

## PENELITIAN ASLI

# ANALISIS SWOT DI APOTEK KIMIA FARMA CILACAP TENGAH

**Yuniariana Pertiwi<sup>1</sup>, Nurul Baety Khasanah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Fakultas Farmasi, Sains, dan Teknologi, Universitas Al-Irsyad Cilacap, Cilacap, Indonesia*

---

### Info Artikel

Riwayat Artikel:

Tanggal Dikirim: 04 Desember 2025

Tanggal Diterima: 12 Desember 2025

Tanggal DiPublish: 13 Desember 2025

**Kata kunci:** SWOT, Apotek, Kimia Farma, Persaingan, Pelayanan.

**Penulis Korespondensi:**

Yuniariana Pertiwi

Email: yuni4riana@gmail.com

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi strategis Apotek Kimia Farma 89 dan 206 di Kota Cilacap melalui pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi kinerja kedua apotek. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai IFAS sebesar 1,77 menandakan kondisi internal yang kuat, didukung oleh reputasi brand, kualitas pelayanan kefarmasian, lokasi strategis, serta ketersediaan produk yang lengkap. Sementara itu, nilai EFAS sebesar 1,24 mengindikasikan bahwa peluang eksternal di wilayah Cilacap masih sangat besar, terutama meningkatnya kebutuhan layanan kesehatan dan penggunaan obat swamedikasi.

Kombinasi kedua nilai tersebut menempatkan Apotek Kimia Farma 89 dan 206 pada Kuadran I (Growth Strategy), yang berarti kedua apotek berada dalam posisi ideal untuk melakukan strategi pertumbuhan dan pengembangan lebih lanjut. Secara keseluruhan, kondisi SWOT menunjukkan bahwa kedua apotek memiliki daya saing yang kuat dan layak untuk terus dilanjutkan serta diperluas layanannya.

---

Jurnal Mutiara Manajemen

e-ISSN: 2579-759X

Vol. 10 No.2 Desember, 2025 (Hal 159-169)

Homepage: <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMM>

DOI: <https://doi.org/10.51544/jmm.v10i2.652>

**How To Cite:** Pertiwi, Yuniariana, and Nurul Baety Khasanah. 2025. "Analisis SWOT Di Apotek Kimia Farma Cilacap Tengah." *Jurnal Mutiara Manajemen* 10 (2): 159-169. [https://doi.org/https://doi.org/10.51544/jmm.v10i2.652](https://doi.org/10.51544/jmm.v10i2.652).



Copyright © 2025 by the Authors, Published by Program Studi: Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sari Mutiara Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA Licence ([Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#)).

## **1. Pendahuluan**

Apotek merupakan fasilitas pelayanan kefarmasian yang memiliki peran penting sebagai tempat penyediaan sediaan farmasi, alat kesehatan, serta layanan kesehatan lainnya bagi masyarakat(Diana Resky & Dini Mardhiyani, 2025). Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, bisnis apotek berkembang menjadi sektor usaha yang menjanjikan. Selain itu, pelayanan kefarmasian terus mengalami perubahan paradigma dari yang awalnya berfokus pada produk (drug oriented) menuju pelayanan yang berpusat pada pasien (patient oriented). Perubahan ini membuka peluang sekaligus tantangan bagi apotek dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya(Antoni et al., n.d.-a).

Dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat, apotek memerlukan strategi bisnis yang tepat melalui analisis menyeluruh terhadap kondisi internal maupun eksternal. Analisis yang akurat diperlukan untuk melihat sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan industri farmasi. Salah satu metode yang umum digunakan adalah analisis SWOT, yang memberikan gambaran strategis mengenai posisi usaha dan langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing(Yusuf & Sukma, 2021). Dengan memahami keempat komponen SWOT, perusahaan dapat merumuskan strategi yang efektif dan relevan untuk memenangkan persaingan.

