu/34858806/Fred_R_David_Manajemen_Strategik_pdf
- Genchev, E. (2012). Effects of Market Share on the Bank's Profitability. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 3(1), 87–94.
- Harahap, M. I., & Harahap, R. D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Aset Bprs. At-Tijarah: *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–82. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v5i1.1645>
- Himme, A. E. and A. (2018). When Does Market Share Matter? New Empirical Generalizations from a Meta-Analysis of the Market Share-Performance Relationship. *Journal of Marketing*, 82(3), 1–41.
- Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional Tahun 2015 - 2035, (2015). <https://kemenperin.go.id/ripin.pdf>
- Khair, H. (2016). *Manajemen Strategi*. Umsu Press.
- Maharani, F. R., Kusmintarti, A., & Sumiadji. (2021). Pangsa Pasar, Rasio Leverage, dan Rasio Intensitas Modal sebagai Determinan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5(2), 241–248. <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i2.010>
- Runlasari, K. (2021). *Jumlah perusahaan farmasi berdasarkan jenis produk*. <https://data.alinea.id/jumlah-perusahaan-farmasi-berdasarkan-jenis-produk-b2c6f9Aa9d>
- Setyowati, D. H., Sartika, A., & Setiawan. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non-Bank. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(2).
- Sirait, S., & Panjaitan, S. (2018). Analisis Pengaruh Pangsa Pasar Pembiayaan Dan Non Performing Financing (Npf) Terhadap Profitabilitas. *Jurnal EK&BI*, 1(2), 76–82.
- Triwiyana, K. P., & Supriono. (2017). Analisis Strategi Perusahaan Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(2), 68–77.