

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Apotek berfungsi sebagai tempat kegiatan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi serta produk kesehatan kepada masyarakat, telah menjadi ladang usaha yang menggiurkan. Kesehatan merupakan kebutuhan penting bagi masyarakat. Pada proses perkembangannya, pelayanan kefarmasian telah bergeser dari *drug oriented* menjadi *patient oriented*. Situasi ini mewakili peluang dan tantangan bagi persaingan Apotek. Persaingan bisnis menuntut Apotek untuk menetapkan tujuan bisnis agar dapat mencapai tujuan yang direncanakan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Husaini *et al.*, 2024).

Analisis bisnis Apotek yang akurat baik dari faktor internal maupun eksternal untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam bisnis farmasi yang berupaya meningkatkan daya saing dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan lingkungan internal Apotek serta peluang dan ancaman lingkungan eksternal Apotek. Analisis SWOT merupakan suatu alat yang dapat digunakan sebagai media untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan dengan menggunakan strategi bersaing yang tepat untuk memenangkan persaingan bisnis dengan mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada pada sebuah unit usaha (Masula & Hermawan, 2024; Husaini *et al.*, 2024).

Penggunaan analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang saling memiliki keterkaitan, namun alternatif yang diperoleh perlu

ditingkatkan karena kepentingan dari tiap alternatif berbeda sehingga dibutuhkan suatu metode untuk menyelesaikan masalah tersebut, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Penerapan analisis SWOT pada suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan harus mengambil keputusan yang tepat. Tolak ukur keberhasilan perusahaan adalah kemampuannya untuk dapat mengalokasikan dan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki untuk menangkap kesempatan (*opportunity*), menyikapi ancaman (*threat*) yang ada dalam usahanya, serta mengevaluasi lingkungan internal (Andika, 2020).

PT Kimia Farma Apotek merupakan BUMN farmasi terbesar di Indonesia. Budaya kerja PT Kimia Farma Apotek menunjukkan bahwa sumber daya manusia di Apotek tersebut memiliki kompetensi, komitmen, dan integritas kerja yang tinggi. Apotek Kimia Farma juga sudah sangat dikenal di kalangan Masyarakat (Andini, 2022).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Jawa Tengah (2021), jumlah Apotek yang terdaftar di Kabupaten Cilacap mencapai angka 165 Apotek (BPS kabupaten Cilacap, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa persaingan bisnis Apotek semakin kompleks sehingga dibutuhkan inovasi baru serta strategi agar dapat bertahan dalam menjalankan bisnis.

Pertumbuhan yang pesat ini membuat bisnis Apotek semakin tumbuh dan berkembang di Kabupaten Cilacap. Oleh karena hal tersebut, persaingan dalam bisnis ini semakin kompetitif. Banyaknya jumlah Apotek di Kabupaten Cilacap ini dapat menimbulkan persaingan di bidang usaha tersebut. Oleh karena itu, pimpinan dan pengelola Apotek harus dapat mengantisipasi hal tersebut agar

dapat bersaing dan bertahan dengan usaha-usaha yang sejenis. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat pengembangan strategi bisnis sehingga Apotek mampu berkembang dan bersaing.

Survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan dari narasumber bahwa data penjualan Apotek Kimia Farma 89 Cilacap lebih banyak dibandingkan dengan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap. Apotek Kimia Farma 89 Cilacap, lima tahun terakhir terdapat kenaikan penjualan tertinggi pada tahun 2021 yaitu 18% dan penurunan tertinggi terdapat pada tahun 2022 yaitu 15%. Sedangkan pada Apotek Kimia Farma 206 Cilacap, lima tahun terakhir mengalami penurunan di tiap tahunnya dimulai pada tahun 2020 hingga tahun 2023. Penurunan penjualan tertinggi terdapat pada tahun 2023 yaitu sebesar 16%.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Gambaran SWOT Di Apotek Kimia Farma Cilacap Tengah Tahun 2024”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : “Bagaimana gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap?”.

C. Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap.

D. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Khazanah Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran, masukan bagi ilmu pengetahuan, dan khazanah Pustaka mengenai gambaran kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap.

b. Bagi Universitas Al-Irsyad Cilacap

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu kajian pustaka dalam bidang Farmasi khususnya serta dapat dijadikan referensi dalam melakukan observasi selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan mengenai gambaran kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap. Selain itu, penulis juga memperoleh pengalaman dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah dengan baik dan benar.

b. Bagi Apotek

Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi oleh pihak Apotek dan dapat memberikan tambahan informasi yang berguna mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap.