

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan PT Indomedik Niaga Perkasa dalam mengembangkan dan mengoperasionalkan kemitraan yang strategis dan layak secara komersial dengan produsen alat kesehatan asal Belanda guna memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar kesehatan Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan data primer melalui tiga wawancara semi-terstruktur yang melibatkan pihak internal PT Indomedik Niaga Perkasa dan seorang pakar eksternal, serta data sekunder berupa literatur akademik, laporan industri, data pasar, dan dokumen regulasi. Analisis dilakukan menggunakan beberapa kerangka strategis, meliputi VRIO, Value Chain Analysis, DESTEP, Hofstede Cultural Dimensions, Porter's Five Forces, TAM-SAM-SOM, supplier scorecard, supply chain mapping, Total Landed Cost, Entry Mode Theory, dan Balanced Scorecard. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Indomedik memiliki kemampuan internal yang kuat melalui jaringan distribusi nasional, hubungan dengan principal internasional, sistem pelayanan purna jual, serta kolaborasi antara tenaga pemasaran, product specialist, dan teknisi. Pasar alat kesehatan Indonesia juga menunjukkan peluang yang menarik, khususnya untuk teknologi self-measurement kiosk seperti Alviscan, meskipun terdapat tantangan berupa persaingan, persyaratan regulasi, risiko nilai tukar, dan kebutuhan pengembangan kapasitas dalam mengelola pemasok Eropa. Hasil evaluasi pemasok menunjukkan bahwa Alphasat Medical Systems B.V. merupakan mitra yang paling sesuai, sedangkan model kemitraan distributor tunggal (exclusive distributor) dinilai sebagai bentuk kerja sama yang paling tepat. Implementasi kemitraan direkomendasikan melalui kepemilikan NIE oleh PT Indomedik, skema impor FOB, transfer pengetahuan, integrasi dengan CKG dan SATUSEHAT, pengelolaan risiko nilai tukar, serta penerapan Balanced Scorecard dalam tahapan implementasi selama 36 bulan. Dengan demikian, kemitraan eksklusif antara PT Indomedik Niaga Perkasa dan Alphasat dinilai feasible dan commercially viable apabila didukung oleh kesiapan regulasi, penguatan koordinasi pemasok Eropa, dan pengelolaan operasional yang terstruktur.

Kata kunci: Strategi Masuk Pasar; Strategi Go-to-Market; Segen Paint; Belanda; Cat dan Pelapis; Pemasaran B2B; Ekspor Langsung.