

Analisis Strategi Blue Ocean PT Darya-Varia Laboratoria TBK.

Amanda Diasha

Universitas Surabaya

amandadsha06@gmail.com

ABSTRACT

This case study analyzes the implementation of the Blue Ocean Strategy by PT Darya-Varia Laboratoria Tbk, a leading pharmaceutical company in Indonesia, to create added value and avoid intense market competition. Using strategic management theory and the Blue Ocean Strategy model, the research identifies opportunities for innovation, operational efficiency improvement, and market expansion. The findings indicate that implementing this strategy enables the company to develop competitive advantages through product innovation, quality enhancement, and integrated digital technology. By focusing on unmet market needs and customer loyalty programs, PT Darya-Varia Laboratoria successfully expands its market share without facing direct competition while simultaneously enhancing its reputation and overall performance.

Keywords: *Blue Ocean Strategy, pharmaceuticals, innovation, competitive advantage, PT Darya-Varia Laboratoria Tbk.*

ABSTRAK

Studi kasus ini menganalisis penerapan strategi *Blue Ocean* oleh PT Darya-Varia Laboratoria Tbk, sebuah perusahaan farmasi terkemuka di Indonesia, untuk menciptakan nilai tambah dan menghindari persaingan pasar yang ketat. Dengan teori manajemen strategis dan model strategi *blue ocean*, penelitian ini mengidentifikasi peluang inovasi, peningkatan efisiensi operasional, dan pengembangan pasar. Temuan menunjukkan bahwa penerapan strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, dan teknologi digital yang terintegrasi. Dengan fokus pada kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan program loyalitas pelanggan, PT Darya-Varia Laboratoria mampu memperluas pangsa pasar tanpa menghadapi persaingan langsung, sekaligus meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Kata kunci: *Strategi Blue Ocean, farmasi, inovasi, keunggulan kompetitif, PT Darya-Varia Laboratoria Tbk.*

PENDAHULUAN

Industri farmasi memegang peran strategis dalam menyediakan produk kesehatan yang vital bagi masyarakat. Di Indonesia, industri ini tidak hanya berperan dalam mendukung kebutuhan kesehatan masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu sektor ekonomi yang terus tumbuh dan berkembang. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk kesehatan serta persaingan yang semakin ketat, perusahaan farmasi perlu mencari cara untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah penerapan *Blue Ocean Strategy*,

sebuah strategi yang bertujuan untuk menciptakan pasar baru yang belum tersentuh kompetitor, sehingga perusahaan dapat meningkatkan nilai tambah tanpa harus terjebak dalam persaingan pasar yang ketat.

PT Darya-Varia Laboratoria Tbk merupakan salah satu perusahaan farmasi terkemuka di Indonesia yang memiliki reputasi kuat dalam menyediakan produk kesehatan berkualitas. Berdiri sejak tahun 1976, perusahaan ini terus berkembang dengan fokus pada inovasi melalui kegiatan penelitian dan pengembangan (*Research and Development*). Komitmen perusahaan ini terlihat dari keberhasilannya dalam memproduksi berbagai produk farmasi, termasuk obat resep, suplemen kesehatan, multivitamin, dan kosmetik, yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia selama lebih dari 47 tahun. Selain itu, perusahaan ini juga menjalankan bisnis *toll manufacturing* dan ekspor, memperluas cakupan pasar hingga ke tingkat internasional.

Dalam upayanya memenuhi standar internasional, PT Darya-Varia mengoperasikan dua pabrik yang telah memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB), standar *Pharmaceutical Inspection Convention and Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme* (PIC/S), serta peraturan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Perusahaan juga mengadopsi nilai-nilai inti yang terangkum dalam budaya kerja "BERSATU," yang menekankan gotong royong, keterbukaan, rasa peduli, dan inovasi untuk maju. Dengan visi menjadi perusahaan terbaik yang menyediakan solusi kesehatan berkualitas di Indonesia, PT Darya-Varia Laboratoria Tbk terus menunjukkan komitmennya untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesehatan masyarakat.

Di tengah persaingan yang semakin kompleks, strategi *Blue Ocean* menjadi relevan untuk diterapkan oleh PT Darya-Varia Laboratoria Tbk. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai yang unik dan inovatif, sehingga dapat menghindari kompetisi langsung dengan pesaing. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana PT Darya-Varia Laboratoria Tbk dapat mengimplementasikan *Blue Ocean Strategy* guna menciptakan pasar baru, memperluas jangkauan, serta meningkatkan keunggulan kompetitif. Dengan memanfaatkan pendekatan analisis internal dan eksternal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana strategi inovatif dapat mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan di industri farmasi yang dinamis.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah PT Darya-Varia Laboratoria Tbk, sebuah perusahaan farmasi yang telah beroperasi sejak tahun 1976 dan memiliki reputasi kuat dalam menyediakan produk kesehatan berkualitas. Perusahaan ini dipilih karena komitmennya terhadap inovasi, penelitian dan pengembangan (*Research and Development*), serta penerapan nilai-nilai inti yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data melalui data sekunder yang berasal dari sumber lain seperti hasil penelitian sebelumnya, jurnal, laporan tahunan, situs web resmi perusahaan, dan laporan keuangan yang digunakan untuk memperoleh dan mengeksplorasi teori-teori yang dapat mendukung pemecahan masalah dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan diperoleh, langkah selanjutnya adalah menganalisisnya dengan teori manajemen strategis dan model strategi *blue ocean* yang sesuai dengan metode yang digunakan. Kemudian dilakukan pengolahan data, dan hasil analisis disajikan dalam bentuk kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Audit Eksternal

Analisis PEST

Analisis ini mencakup kajian terhadap faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi PT Darya-Varia Laboratoria Tbk saat ini maupun di masa mendatang. Dalam hal ini, analisis tersebut berfokus pada merumuskan berbagai peluang dan ancaman yang timbul dari keempat faktor tersebut.

- **Faktor Politik**

Adanya Peraturan Menteri Kesehatan Nomor HK.02.02/MENKES/068/1/2010 tentang Kewajiban Menggunakan Obat Generik di Fasilitas Pelayanan Kesehatan Pemerintah yang mendukung keputusan MenKes tentang Formularium Nasional sebagai daftar obat terpilih yang dibutuhkan dan digunakan sebagai acuan penulisan resep pada pelaksanaan pelayanan kesehatan dalam penyelenggaraan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) menyebabkan Obat Generik Berlogo (OGB) melalui BPJS mendominasi di pasar dan didukung dengan sektor kesehatan saat ini menjadi fokus utama pemerintah untuk memperkuat layanan kesehatan sehingga potensi di masa depan obat generik akan berkembang sesuai volume permintaan BPJS karena BPJS akan tetap menjadi pilihan utama pemerintah dan masyarakat menengah ke bawah.

- **Faktor Ekonomi**

Sepanjang 2023, perekonomian dunia semakin terfragmentasi, terutama karena hubungan ekonomi yang memburuk antara AS dan Tiongkok. Kebijakan neo-proteksionis di AS menyebabkan pelemahan perdagangan global. Indonesia berhasil mencatat pertumbuhan ekonomi sebesar 5,05%, lebih tinggi dari rata-rata global, meskipun ekspor batu bara

dan CPO menurun dimana pertumbuhan ini didorong oleh konsumsi domestik yang kuat dan peningkatan investasi asing.

Bank Indonesia menaikkan BI 7-Day Reverse Repo Rate (BI7DRR) dua kali sebesar total 0,50%, yang berhasil menahan laju inflasi hingga 2,61% pada akhir tahun, kurang dari setengah kenaikan inflasi selama 2022. Inflasi yang terkendali membantu pemulihan ekonomi secara luas, memperluas angkatan kerja, dan merangsang pertumbuhan sektor industri, terutama manufaktur. Kondisi ekonomi global yang mempengaruhi banyak negara dengan inflasi dan suku bunga yang terus meningkat berdampak pada industri farmasi di Indonesia.