Hasil analisis SWOT juga akan menghasilkan sejumlah alternatif strategi, namun diperlukan pertimbangan lebih lanjut untuk menentukan prioritas yang tepat. Keberhasilan suatu unit usaha, termasuk apotek, sangat ditentukan oleh kemampuannya memanfaatkan sumber daya yang ada guna menangkap peluang, mengantisipasi ancaman, serta memperkuat kondisi internal perusahaan(Antoni et al., n.d.-b).

PT Kimia Farma Apotek merupakan salah satu jaringan apotek terbesar di Indonesia di bawah badan usaha milik negara (BUMN). Reputasi yang baik, standar pelayanan profesional, dan budaya kerja yang kuat menjadikan Kimia Farma sebagai salah satu penyedia layanan kesehatan yang terpercaya di masyarakat. Di Kabupaten Cilacap sendiri, keberadaan Apotek Kimia Farma 89 dan 206 menjadi bagian penting dalam memenuhi kebutuhan obat dan layanan kefarmasian masyarakat lokal.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah apotek di Kabupaten Cilacap mencapai 165 apotek pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan bisnis apotek di wilayah tersebut semakin tinggi. Pertumbuhan ini mendorong setiap pelaku usaha untuk berinovasi dan mengembangkan strategi agar dapat bertahan serta unggul di tengah kompetisi yang semakin kompleks.

Dengan semakin ketatnya persaingan, pengelola apotek dituntut untuk mampu mengantisipasi dinamika bisnis dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat(Fairuz Bachmid et al., 2025). Melalui analisis SWOT, Apotek Kimia Farma 89 dan 206 diharapkan dapat mengidentifikasi posisi strategisnya serta merumuskan langkah pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan.

## **2. Metode**

### **a. Jenis Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian pendekatan deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal dari Apotek Kimia Farma 89 Cilacap dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap(Anisyah

b. Waktu Kegiatan

Waktu kegiatan dalam penyusunan penelitian ini ini di bagi menjadi tiga tahap, tahap pertama berupa tahap awal, tahap kedua berupa tahap penelitian, tahap ketiga adalah akhir. Tahap tersebut dapat dilihat seperti label dibawah ini :

Tabel 2.1 Waktu Kegiatan

No	Tahapan	Keterangan	Bulan Ke					
			Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
<b>1.</b>	Tahap Awal	Pembuatan proposal						
		Presentasi proposal						
<b>2.</b>	Tahap penelitian	Pengambilan data						
		Pengumpulan data						
		Pengolahan data						
<b>3.</b>	Tahap Akhir	Analisis data						
		Presentasi akhir						
		Pengumpulan KTI						

c. Lokasi/Tempat Kegiatan

Lokasi kegiatan ini dilakukan di Apotek Kimia Farma Cilacap yang ada di cilacap yaitu Apotek Kimia Farma 89 Cilacap yang terletak di Jalan Gatot Subroto No 59, Sidanegara, Cilacap Tengah dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap yang terletak di Jalan Gatot Subroto No 125A, Gunung Simping, Cilacap Tengah

d. Populasi dan Sampel

Wawancara karyawan Apotek secara purposive sampling dilakukan kepada narasumber seluruh karyawan Apotek. Alasan pemilihan narasumber didasarkan karena mereka mengenal obyek penelitian dari permulaan dan visi misi pengembangan usaha.

Pemilihan narasumber dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa seluruh informan bekerja langsung pada objek penelitian, yaitu Apotek Kimia Farma 89 Cilacap dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap. Keterlibatan mereka dalam aktivitas operasional sehari-hari menjadikan para karyawan tersebut sumber informasi yang valid, relevan, dan mampu memberikan gambaran nyata terkait kondisi internal maupun eksternal apotek. Oleh karena itu, seluruh staf yang berada dalam struktur kerja operasional dipilih sebagai informan utama dalam merumuskan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan total 12 orang karyawan di Apotek Kimia Farma 89 Cilacap dan 4 orang karyawan di Apotek Kimia Farma 206 Cilacap sebagai sampel penelitian. Jumlah ini mencakup seluruh personel yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait layanan kefarmasian, manajemen operasional, serta interaksi dengan pelanggan.

