

## ABSTRAK

Strategi hubungan antara pemasok dan pembeli merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung kinerja perusahaan termasuk Industri Farmasi karena berdampak pada kemampuan pemasok untuk memasok dan memastikan ketersediaan bahan baku untuk proses produksi dan menjamin pasokan produk jadi kepada pelanggan. Industri Farmasi menghadapi masalah terkait ketersediaan bahan baku ini baik dalam segi waktu dan jumlah yang dibutuhkan karena adanya keterlambatan pasokan dari pemasok (pasokan dan pengiriman bahan baku yang tidak konsisten), masalah ini semakin diperburuk karena kondisi akurasi dari ramalan penjualan yang rendah dan berfluktuasi. Fenomena pandemi Covid-19 juga memperburuk kondisi ketersediaan bahan baku karena pandemi ini menyebabkan kelangkaan dan terganggunya pasokan bahan baku. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dari hasil wawancara mendalam dengan narasumber yang representatif dari pihak pembeli dan pemasok. Tujuan penelitian adalah untuk studi faktor-faktor kunci yang akan berdampak pada strategi hubungan antara pemasok dan pembeli yang pada akhirnya berkontribusi pada kelangsungan bisnis dan juga kinerja bisnis perusahaan. Hasil yang diperoleh dari penelitian kualitatif ini menunjukkan bahwa faktor motif, faktor komitmen dan tanggung jawab, faktor kepercayaan dan reputasi, faktor hubungan interpersonal, faktor komunikasi dan berbagi informasi, faktor tata keadilan kontrak, faktor kualitas dan fleksibilitas, faktor evaluasi kinerja, faktor dukungan manajemen puncak dan faktor strategi sumber pasokan merupakan faktor penting dalam strategi hubungan antara pembeli dan pemasok dalam rangka menjamin ketersediaan bahan baku obat dalam jumlah, ketepatan waktu dan kualitas yang baik yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi terhadap kelangsungan dan kinerja bisnis perusahaan.

**Kata kunci: Strategi Hubungan, Pemasok, Kinerja Bisnis, Pandemi Covid-19, Industri Farmasi**