- **Faktor Sosial**

Penjualan *immunobooster* dan multivitamin—yang memuncak di masa pandemi terus mengalami penurunan. Kasus gagal ginjal pada anak-anak yang terjadi di akhir 2022 berdampak pada seluruh produk obat sirup yang menyebabkan isu kontaminasi EG/DEG belum kunjung pulih di sepanjang tahun 2023. Hal ini membuat masyarakat cenderung lebih berhati-hati dalam mengonsumsi obat-obatan dan adanya pergeseran preferensi konsumen dari penggunaan obat resep bermerek menjadi obat resep generik. Sementara itu, tingkat kepercayaan terhadap rumah sakit meningkat, ditandai dengan pertumbuhan industri farmasi di rumah sakit sebesar 26,7%, sementara pertumbuhan segmen apotek masih lemah, yaitu 0,5%.

- **Faktor Teknologi**

Perkembangan teknologi memungkinkan perusahaan farmasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas R&D, yang dapat mempercepat pengembangan produk baru. Implementasi sistem informasi kesehatan terpadu dapat meningkatkan koordinasi antara penyedia layanan kesehatan, apotek, dan pasien untuk pemantauan dan manajemen penyakit yang lebih baik. Pertumbuhan teknologi *telemedicine* dan kesehatan digital dapat mempengaruhi cara perusahaan farmasi berinteraksi dengan konsumen, menyediakan informasi kesehatan, dan mengelola penyakit.

Five Forces Model

- **Persaingan Antar Perusahaan (*Rivalry Among Existing Competitors*)**

Industri farmasi di Indonesia memiliki tingkat persaingan yang cukup ketat karena adanya beberapa perusahaan besar dan pemain lokal yang menjual produk yang sama sehingga bagi setiap industri farmasi perlu memiliki informasi pasar dan kondisi kekuatan serta kelemahan yang dapat dilihat dalam hal penawaran produk, inovasi, dan upaya pemasaran pesaing.

Dalam industri farmasi, produk sering memiliki tingkat diferensiasi yang rendah karena adanya persyaratan yang ketat terkait persetujuan dan standar kualitas sehingga strategi pemasaran dan merek menjadi kunci dalam menciptakan diferensiasi.

- **Ancaman Produk Pengganti (*Threat of Substitute Products*)**

Adanya obat generik dengan harga yang lebih terjangkau dan peningkatan regulasi serta kebijakan pemerintah terkait penggunaan obat generik dapat menjadi ancaman bagi obat-obat bermerek.

Maraknya informasi tentang dampak pemakaian obat yang kurang tepat dari berbagai sumber menyebabkan masyarakat mempertimbangkan dalam menggunakan obat-obatan konvensional dan memilih mengadopsi terapi alternatif atau pengobatan tradisional.

Saat ini, 90% kebutuhan bahan baku farmasi masih bergantung dengan impor. walaupun pemerintah mengupayakan penggunaan bahan baku dalam negeri namun hal tersebut tidak sesuai dengan kualitas dari penjaminan mutu obat-obatan resmi berstandar internasional.

- **Negosiasi Kekuatan Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)**

Dalam industri farmasi negosiasi pembeli cukup rendah hal ini karena tidak adanya alternatif lain yang tersedia di pasaran kecuali pada segmen pemerintah dan asuransi dimana keduanya memiliki kekuatan negosiasi karena mereka sering menjadi pembeli dalam jumlah besar serta kebijakan harga dan pembayaran pemerintah dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan farmasi.

Peningkatan informasi dan kesadaran pasien dapat meningkatkan kekuatan negosiasi, terutama dalam pemilihan produk dan merek. Jika konsumen sudah percaya dan loyal terhadap obat yang di konsumsi pasti pasien tidak akan mudah beralih terlebih produk yang dikonsumsi berkaitan dengan standar dan kualitas terjamin, sehingga pasien akan lebih selektif dalam menentukan pilihannya, walaupun banyak merek obat-obatan dengan kandungan yang sama tersedia.

- **Negosiasi Kekuatan Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)**

Dalam industri farmasi pemasok mempunyai daya tawar yang tinggi karena kebutuhan bahan baku obat kimia maupun campuran alami yang tidak ada penggantinya di dalam negeri sehingga hal ini dapat menyebabkan ketergantungan yang tinggi pada pemasok dan tentu akan berpengaruh terhadap persaingan serta biaya yang akan dikeluarkan oleh industri.

- **Ancaman Masuknya Pesaing Baru (*Threat of New Entrants*)**

Berlakunya regulasi dan persyaratan yang cukup ketat dalam industri farmasi menjadikan tidak mudah bagi industri dari luar/pendirian industri baru/industri yang sudah ada menambah segmen pasar produk yang berbeda untuk masuk dan menciptakan produk baru terlebih diperlukan dukungan sumber daya untuk berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, perizinan, dan fasilitas produksi.

Analisis Industri

Berdasarkan karakteristik dari setiap tahapan pada *Life Cycle of Industry Analysis*, industri farmasi berada dalam tahapan *Maturity Stage* karena memiliki

persaingan yang cukup tinggi terutama di pasar yang telah stabil dimana banyak industri farmasi bersaing untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dengan melakukan berbagai inovasi, terjadi pertumbuhan pasar yang cenderung melambat karena penetrasi pasar telah mencapai tingkatan yang cukup tinggi karena sebagian besar masyarakat telah menggunakan obat-obatan yang mereka butuh kan, mulai mempertahankan profitabilitas di tengah persaingan harga yang ketat, merger dan akuisisi sering terjadi agar industri dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperoleh teknologi baru, atau memperluas portofolio produk dan sudah mulai fokus pada efisiensi operasional dan pengendalian biaya yang merupakan upaya untuk meningkatkan proses produksi, distribusi, dan penelitian untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Tabel 1. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Faktor-Faktor Eksternal Utama		Bobot	Peringkat	Skor
ANCAMAN				
1	Peningkatan permintaan obat generik menyebabkan persaingan harga yang dapat mengurangi margin keuntungan perusahaan	0,11	2	0,22
2	Kepercayaan menurun terhadap produk farmasi yang dapat mengurangi penjualan dan menurunkan atau merusak reputasi perusahaan	0,13	3	0,38
3	Adanya persyaratan yang ketat terkait persetujuan dan standar kualitas	0,14	3	0,43
4	Risiko terhadap pasokan bahan baku dapat terjadi akibat ketergantungan pada pemasok tunggal	0,08	3	0,24
PELUANG				
1	Pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh konsumsi domestik meningkatkan permintaan produk farmasi	0,15	4	0,60
2	Munculnya segmen pasar atau kategori terapeutik baru	0,14	2	0,29
3	Pertumbuhan pasar cenderung melambat akibat penetrasi pasar mencapai tingkatan yang tinggi	0,13	3	0,38
4	Pertumbuhan teknologi telemedicine dan kesehatan digital yang semakin pesat	0,12	3	0,36
JUMLAH		1,00		2,90

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan angka 2,90, yang berada di atas rata-rata 2,50. Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahwa PT Darya-Varia Laboratoria Tbk telah mengelola bisnisnya dengan baik dan berhasil memanfaatkan peluang yang tersedia. Namun, meskipun secara kuantitatif nilai total PT Darya-Varia Laboratoria Tbk melampaui rata-rata, perusahaan tetap perlu memberikan perhatian khusus terhadap ancaman-ancaman yang ada di sekitarnya.