Tabel 2.2 Sampling Data Apotek Kimia Farma 89

No	Jabatan / Posisi	Jumlah
1	Apoteker Penanggung Jawab (APA)	1 orang
2	Apoteker Pendamping	2 orang
3	Supervisor	1 orang
4	Tenaga Teknis Kefarmasian (TTK)	4 orang
5	Tenaga Non-Farmasi	3 orang
6	Office Boy (OB)	1 orang
<b>Total</b>	—	<b>12 orang</b>

Tabel 2.2 Sampling Data Apotek Kimia Farma 206

No	Jabatan / Posisi	Jumlah
1	Apoteker Penanggung Jawab (APA)	1 orang
2	Apoteker Pendamping	1 orang
3	Tenaga Vokasi Farmasi	2 orang
<b>Total</b>	—	<b>4 orang</b>

Kriteria sampel adalah pedoman yang digunakan untuk memilih individu atau yang akan diikutsertakan dalam penelitian(Rizal et al., 2024). Berikut adalah beberapa kriteria yang umum digunakan dalam pengambilan sampel :

a. Kriteria Inklusi

- Karyawan Apotek “Kimia Farma 89” dan Apotek “Kimia Farma 206” Cilacap
- Bersedia diwawancara
- Dapat memberikan informasi yang sesuai dengan harapan serta relevan dengan tujuan penelitian.

b. Kriteria Eksklusi

- Bukan karyawan Apotek “Kimia Farma 89” dan Apotek “Kimia Farma 206” Cilacap
- Tidak Bersedia diwawancara
- Tidak dapat memberikan informasi yang sesuai dengan harapan serta relevan dengan tujuan penelitian.

c. Cara Kerja

1) Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pulpen, catatan atau rekaman, Hp dan laptop(Esti Ariani, 2022). Bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah catatan atau rekaman dan daftar wawancara.

2) Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a) Pembuatan surat survei pendahuluan penelitian ke bagian PJ D3 Farmasi untuk dikirim kepada Bisnis Manager Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap.

- b) Mempelajari literatur penunjang teori yang dibutuhkan dalam penelitian(Fatimah et al., 2025).
- c) Melakukan pengambilan data melalui wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti kepada informan karyawan Apotek Kimisa Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap sesuai dengan pedoman wawancara.
- d) Melakukan pengolahan data hasil wawancara dengan cara mengelompokkan, menganalisis, dan menafsirkan data yang diperoleh untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian(Nur, 2024).
- e) Mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) di Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia 206 Cilacap.
- f) Menarik kesimpulan

### 3. Hasil

Hasil penelitian ini diperoleh melalui pengolahan data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi strengths, weaknesses, opportunities, dan threats (SWOT) pada Apotek Kimia Farma 89 Cilacap dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap. Metode ini menekankan pada pemahaman mendalam mengenai situasi nyata di lapangan berdasarkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari para informan serta aktivitas yang diamati selama proses penelitian berlangsung.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan seluruh karyawan pada kedua apotek tersebut. Setiap wawancara dilakukan secara sistematis sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah disusun, kemudian direkam dalam bentuk audio serta diperkuat dengan bukti dokumentasi foto untuk memastikan keabsahan data.

Proses pengumpulan data dilaksanakan selama 3 bulan, dimulai pada 6 November 2024, hingga seluruh informasi yang dibutuhkan terkumpul secara lengkap. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan tersebut, peneliti berhasil memperoleh data dari sampel informan yang telah ditentukan dari populasi karyawan Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206 Cilacap. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor SWOT secara mendalam dan menghasilkan gambaran nyata mengenai kondisi internal serta eksternal apotek.:

Tabel 3.1 Jumlah Informan Penelitian

Kategori	Frekuensi (orang)	Percentase (%)
<b>Apotek KF 89 Cilacap</b>		
Total populasi awal	12	100%
Pelaksana wawancara (Inklusi)	9	75%
Sampel eksklusi	3	25%
<b>Apotek KF 206 Cilacap</b>		
Total populasi awal	4	100%
Pelaksana wawancara (Inklusi)	4	100%
Sampel eksklusi	0	0%

Pada tabel 3.1 menunjukkan jumlah sampel informan yang digunakan dalam wawancara di dua cabang Apotek Kimia Farma di Cilacap. Pada Apotek Kimia Farma

89 Cilacap, total sampel awal adalah 12 orang, di mana 9 orang (75%) diantaranya termasuk dalam kategori pelaksana wawancara (inklusi), sedangkan 3 orang (25%) merupakan sampel yang masuk dalam kriteria eksklusi. Sedangkan pada Apotek Kimia Farma 206 Cilacap, total sampel awal adalah 4 orang, dan seluruhnya (100%) termasuk dalam kategori pelaksana wawancara (inklusi), tanpa ada sampel yang dieksklusi.

Setelah mengetahui jumlah informan yang termasuk dalam kategori inklusi dan eksklusi, maka ditentukan karakteristik informan berdasarkan keterlibatan mereka dalam wawancara sebagai berikut:

Tabel 3.2 Karakteristik Informan

No	Keterangan	Apotek Kimia Farma 89 Cilacap		Apotek Kimia Farma 206 Cilacap	
		Orang	Persentase (%)	Orang	Persentase (%)
<b>1.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>				
	a. Laki-laki	5	56%	2	50%
	b. Perempuan	4	44%	2	50%
<b>2.</b>	<b>Usia</b>				
	a. 18-30 tahun	3	33,3%	2	50%
	b. 31-45 tahun	3	33,3%	2	50%
	c. 45-59 tahun	3	33,3%		
	d. >59 tahun				
<b>3.</b>	<b>Pendidikan</b>				
	a. Profesi Apoteker	2	22,2%	2	50%
	b. Sarjana Farmasi	1	11,1%		
	c. Diploma 3 Farmasi	2	22,2%	2	50%
	d. SMA/SMK	4	44,4%		
<b>4.</b>	<b>Jabatan</b>				
	a. Apoteker Penanggung Jawab (APA)	1	11,1%	1	25%
	b. Apoteker Pendamping (APING)	1	11,1%	1	25%
	c. Tenaga Vokasi Farmasi (TVF)	2	33,3%	2	50%
	d. Tenaga Non Kefarmasian	5	44,4%		
<b>5.</b>	<b>Lama bekerja</b>				
	a. 1-10 tahun	5	55,6%	3	75%
	b. 11-20 tahun	1	11,1%	1	25%
	c. 21-30 tahun	3	33,3%		
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 3.2 diketahui bahwa karakteristik informan yang telah diwawancara dalam penelitian ini, menunjukkan perbandingan profil karyawan di dua cabang Apotek Kimia Farma di Cilacap, yaitu Apotek Kimia Farma 89 dan Apotek Kimia Farma 206. Pada Apotek Kimia Farma 89, mayoritas karyawan adalah laki-laki (56%) dengan rentang usia 18-30 tahun, 31-45 tahun dan 45-59 tahun yang masing-masing mencakup 33,3% dari total karyawan. Pendidikan terbanyak adalah SMA/SMK (44,4%), dan sebagian besar memiliki pengalaman kerja 1-10 tahun (55,6%). Sementara itu, di Apotek Kimia Farma 206, pembagian jenis kelamin lebih seimbang (50% laki-laki dan 50% perempuan), dengan rentang usia antara 31-45 tahun (masing-masing 50%). Karyawan di apotek ini juga banyak yang berpendidikan Apoteker (50%) dan Diploma 3 Farmasi (50%), serta sebagian besar bekerja dengan

pengalaman 1-10 tahun (75%). Kedua apotek memiliki jabatan yang berbeda, namun umumnya lebih banyak tenaga vokasi farmasi (TVF) yang bekerja di kedua lokasi tersebut. Berikut ini sample hasil dari wawancara dengan staff, karyawan dan masyarakat disekitar toko.