Audit Internal

Porter Value Chain

Aktivitas Utama :

Inbound Logistcs

- PT Darya-Varia Tbk memprioritaskan pengadaan bahan baku berkualitas tinggi untuk memastikan mutu produk farmasi.
- Bahan baku sebagian besar diimpor karena standar internasional yang harus dipenuhi, sementara optimalisasi pengadaan dilakukan untuk mengurangi biaya.

- Transfer teknologi dan uji coba laboratorium, seperti stabilitas bahan baku dan pengembangan formulasi, dilakukan untuk memastikan efisiensi produksi.

Operation

- Perusahaan mengoperasikan dua pabrik yang memenuhi standar Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) dan *Pharmaceutical Inspection Convention and Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme* (PIC/S).
- Strategi efisiensi produksi diterapkan melalui program seperti PROKITA (Program Kinerja Kita) dan Kaizen untuk meningkatkan kapasitas operasional.
- Produk yang dihasilkan meliputi obat resep, obat bebas, suplemen kesehatan, dan kosmetik dengan inovasi yang berkelanjutan namun perusahaan memiliki banyak kategori produk obat-obat resep dengan *demand* di pasar yang cukup tinggi.

Outgoing Logistics

- Distribusi produk dilakukan melalui jaringan mitra seperti distributor farmasi, rumah sakit, apotek, dan ritel farmasi.
- Perusahaan juga terlibat dalam ekspor produk dan *toll manufacturing*, menciptakan peluang pasar baru di tingkat domestik maupun internasional namun hal ini mencerminkan penurunan pendapatan segmen tersebut sebesar 12% pada tahun 2022.

Marketing

- Strategi pemasaran berfokus pada promosi digital dan kampanye edukasi kesehatan sehingga Darya-Varia memenangkan Indonesia Digital Popular Brand Award dari Tras N Co & Infobrand.id serta Top Official Store Award 2023.
- Produk andalan seperti Natur-E dan Enervon mendapatkan pengakuan luas di pasar, menjadi *top of mind* dalam segmen masing-masing.
- Fokus utama pada inovasi pemasaran untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan penetrasi pasar.
- Penjualan obat bebas untuk mengobati demam, batuk, dan pilek mengalami menurun di tahun 2023, karena dipengaruhi oleh penurunan jumlah kasus flu dan tertundanya musim penghujan.
- Melemahnya pasar *consumer health* di tahun 2023 turut berkontribusi pada penurunan pendapatan Perseroan sehingga Darya-Varia membukukan pendapatan Rp1,89 triliun, turun 1% dibandingkan pencapaian tahun sebelumnya.

Service

- PT Darya-Varia Tbk memberikan edukasi kepada pelanggan dan profesional kesehatan untuk meningkatkan pemahaman tentang produk dan layanan.

- Layanan purna jual dan komunikasi transparan dengan pelanggan menjadi prioritas untuk membangun hubungan jangka panjang.
- Program loyalitas pelanggan diterapkan untuk mendorong retensi pelanggan dan pembelian ulang.

Aktivitas Pendukung :

Firm Infrastructure

- Perusahaan mengimplementasikan sistem teknologi terintegrasi, seperti Komodo Project, untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis.
- CSR menjadi elemen penting dalam membangun hubungan dengan masyarakat, hal ini dibuktikan dengan mendapatkan *Corporate Social Responsibility Award* dari Bupati Bogor atas dukungan terhadap program CSR.

Human Resource Management

- Pengembangan karyawan dilakukan melalui pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan.
- Penerapan nilai "BERSATU" (Bayanihan, Etos Keterbukaan, Rasa Peduli, Semangat untuk Maju, Ahli di Bidangnya, Tanggung Jawab, Utamakan Pelanggan) memperkuat budaya kerja perusahaan.

Procurement

- Proses pengadaan bahan baku dilakukan secara ketat untuk memastikan kualitas tinggi sesuai standar internasional.
- Optimalisasi pengadaan dilakukan untuk efisiensi biaya dan pengurangan ketergantungan pada pemasok tunggal.

Matriks Evaluasi Faktor Internal

Tabel 2. Matriks Evaluasi Faktor Internal

	Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor
KEKUATAN				
1	Berhasil meningkatkan pangsa pasar melalui merek produk <i>cosumer health</i>	0,13	3	0,39
2	Merek obat Darya-Varia menjadi <i>top of mind</i> di kalangan konsumen Indonesia	0,12	4	0,49
3	Termasuk ke dalam <i>Top 50 Most Excellent Suppliers</i>	0,08	3	0,24
4	Memiliki sistem operasional yang kuat	0,11	4	0,44
5	Aktif menjalankan berbagai program CSR untuk membangun hubungan yang berkelanjutan	0,05	3	0,16
6	Memiliki sistem teknologi informasi yang kokoh dan sigap menghadapi perubahan	0,10	4	0,38
KELEMAHAN				
1	Penurunan pendapatan perusahaan	0,08	1	0,08
2	Permintaan <i>Toll Manufacturing & Ekspor</i> mengalami penurunan	0,11	2	0,22
3	Penjualan Obat Bebas mengalami penurunan	0,12	2	0,24
4	Pemasaran dilakukan intensif pada produk <i>non ethical</i>	0,10	1	0,10
JUMLAH		1,00		2,74

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan angka 2,74, yang berada di atas rata-rata 2,50. Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahwa PT Darya-Varia Laboratoria Tbk memiliki faktor internal yang kuat dimana perusahaan cukup kuat dalam mengeksekusi kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan dengan baik.

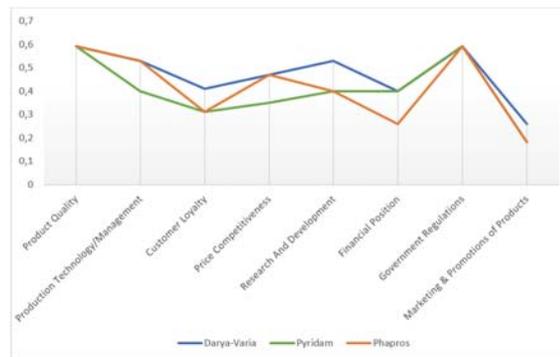
Competitive Profile Matrix & Key Success Factor

Tabel 3. Competitive Profile Matrix & Key Success Factor

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Darya-Varia		Pyridam		Phapros	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
<i>Product Quality</i>	0,15	4	0,59	4	0,59	4	0,59
<i>Production Technology/ Management</i>	0,13	4	0,53	3	0,40	4	0,53
<i>Customer Loyalty</i>	0,10	4	0,41	3	0,31	3	0,31
<i>Price Competitiveness</i>	0,12	4	0,47	3	0,35	4	0,47
<i>Research And Development</i>	0,13	4	0,53	3	0,40	3	0,40
<i>Financial Position</i>	0,13	3	0,40	3	0,40	2	0,26
<i>Government Regulations</i>	0,15	4	0,59	4	0,59	4	0,59
<i>Marketing & Promotions of Products</i>	0,09	3	0,26	2	0,18	2	0,18
JUMLAH	1,00		3,78		3,22		3,33

Perhitungan peringkat adalah dengan menggunakan skala 1-4, dengan nilai 1 adalah yang terburuk dan 4 adalah yang terbaik. Dari perumusan yang subjektif, dapat dikatakan bahwa *Product Quality* dan *Government Regulations* adalah faktor paling penting (0,15), dikarenakan karena kedua hal tersebut merupakan fondasi dalam membangun kepercayaan dan reputasi sebuah industri farmasi dalam memproduksi obat-obatan yang aman dikonsumsi, efektif dalam mengobati kondisi medis dan melindungi kesehatan pelanggan dari efek samping berbahaya. Dari hasil CPM tersebut, dari kompetitor industri farmasi lainnya, Darya-Varia mempunyai jumlah yang tinggi dengan nilai 3,78. Sumber dari *annual report* dan laporan keuangan dari masing-masing perusahaan mendapatkan hasil Darya-Varia mempunyai total nilai tertinggi.

Strategy Canvas Blue Ocean (Existing)



Gambar 1. Strategy Canvas Blue Ocean

Strategy canvas merupakan kerangka kerja untuk tindakan sekaligus penentuan dalam membangun *blue ocean strategy* yang baik. Gambar di atas merangkum semua informasi dalam bentuk grafis. Sumbu horizontal (sumbu X) mewakili faktor-faktor di mana industri bersaing dan berinvestasi. Sumbu vertikal (sumbu Y) adalah perusahaan yang memberikan lebih banyak tawaran kepada

pelanggan, serta menunjukkan fokus perusahaan dalam berinvestasi melalui faktor-faktor ini. Dalam kasus industri farmasi, terdapat beberapa faktor utama, yaitu:

1. *Product Quality*. Pada industri farmasi kualitas produk berhubungan dengan keamanan, efikasi, dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Produk berkualitas tinggi membantu membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepuasan serta kesetiaan pelanggan.
2. *Production Technology/Management*. Penggunaan teknologi produksi dan manajemen yang canggih dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, mempercepat *time-to-market* produk baru, dan meningkatkan kualitas produk. Manajemen yang efektif juga penting untuk mengelola *supply chains*, distribusi produk, dan pengendalian kualitas secara efisien.
3. *Customer Loyalty*. Mempertahankan loyalitas pelanggan adalah kunci keberhasilan jangka panjang sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan menyediakan layanan pelanggan yang baik, produk yang konsisten berkualitas, dan berbagai program penghargaan atau insentif untuk pelanggan yang setia.
4. *Price Competitiveness*. Kemampuan untuk menawarkan harga yang kompetitif penting dalam menarik pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar. Hal ini dapat mempengaruhi margin keuntungan perusahaan dan daya saing di pasar.
5. *Research And Development*. Investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) penting untuk menghasilkan produk baru, meningkatkan formulasi produk yang ada, dan mengembangkan solusi medis yang inovatif. R&D juga membantu perusahaan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.
6. *Financial Position*. Kesehatan keuangan perusahaan menentukan kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi jangka panjang, mengelola risiko, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini mencakup pengelolaan biaya operasional, modal kerja, dan kemampuan untuk mendapatkan pendanaan tambahan jika diperlukan.
7. *Government Regulations*. Industri farmasi sangat diatur oleh peraturan pemerintah terkait dengan kualitas produk, keamanan, proses produksi, pemasaran, dan distribusi. Kepatuhan terhadap regulasi ini penting untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya mematuhi hukum, tetapi juga menjaga reputasi dan kepercayaan konsumen.
8. *Marketing & Promotions of Products*. Strategi pemasaran yang efektif membantu meningkatkan kesadaran merek, membangun citra positif, dan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Promosi produk yang tepat juga dapat membedakan perusahaan dari pesaing dan meningkatkan penjualan.

Faktor-faktor di atas saling terkait dan bersinergi dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berhasil dalam industri farmasi, memungkinkan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan yang ketat dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

The Four Action Framework (Reduce, Eliminate, Raise, Create)

Untuk merekonstruksi elemen-elemen ini menjadi kurva nilai baru, para peneliti telah mengembangkan *the four action framework*. Untuk menciptakan kurva nilai baru, ada empat pertanyaan kunci untuk menciptakan logika strategi dan model bisnis suatu industri:

- ***Reduce***

Mengurangi faktor kompetisi harga menjadi langkah yang perlu dipertimbangkan untuk diambil oleh industri farmasi karena dengan mengurangi kompetisi harga yang relatif tinggi melalui harga yang lebih ekonomis namun tetap memiliki kualitas yang terjamin akan lebih memudahkan bagi pelanggan untuk memperoleh produk-produk tersebut dan perusahaan dapat lebih fokus pada penciptaan nilai tambah melalui peningkatan kualitas dan inovasi produk.

- ***Raise***

Pada industri farmasi, meningkatkan kualitas produk dengan memastikan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan menerapkan standar kontrol kualitas yang ketat menjadi hal yang perlu diperhatikan karena akan berdampak pada peningkatan kepercayaan pelanggan. Kemudian meningkatkan investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) untuk menciptakan obat-obatan baru dan inovatif yang lebih efektif dan aman, memenuhi kebutuhan medis yang belum terpenuhi, dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar.

- ***Create***

Menciptakan program loyalitas kepada pelanggan dengan cara-cara yang inovatif dan terstruktur dapat meningkatkan retensi pelanggan dan mendorong pembelian berulang dimana hal ini akan berdampak pada tingkat penjualan produk. Namun hal tersebut juga perlu didukung oleh adanya cara pemasaran dan kampanye promosi yang inovatif dan terfokus sebagai contoh dengan memanfaatkan media sosial, pemasaran melalui konten, SEO dan iklan berbayar atau menjalin kolaborasi dengan berbagai distributor-distributor obat yang *independent* dimana hal-hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak pelanggan potensial. Kemudian dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dimana hal ini mempengaruhi efisiensi, resiko kesalahan dan pemastian konsistensi kualitas pada produk membuat sebuah perusahaan perlu menciptakan sistem manajemen produksi yang terintegrasi dan berbasis teknologi terbaru seperti otomatisasi, *Internet of Things* (IoT), dan analitik data dapat digunakan untuk memantau dan mengoptimalkan proses produksi secara real-time.

The Eliminate Reduce-Raise-Create Grid

Tabel 4. The Eliminate Reduce-Raise-Create Grid

Eliminate	Raise <i>Product Quality (safety and effectiveness)</i> <i>Research And Development (RnD)</i> <i>Drug development</i> <i>Product innovation</i>
Reduce <i>Price Competitiveness</i> <i>Reduce of production costs</i>	Create <i>New Program Customer Loyalty</i> <i>Production Technology</i>

The Six Paths Framework

1. Look Across Alternative Industries

Industri alternatif mencakup produk dan layanan yang memiliki fungsi dan bentuk yang berbeda, tetapi memiliki tujuan yang sama. PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk hingga saat ini aktif menjalankan bidang usaha manufaktur obat-obatan dan suplemen, perdagangan produk-produk farmasi dan kosmetik dan kegiatan konsultasi manajemen lainnya namun dalam hal mempromosikan produk perlu dilakukan pengadopsian cara-cara yang sudah berhasil dan lebih efisien dan efektif dalam mengelola pengalaman pelanggan atau pengguna, yang dapat memberikan inspirasi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di industri utama perusahaan.

2. Look Across Strategic Groups Within Industries

Strategi *blue ocean* dapat terbentuk dengan mempertimbangkan kelompok strategis, yang mengacu pada sekelompok perusahaan dalam industri yang mengejar strategi yang serupa. Kelompok strategis ini terdiri dari pesaing dalam industri yang memiliki pendekatan kompetitif yang mirip dan posisi pasar yang sebanding untuk produk dan layanan yang serupa. Dalam hal ini, PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk perlu melakukan analisis mendalam terhadap pesaing utama dalam industri farmasi, termasuk perusahaan besar dan inovatif yang mungkin memiliki strategi pengembangan produk atau penetrasi pasar yang sudah berhasil. Seperti, meninjau strategi produk baru atau teknologi terbaru yang diterapkan oleh pesaing utama

3. Look Across the Chain of Buyers

Di sebagian besar industri, pesaing berkumpul di sekitar siapa target pembelinya. Namun pada kenyataannya, ada rantai “pembeli” yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam keputusan pembelian. Jika dilihat dari rantai pembeli, yang termasuk dalam rantai pembeli PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk adalah distributor farmasi, rumah sakit serta apotek dan ritel farmasi sehingga dengan memahami dan menganalisis rantai pembeli ini, PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk dapat mengidentifikasi peluang untuk

meningkatkan nilai produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat kemitraan strategis dalam industri farmasi.

4. *Look Across Complementary Product and Service Offerings*

Beberapa produk dan layanan tidak lepas dari pengaruh di sekitar industri. Produk dan layanan lain dapat memengaruhi nilai suatu produk dan layanan. Nilai yang belum dimanfaatkan sering kali tersembunyi dalam produk dan layanan yang saling melengkapi. Dalam hal ini PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk dapat mempertimbangkan beberapa hal seperti melengkapi portofolio produk farmasi yang dimiliki dengan suplemen kesehatan yang mendukung pengobatan atau pemulihan pasien kemudian menyediakan program edukasi kesehatan kepada pasien dan profesional kesehatan untuk meningkatkan pemahaman tentang kondisi medis dan cara pengobatannya.

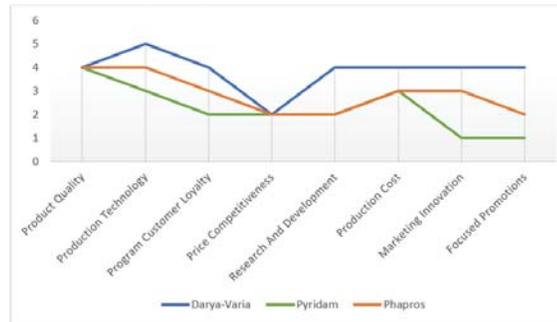
5. *Look Across Functional or Emotional Appeal to Buyers*

PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk beroperasi dalam industri farmasi yang umumnya berorientasi fungsional, artinya fokus utama perusahaan adalah pada fungsi-fungsi kunci seperti produksi, distribusi, pemasaran, riset dan pengembangan, serta kontrol kualitas. Namun, dalam persaingan yang semakin kompetitif, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional dari produk dan layanan mereka, tetapi juga mengeksplorasi daya tarik emosional. Ini bisa dilakukan dengan mempertimbangkan cara-cara untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna, seperti desain kemasan yang menarik, kampanye pemasaran yang menginspirasi, dan mengembangkan produk-produk yang tidak hanya efektif dalam pengobatan tetapi juga meningkatkan kualitas hidup pengguna.

6. *Look Across Time*

Melihat tren dengan perspektif yang tepat dapat menunjukkan bagaimana menciptakan peluang dari *blue ocean*. Dengan memantau dengan cermat waktu, dari nilai yang pasar berikan saat ini hingga nilai yang mungkin pasar berikan di masa depan, perusahaan dapat secara aktif membentuk masa depan dan membuka *new blue ocean*. Beberapa tren yang terjadi dalam industri farmasi saat ini meliputi inovasi dan pengembangan produk, digitalisasi dan teknologi kesehatan, regulasi kesehatan, keberlanjutan dan lingkungan, keterlibatan pasien dan fokus pada kesehatan preventif serta ekspansi ke pasar global.

Strategy Canvas Blue Ocean (New)



Gambar 2. Stragey Canvas Blue Ocean (New)

Dengan mempertimbangkan hasil analisis dan dengan pendekatan-pendekatan yang sudah disebutkan sebelumnya, maka gambar di atas menunjukkan *strategy canvas blue ocean* yang baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui tujuan menjadi perusahaan terbaik yang menyediakan solusi kesehatan berkualitas di Indonesia, PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk berupaya menciptakan faktor-faktor penting seperti strategi pemasaran dan promosi untuk membangun kemitraan dalam industri dan menarik minat konsumen. Melalui pendekatan *branding* yang strategis, kampanye periklanan, promosi medis, upaya kesadaran kesehatan, dan menggunakan sistem digital yang optimal untuk mencapai audiens target dengan lebih efisien. Dengan menganalisis hasil serta pendekatan yang telah ada, PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk dapat menghindari persaingan yang kompetitif dengan menerapkan strategi *blue ocean canvas* yang inovatif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meraih pangsa pasar dengan lebih mudah tanpa harus bersaing langsung dengan banyak pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press.

PT Darya-Varia Laboratoria Tbk. (2022). *Annual report 2022*. PT Darya-Varia Laboratoria Tbk.

PT Darya-Varia Laboratoria Tbk. (2023). *Annual report 2023*. PT Darya-Varia Laboratoria Tbk.

Volume 1 Nomor 1 2011

EL-MĀL

Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

**Analisa Pengaruh Utang terhadap Pemkorporasian dan
Berkorupsi di Indonesia**

Neli Isman

Pengembangan Dalam Peningkatan Islam

Asyraf

**Analisa Faktor Internal Penyebab NPL Kredit Mikro:
Studi Kasus PT BPR Wamara Seera Artha Sampingka
Pala Sumba**

Feni Susna

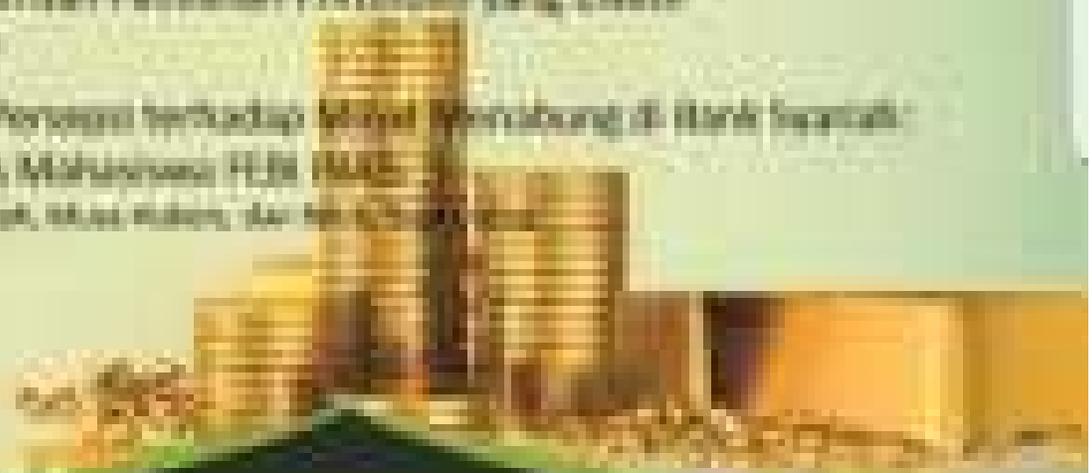
Pemertanian dan Pemukiman Prataloka yang Ekstrem

Neli Isman

Pengaruh Persepsi terhadap Moral Berabung di Bank Syariah:

Studi Kasus Mahasiswa FIAI MAJ

Semarang, dan Makam, dan Makam



From: <http://www.ijournal.org>

Manajemen & Ekonomi Syariah, Magelang



[Home](#) / [Editorial Team](#)

Editorial Team

Editorial Team

Editor in Chief

[Dedi Junaedi](#) (Scopus ID [57221047967](#) Sinta [6668829](#) Orcid:[0000-0003-4962-4562](#) IAI-N Laa Roiba Bogor)

Managing Editor

[Yudi Permana](#) (Scopus id [57220207270](#) Sinta [6726944](#) MES Bogor)

Editor

[Bakti Toni Endaryono](#) (Scopus ID [57221647578](#) Sinta [6690154](#) IAI-N Laa Roiba Bogor)

[Muhsin Nor Paizin](#) (Orcid [0000-0001-7332-9673](#) Senior Researcher, Pusat Pungutan Zakat (PPZ-MAIWP) Malaysia)

[Efrita Norman](#) (Sinta [6723199](#) IAI-N Laa Roiba Bogor)

[Evinovita](#) (Sinta [6730062](#) MES Bogor)

[Faisal](#) (Sinta [6719903](#) IAI-N Laa Roiba Bogor)

[Farah Chalida Hanum](#) (SINTA ID : [6726950](#) MES Bogor)