**Tabel 3.3 Faktor Internal Apotek Kimia Farma 89 Cilacap**

Informan 1	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
apt. Akbaruddin Salim, S. Farm (APA)	1) Branding (nama besar) 2) Permodalan 3) Lokasi strategis 4) SDM berkompeten 5) Konsep retail modern 6) Operasional 24 jam 7) Jaringan luas untuk jangkauan layanan 8) Pembayaran tunai dan non tunai 9) Memiliki aplikasi KF <i>Mobile</i> 10) Terdapat layanan <i>homecare</i>	1) Harga <i>relative</i> lebih mahal

**Tabel 3.4 Faktor Eksternal Apotek Kimia Farma 89 Cilacap**

Informan 1	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
apt. Akbaruddin Salim, S. Farm (APA)	1) Kerja sama dengan dokter <i>outhouse</i> (praktik luar) 2) Kerja sama dengan fasilitas Kesehatan lain, seperti prodia 3) Melakukan pengadaan obat saat pemilu, KPU Bawaslu	1) Ada Apotek baru pelayanan PRB di Cilacap Barat 2) Apotek jaringan kompetitor semakin masif 3) Kondisi internal yang sedang menuju perbaikan

**Tabel 3.5 Faktor Internal Apotek Kimia Farma 206 Cilacap**

Informan 1	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
apt. Dana Faulida, S. Farm (APA)	1) Nama apotek yang sudah dikenal luas masyarakat 2) Lokasi strategis 3) Tenaga kefarmasian yang kompeten dan berpengalaman 4) Terdapat aplikasi <i>online</i> yang bisa diakses masyarakat	1) Tempat parkir kurang memadai 2) Kelengkapan obat belum mencapai 2000 sku 3) Sudah tidak ada kerja sama dengan asuransi (BPJS dan lainnya) 4) Agresivitas memenuhi keinginan konsumen 5) Tidak buka 24 jam

	<p>5) Buka setiap hari walaupun tanggal merah dan hari libur</p> <p>6) Pembayaran tunai dan non tunai</p> <p>7) Apoteker selalu <i>standby</i> selama jam buka apotek</p> <p>8) Sikap petugas yang ramah</p> <p>9) Pelayanan <i>service after sales</i></p> <p>10) Menyediakan promo untuk suplemen dan alkes</p>	<p>6) Tidak ada kerja sama dengan dokter</p> <p>7) Pengadaan obat yang terlambat</p> <p>8) SIA mati sehingga banyak pelayanan yang dihentikan (Psikotropik, Narkotik dan OOT)</p> <p>9) Penataan swalayan yang beresiko barang hilang</p>
--	---	---

Tabel 3.6 Faktor Eksternal Apotek Kimia Farma 206 Cilacap

Informan 1	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
apt. Dana Faulida, S. Farm (APA)	<p>1) Peningkatan kesadaran masyarakat akan Kesehatan</p> <p>2) Obat merupakan komoditi yang banyak dibutuhkan Masyarakat</p> <p>3) Adanya apoteker dengan peran swamedikasi untuk pasien yang belum ke dokter</p> <p>4) Kerjasama dengan beberapa penyedia obat atau industri farmasi</p> <p>5) Hubungan yang baik dari pelanggan yang loyal</p>	<p>1) Perizinan yang rumit karena status PMA (Pemilik Modal Asing)</p> <p>2) Kebijakan distributor memperumit pengembalian barang</p> <p>3) Adanya pesaing offline di sekitar Lokasi</p> <p>4) Maraknya penyalahgunaan obat-obatan</p>