[Hana Lestari](#) (SINTA ID : [6704219](#) IAI Sahid)

[Indriya Rusmana](#) (Sinta UIKA Bogor)

[Jamaludin Rahman](#) (Sinta id [8768611](#) IUQI Bogor)

Kharis Mubarak (IAI-Sahid Bogor)

Mia Hermaliana (MES Bogor)

[Moh Romli](#) (Sinta [6726306](#) MES Bogor)

Muhammad Riyad (Scopus Id [572164399478](#), IUQI Bogor)

[Murni Yunus Mawar](#) (Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, Bangi, Malaysia, Scopus id [55377297400](#))

[Nanat Fatah Natsir](#) (UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

[Noor Aimi Binti Mohamad Puad](#) (Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, Bangi, Malaysia, Scopus id [57217993445](#))

[Rio Kartika Supriyatna](#) (Sinta [6726715](#) MES Bogor)

[Rusdiono Mukri](#) (Sinta [6680821](#) IAI Sahid Bogor)

[Saepudin](#) (Scopus ID [57210470210](#) , Universitas Islam Attahiriyah Jakarta)

Sholikul Hadi (Scopus ID [57220203147](#) SBBC Consulting)

[Siti Mahmudah Noorhayati](#) (Sinta [6726997](#) UIN Jakarta)

EI-Mal

EDITORIAL TEAM

REVIEWER

FOCUS AND SCOPE

AUTHOR GUIDELINES

PUBLISHING SYSTEM

ONLINE SUBMISSION


[Home](#) / [Archives](#) / Vol. 6 No. 1 (2025): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

Vol. 6 No. 1 (2025): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam mempublikasi hasil riset dan kajian terkini bidang ekonomi, keuangan, manajemen dan bisnis Islam. Mulai 2011, jurnal ini terbit tiga kali setahun setiap Maret, Juli dan November. Jurnal ini dikelola oleh Pusat Riset dan Kajian Strategis (PRKS) Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Bogor Raya bekerjasama dengan Institut Agama Islam Nasional (IAI-N) Laa Roiiba Bogor, Institut Agama Islam (IAI) Sahid Bogor dan Institut Umum Quro Al-Islami (IUQI) Bogor. P-ISSN [2620-2956](#) E-ISSN [2747-0490](#). Terakreditasi Sinta 5 berdasarkan SK Dirjen Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kemendikbud [No 164/E/KPT/2021 \(hal 81\)](#) terhitung mulai Vol 1 No 1 2020 sampai Vol 5 No 2 2024. Awalnya publikasi jurnal terbit dua kali setahun (2020), kemudian menjadi tiga kali setahun (2021), per tahun 2022-2023 terbit enam kali, dan mulai 2024 terbit setiap bulan atau 12 (dua belas) kali setahun. Berdasarkan SK Dirjen Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kemendikbud [No 152/E/KPT/2023 \(hal 35\)](#), El-Mal naik peringkat menjadi Sinta 4 terhitung mulai Volume 4 Nomor 5 2023 sampai Vol 9 Nomor 4 2028.

DOI: <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i1>

Published: 2025-01-04

Articles

Analisis Pengaruh Fasilitas E-Banking, Kualitas Layanan dan Media Sosial Pada Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah: Studi Kasus Pembukaan Rekening Britama Secara Online di Jabodetabek

Muhamad Akbar Ginanjar, Lamhot Henry Pasaribu 1018 - 1037

[pdf](#) [Abstract View: 43](#)

Akad Mudharabah dan Implikasinya terhadap Stabilitas Produk Perbankan Syariah di Indonesia

Anas Lutfi 1035 - 1052

[pdf](#) [Abstract View: 31](#)

Pengaruh Sertifikasi Halal dan Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Jepara

Nanda Kharimatun Nikmah, Aan Zainul Anwar 1 - 17

[PDF](#) [Abstract View: 179](#)

Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Stres Kerja Terhadap Burnout pada Karyawan Manufaktur di Kabupaten Karawang

Dimas Prabowo, Cempaka Putrie Dimala, Ananda Saadatul Maulidia 18 - 30

[PDF](#) [Abstract View: 178](#)

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech Lending

Muhammad Hatif Haqqi, Avi Sunani, Diah Hari Suryaningrum 31 - 47

[PDF](#) [Abstract View: 142](#)

Mrg i a

[EDITORIAL TEAM](#)
[REVIEWER](#)
[FOCUS AND SCOPE](#)
[AUTHOR GUIDELINES](#)
[PUBLISHING SYSTEM](#)
[ONLINE SUBMISSION](#)
[PUBLICATION ETHICS](#)
[STATISTICS](#)

Edt or Id- By



Li d- ui- o

[English](#)
[Bahasa Indonesia](#)
[العربية](#)
[Make a Submission](#)

Edformi tlod

[For Readers](#)
[For Authors](#)
[For Librarians](#)

Currodt Essuo

[ATOM 1.0](#)
[RSS 2.0](#)
[RSS 1.0](#)
[Open Journal Systems](#)

Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan dan Efikasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan pada Era Digital dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Mediasi

Mira Tri Wahyuni, Diarany Suchayati, Diah Hari Suryaningrum

48 – 70



Abstract View: 232,

Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Keuangan dan Tax Planning Terhadap Kualitas Laporan Keuangan UMKM Kabupaten Karawang

Siti Nur Haliza, Yanti, Rohma Septiawati

71 – 81



Abstract View: 112,

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Organik pada CV Tani Sejahtera Utama

Alisia Saputri, Ekalia Yusiana, I Ketut Manu Mahatmayana

82 – 96



Abstract View: 101,

Pengaruh Relative Advantage dan Compatibility Terhadap Adopsi Qris pada Usaha Mikro dan Kecil Kabupaten Karawang

Abdul Yusuf, Tiar Lina Situngkir, Rabhi Fathan, Ridho Fadilah Yuslen

97 – 105



Abstract View: 59,

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Dompot Digital Ovo di Kota Surabaya.

Leli Hutahaean, Indah Respati Kusumasari

106 – 118



Abstract View: 95,

Analisis Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Laporan Keuangan, dan Efektivitas Pengambilan Keputusan terhadap Kinerja UMKM

Metyria Imelda Hutabarat, Subur Harahap, Ika Wulandari, Nelly Ervina

119 – 128



Abstract View: 189,

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Limajari Reflexology Cabang Dharmahusada Surabaya

Miranti Ayu Lupitasari Hermanto, Damajanti Sri Lestari, Anita Asnawi

129 – 147



Abstract View: 115,

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro: Studi Kasus pada Usaha yang Terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Baubau

Sista Saputri, Rosnawintang, Irmawatty Paula Tamburaka

148 – 158



Abstract View: 74,

Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Excelso Pakuwon Surabaya

Mey Rio Dwi Bisma, Anita Asnawi, Isro'ani Widayati

159 – 182



Abstract View: 172,

Pengelolaan Keuangan Keluarga untuk Membangun Ketahanan Keluarga Muslim: Tinjauan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Sofi Putri Isnani, Mutiara Puspita Harnum, Taufik Kukuh Efendi, Fathor Rozy Alfarisy, Muhammad Esza Maulana Firmanda, Maryam Bte Badrul Munir

183 – 194



Abstract View: 128,

Sosial Ekonomi, Literasi Keuangan Digital, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku dan Perencanaan Menabung di Masa Depan

Rifat Cahyani, Abdurrahman

195 – 204



Abstract View: 94,

Analisis Blue Ocean Strategy pada PT Cisarua Mountain Dairy Tbk

Dindra Fai'mundiarti Purnamabroto

205 – 224



Abstract View: 92,

Peran Yayasan Baitul Maal sebagai Program Corporate Social Responsibility PT PLN (Persero) ULP Bangkir dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dari Perspektif Ekonomi Islam

Dony Sulistyawan, Khoirul Anwar, Arief Rahmadani

225 – 237

Browse

Tempã to



[PDF](#) Abstract View: 88,

Analisis Strategi Blue Ocean PT Darya-Varia Laboratoria TBK.