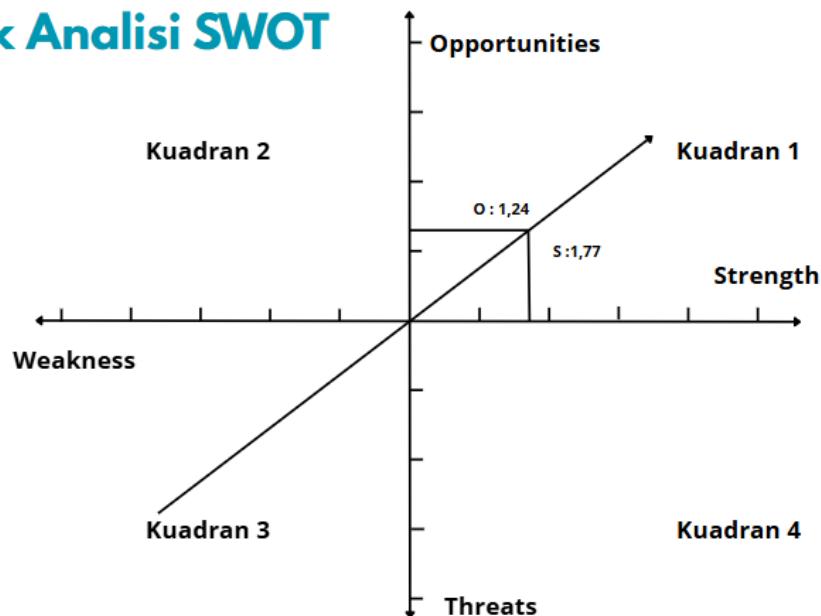
#### 4. Pembahasan

Analisis SWOT dilakukan untuk memahami posisi strategis Apotek Kimia Farma dalam menghadapi persaingan industri farmasi dan layanan kesehatan yang semakin kompetitif. Melalui pendekatan ini, berbagai faktor internal dan eksternal diidentifikasi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta peluang dan ancaman yang mungkin mempengaruhi kinerja apotek dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Brand nasional kuat & terpercaya	0.15	4	<b>0.60</b>
2	Pelayanan profesional & SOP jelas	0.10	4	<b>0.40</b>
3	Ketersediaan obat lengkap	0.12	4	<b>0.48</b>
4	Lokasi outlet strategis	0.10	4	<b>0.40</b>
5	Sistem informasi modern	0.08	3	<b>0.24</b>
6	Integrasi dengan layanan kesehatan	0.05	3	<b>0.15</b>
<b>TOTAL SKOR STRENGTH = 2.27</b>				
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Harga beberapa produk lebih tinggi	0.10	2	<b>0.20</b>
2	Antrean panjang pada jam sibuk	0.07	2	<b>0.14</b>
3	Variasi produk non-obat tidak merata	0.05	2	<b>0.10</b>
4	Promosi lokal kurang agresif	0.03	2	<b>0.06</b>
<b>TOTAL SKOR WEAKNESS = 0.50</b>				
No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Kesadaran kesehatan masyarakat meningkat	0.15	4	<b>0.60</b>
2	Perkembangan layanan digital & telemedicine	0.12	4	<b>0.48</b>
3	Program pemerintah terkait kesehatan	0.10	3	<b>0.30</b>
4	Permintaan tinggi untuk multivitamin & alat kesehatan	0.10	4	<b>0.40</b>
<b>TOTAL SKOR OPPORTUNITY = 1.78</b>				
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Persaingan apotek & toko obat yang semakin banyak	0.10	2	<b>0.20</b>
2	Perubahan harga obat & regulasi	0.07	2	<b>0.14</b>
3	Perkembangan e-commerce kesehatan	0.06	2	<b>0.12</b>
4	Sensitivitas pelanggan terhadap harga	0.04	2	<b>0.08</b>
<b>TOTAL SKOR THREAT = 0.54</b>				
<b>Skor Internal (Strength – Weakness) :</b>				
<b><math>2.27 - 0.50 = 1.77</math> (kuat)</b>				
<b>Skor Eksternal (Opportunity – Threat) :</b>				
<b><math>1.78 - 0.54 = 1.24</math> (peluang besar)</b>				

## Grafik Analisi SWOT



Gambar 4.1 Grafik Analisis SWOT

### 5. Kesimpulan

Hasil analisis SWOT pada Apotek Kimia Farma 89 dan 206 di Kota Cilacap menunjukkan bahwa kedua apotek berada pada posisi internal yang kuat dan didukung peluang eksternal yang besar. Nilai IFAS 1,77 menegaskan bahwa kekuatan seperti brand nasional yang terpercaya, pelayanan profesional, lokasi strategis di dua titik Cilacap, serta kelengkapan obat mampu mengungguli kelemahan yang ada. Pada saat yang sama, nilai EFAS 1,24 menunjukkan bahwa peluang pasar di Cilacap—termasuk meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, tingginya kebutuhan obat swamedikasi, serta dukungan teknologi dan layanan digital—lebih dominan dibandingkan ancaman persaingan apotek dan platform online.

Kombinasi nilai IFAS dan EFAS menempatkan kedua apotek pada Kuadran I (Growth Strategy), yang berarti Apotek Kimia Farma 89 dan 206 sangat layak untuk terus dikembangkan. Strategi yang direkomendasikan adalah memperkuat layanan, meningkatkan kualitas operasional, serta memanfaatkan potensi pasar Cilacap melalui inovasi dan promosi yang lebih optimal. Secara keseluruhan, kondisi SWOT menunjukkan bahwa kedua apotek kuat, kompetitif, dan harus dilanjutkan pengembangannya.

### 6. Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Apotek Kimia Farma 89 dan 206 Cilacap yang telah memberikan izin, dukungan, serta kemudahan dalam proses pengumpulan data sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Al-Irsyad Cilacap (UNAIC) yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian ini melalui dukungan akademik, administratif, dan pendampingan yang sangat berarti. Semoga kolaborasi dan bantuan yang diberikan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan mutu layanan kesehatan di masa mendatang.

## 7. Referensi

- Anisya Dwi Septiani, R., & Wardana, D. (2022). Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca. *AGUSTUS*, V(2), 130–137.
- Antoni, N., Saragi, S., & Masti, I. (n.d.-a). STRATEGI BISNIS APOTEK X MENGGUNAKAN STRATEGI CANVAS BUSINESS MODEL (CBM). In *Pharmamedica Journal* (Vol. 8, Issue 2).
- Antoni, N., Saragi, S., & Masti, I. (n.d.-b). STRATEGI BISNIS APOTEK X MENGGUNAKAN STRATEGI CANVAS BUSINESS MODEL (CBM). In *Pharmamedica Journal* (Vol. 8, Issue 2).
- Diana Resky, & Dini Mardhiyani. (2025). Pengaruh Kehadiran Apoteker terhadap Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kabupaten Rokan Hulu. *SEHATMAS: Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 4(2), 506–516. <https://doi.org/10.55123/sehatmas.v4i2.4890>
- Esti Ariani. (2022). *Manajemen Pembelajaran Inklusi di TK Islam Al Hikmah Selokerto Kecamatan Sempor Kabupaten Kebumen*. 448–461. <http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp>
- Fairuz Bachmid, Erliany Syaodih, & Yen Emawati. (2025). Optimalisasi Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Daya Saing Apotek Pro LoMedika. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(4), 654–667. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i4.6119>
- Fatimah, S., Zen, H., & Fitrisia, A. (2025). Literatur Riview dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Khusus. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 41–48.
- Nur, M. A. (2024). PENGOLAHAN DATA. *Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 2(11), 163–175.
- Rizal, R., Shandy, V. R., Rusdi, M. S., & Afriyeni, H. (2024). Kajian Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Rawat Jalan RSUD Sungai Dareh. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 3(2), 58–67. <https://doi.org/10.47233/jppie.v3i2.1518>
- Yusuf, D., & Sukma, A. D. (2021). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. *Jurnal Teknologi Informasi*, 16(Vol. XVI Nomor 1), 24–31.