Amanda Diasha 238 – 251

[PDF](#) Abstract View: 104,

Strategy to Increase B2B Readiness in PT Telkom Indonesia Regional 3 During Organizational Transformation

Qinthara Silmi Faizal, Achmad Ghazali 252 – 293

[PDF](#) Abstract View: 81,

Analisis Kebutuhan Investasi Sektor Unggulan di Kabupaten Rokan Hulu

Citra Sania Br. Ginting, Cepriadi, Novia Dewi 294 – 311

[PDF](#) Abstract View: 45,

Hybrid Kontrak Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Pendekatan Rasionalisme

Hadiat, Nurrohman 312 – 326

[PDF](#) Abstract View: 76,

Analisis Prediksi Kebangkrutan Menggunakan Model Altman Z-Score dan Zmijewski pada Perusahaan Multifinance

I Wayan Dodit Astawa, I Made Karya Utama 327 – 338

[PDF](#) Abstract View: 117,

Pengaruh Disiplin Kerja, Kompensasi, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sasana Antik Kabupaten Rembang

Ahmad Khoiril Anwar, Muhammad Tahwin 339 – 350

[PDF](#) Abstract View: 210,

Pengaruh Work-life balance, Motivasi, Self-efficacy, dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja pada Generasi Z di Kota Surabaya

Nasrul Dani, Anita Asnawi, Mochammad Arfani 351 – 369

[PDF](#) Abstract View: 457,

The Effect of Corporate Governance, Leverage, and Firm Size on Financial Distress

Vera Fiyanti, Harti Budi Yanti 370 – 383

[PDF](#) Abstract View: 97,

Fenomena Transformasi Koperasi Konvensional Menjadi Koperasi Syariah di Kota Tangerang

Wahyu Hidayat 384 – 392

[PDF](#) Abstract View: 100,

Analisis Akad Kerjasama Bank Syariah Indonesia dengan Pondok Pesantren Darurrahmah Bogor Jawa Barat dan Kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI

Hidayat, Moehammad Abdul 'Aziz, Taufiq Ramadhan 393 – 409

[PDF](#) Abstract View: 97,

Determinan Pengangguran ASEAN era MEA

Regitha Adjeng Pramesty, Nurjannah Rahayu Kistanti 410 – 433

[PDF](#) Abstract View: 121,

Pengkajian Kebiasaan Konsumen Muslim Terhadap Niat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Bogor

Abdul Aziz 434 – 458

[PDF](#) Abstract View: 67,

Penetapan Harga Eceran Tertinggi Minyak Goreng Perspektif Masalah Mursalah Analisis Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 49 Tahun 2022 Tentang Tata Kelola Minyak Goreng Rakyat

Mhd. Chairul Ikhsan, Cahaya Permata 459 – 473

[PDF](#) Abstract View: 130,

Strategi Pemasaran Syariah pada Produk Camilan MPASI Stik Lembut Biji Bunga

Matahari

Rafly Arsetya, Ahmad Ajib Ridwan

474 – 506



Abstract View: 119,

Pengaruh Website dan Branding Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan pada Destinasi Wisata Halal di Museum Keraton Sumenep Madura

Renanda Dian Nur Magfiroh, Muh Syarif

507 – 525



Abstract View: 85,

Pengaruh Eco-Efficiency, Carbon Emissions Disclosure, dan Profitability Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Kasus pada Sektor Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023

Resti Kurniasari, Yuli Tri Cahyono

526 – 537



Abstract View: 202,

The Moderating Role of Firm Size: Pengaruh Capital Structure, Current Ratio dan Profitability Terhadap Company Value

Keisya Novadila Putri, Imronudin

538 – 551



Abstract View: 131,

Pengaruh Konten Promosi, Online Customer Rview, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cosmetic Skintific di E-Commerce Shopee

Putri Sadila, Sri Murwanti

552 – 567



Abstract View: 222,

Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kemampuan Kinerja Individu: Studi Kasus pada PT Tri Pranata Jaya

Fatwa Wisnu Pranoto, Suluh Agus Hendrawan

568 – 582



Abstract View: 109,

Penetapan Denda Keterlambatan Iuran Penyelenggaraan Jaminan Sosial Kesehatan dalam Perspektif Fatwa DSN MUI NO. 98/DSN-MUI/XII/2015

Jelita Harahap, Mhd. Yadi Harahap

583 – 596



Abstract View: 112,

Daya Tarik Eiger: Kombinasi Display Menawan dan Pelayanan Berkualitas Membuat Konsumen Ingin Kembali Lagi

Irsyad Razan Halim, Liana Mangifera

597 – 616



Abstract View: 59,

Pengaruh Kompensasi, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Epiroc Southern Asia Balikpapan

Nursella, Syahril Hasan, Tutik Yuliani

617 – 630



Abstract View: 156,

Pengaruh Kualitas Produk, Brand Awareness dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hand and Body Lotion Nivea

Sheilaika Nur Wahyuningsih, Muzakar Isa

631 – 645



Abstract View: 65,

Analisis Efektivitas Penyaluran Dana Zakat Infak Shadaqah dan Implementasi Good Corporate Governance pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Waspada Medan

Annisa Zahara, Rahmi Syahriza, Yenni Samri Juliati Nasution

646 – 669



Abstract View: 214,

Pengaruh Penerapan E-Registration, E-Filing E-Billing Dan Preferensi Risiko Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Pemahaman Internet Sebagai Variabel Moderasi Di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Karanganyar

Tomy Hermansyah, Fatchan Achyani

670 – 688



Abstract View: 178,

Tinjauan Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Risiko Investasi, Sikap Investasi, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi

Anisa Olinda Hanum, Eny Kusumawati

689 – 707

- [PDF](#) Abstract View: 192,
- Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang Didirikan oleh Mahasiswa**
Anil Mardiah, Johni Eka Putra, Tio Devilishanti, Luthfi Nuraini, Muh. Aksa 708 – 718
- [PDF](#) Abstract View: 442,
- Studi Kelayakan Investasi Pengembangan UMKM di Sektor Kuliner**
Akhdad Mubadilah, Ika Hartika, Sri Juminawati, Eva Yuniarti Utami, Dewi Mariam Widniarsih 719 – 728
- [PDF](#) Abstract View: 129,
- Determinasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**
Deby Ilma Aulia, Erma Setiawati 729 – 744
- Pengaruh Konten Online Terhadap Niat Perilaku Wisatawan pada Wisata Solo Safari yang Dimediasi oleh Kepuasan dan Interaksi Pemasaran Digital**
Galih Ratnaning Tyas, Soepatini 745 – 763
- [PDF](#) Abstract View: 106,
- Apakah Inovasi Lingkungan Perusahaan dan Profitabilitas Mempengaruhi Risiko Jatuhnya Harga Saham**
Silva Izza Majida, Suwarno 764 – 771
- [PDF](#) Abstract View: 115,
- Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 -2023**
Salvania Ayu Pramudita, Erma Setiawati 772 – 784
- [PDF](#) Abstract View: 89,
- Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Budaya Terhadap Minat Menabung pada Perbankan Syariah**
Hilya Nur Syahidah, Banu Witono 796 – 812
- [PDF](#) Abstract View: 86,
- The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion, and Fintech Usage on MSME Financial Performance: Study on MSME Actors of the Batik Handicraft Industry Center in Solo Raya**
Lady Noor Majid, Imronudin 813 – 823
- [PDF](#) Abstract View: 91,
- Analisis Dampak Pelatihan dan Pengembangan, Kepuasan Kerja, dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan**
Ni Kadek Suryani, Delyana Rahmawany Pulungan, Itot Bian Raharjo, Yamolala Zega, Muhammad Syafri 824 – 835
- [PDF](#) Abstract View: 143,
- Analisis Strategi Pengembangan Pasar dalam Industri Pariwisata**
Donny Juliadri Prihadi, Maryam Salampessy, Verina Wijaya, Erris Kusumawidjaya, Christy Widyawati 836 – 846
- [PDF](#) Abstract View: 80,
- Pengaruh Independensi, Profesionalisme, Pengalaman Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Di Kabupaten Rembang**
Mahardika Tustha Prana, Banu Witono 847 – 867
- [PDF](#) Abstract View: 68,
- Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Orientasi Kewirausahaan Sosial dan Kinerja Usaha Bank Sampah di Yogyakarta**
Ni Luh Gde Ana Pertiwi 868 – 882
- [PDF](#) Abstract View: 82,
- Determinan Agresivitas Pajak: Firm Size, Good Corporate Governance dan Financial Distress**
Jihan Nur Azizah, Shinta Permata Sari 883 – 896

[PDF](#) Abstract View: 153,

Metode Zmijewski untuk Memprediksi Financial Distress pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals di Indonesia

Nabii Afifah Putri Setiawan, Shinta Permata Sari

897 – 916

[PDF](#) Abstract View: 112,

Pengaruh Kepemimpinan, Stress Kerja, dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Jakarta Prima Cranes

Dian Novitasari, Syahril Hasan, Tutik Yuliani

917 – 926

[PDF](#) Abstract View: 136,

Pengaruh Literasi Keuangan, Kepemimpinan Transformasional, dan Akses Teknologi Terhadap Efisiensi Anggaran dan Pelayanan Publik

Desak Putu Putri Maharani

927 – 940

[PDF](#) Abstract View: 80,

Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan dan Kepuasan dalam Membangun Merek: Loyalitas; Sebuah Penelitian Empiris Tentang Merek Kosmetik Ramah Lingkungan

Pasya Istiara Dhea, Anton Agus Setyawan

941 – 954

[PDF](#) Abstract View: 61,

Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Melalui Reward System Terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Magetan

Afrila Kurnia Dhani, M.Farid Wajidi

955 – 969

[PDF](#) Abstract View: 55,

Pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Elvia Kholida Fauziyati, Fauzan

970 – 981

[PDF](#) Abstract View: 173,

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Perilaku Kerja Inovatif di Tempat Kerja: Efek Moderasi dari Dukungan Organisasi yang Dirasakan dan Keterlibatan Kerja: Studi Penelitian pada karyawan di PT.H

Nadia Rahmawati, Nur Achmad

982 – 997

[PDF](#) Abstract View: 110,

Pengaruh Beban Kerja dan Dukungan Sosial Terhadap Kinerja Karyawan dengan Burnout Sebagai Variabel Mediasi

Putri Sukowati, Sri Padmanty

998 – 1017

[PDF](#) Abstract View: 290,

Lembaga Publikasi Ilmiah (LPI)

Institut Agama Islam (IAI) Nasional Laa Roiba Bogor

Jl Raya Pemda Pajeleran Sukahati No 41 Cibinong, Bogor 16913

Telp 021-8757150

elmal@journal-laaroiba.com

Get More with
SINTA Insight

Go to Insight

**EL-MAL: JURNAL KAJIAN EKONOMI & BISNIS ISLAM**
[INSTITUT AGAMA ISLAM NASIONAL LA ROIBA BOGOR](#)

✨ P-ISSN : 26202956 <> E-ISSN : 27470490


1.4635
Impact

4863
Google Citations

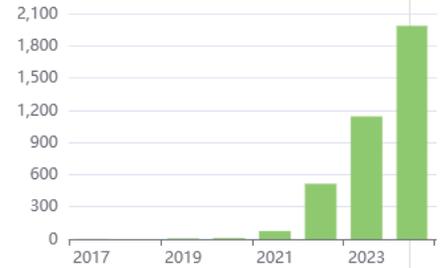
Sinta 4
Current
Acreditation

[<> Google Scholar](#)
[<> Garuda](#)
[🌐 Website](#)
[🌐 Editor URL](#)

History Accreditation

2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028

Citation Per Year By Google Scholar



Journal By Google Scholar

	All	Since 2020
Citation	4863	4845
h-index	28	28
i10-index	110	110

Garuda [Google Scholar](#)

[Pengaruh Sertifikasi Halal dan Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Jepara](#)

 Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 1 à 17](#)

 📅 2025 📄 DOI: [10.47467/elmal.v6i1.5290](#) 🏆 Accred : [Sinta 4](#)

[Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Stres Kerja Terhadap Burnout pada Karyawan Manufaktur di Kabupaten Karawang](#)

 Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 18 à 30](#)

 📅 2025 📄 DOI: [10.47467/elmal.v6i1.5296](#) 🏆 Accred : [Sinta 4](#)

[Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan dan Efikasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan pada Era Digital dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Mediasi](#)

 Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 48 à 70](#)

 📅 2025 📄 DOI: [10.47467/elmal.v6i1.5400](#) 🏆 Accred : [Sinta 4](#)

[Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech Lending](#)

 Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 31 à 47](#)

 📅 2025 📄 DOI: [10.47467/elmal.v6i1.5401](#) 🏆 Accred : [Sinta 4](#)

[Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Keuangan dan Tax Planning Terhadap Kualitas Laporan Keuangan UMKM Kabupaten Karawang](#)

 Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis](#)

[Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 71 à 81](#)

📅 2025 📄 DOI: 10.47467/elmal.v6i1.5418 🏆 Accred : Sinta 4

[Pengaruh Relative Advantage dan Compatibility Terhadap Adopsi Oris pada Usaha Mikro dan Kecil Kabupaten Karawang](#)

[Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor](#) 📄 [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis](#)

[Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 97 à 105](#)

📅 2025 📄 DOI: 10.47467/elmal.v6i1.5444 🏆 Accred : Sinta 4

[Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Organik pada CV Tani Sejahtera Utama](#)

[Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor](#) 📄 [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis](#)

[Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 82 à 96](#)

📅 2025 📄 DOI: 10.47467/elmal.v6i1.5451 🏆 Accred : Sinta 4

[Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Dompot Digital Ovo di Kota Surabaya.](#)

[Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor](#) 📄 [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis](#)

[Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 106 à 118](#)

📅 2025 📄 DOI: 10.47467/elmal.v6i1.5462 🏆 Accred : Sinta 4

[Analisis Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Laporan Keuangan, dan Efektivitas Pengambilan Keputusan terhadap Kinerja UMKM](#)

[Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor](#) 📄 [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis](#)

[Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 119 à 128](#)

📅 2025 📄 DOI: 10.47467/elmal.v6i1.5477 🏆 Accred : Sinta 4

[Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Limajari Reflexology Cabang Dharmahusada Surabaya](#)

[Intitut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor](#) 📄 [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis](#)

[Islam Vol. 6 No. 1 \(2025\): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 129 à 147](#)

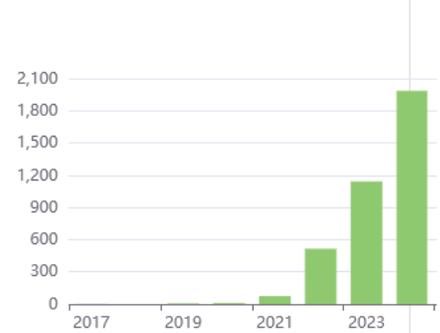
📅 2025 📄 DOI: 10.47467/elmal.v6i1.5535 🏆 Accred : Sinta 4

[View more ...](#)

Get More with
SINTA Insight

[Go to Insight](#)

Citation Per Year By Google Scholar



Journal By Google Scholar

	All	Since 2020
Citation	4863	4845
h-index	28	28
i10-index	110	110