

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KESESUAIAN KARYA ILMIAH DENGAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	v
DAFTAR SINGKATAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat akademis	17
1.4.2 Manfaat praktis.....	18
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	18
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II KAJIAN TEORI	22
2.1. Definisi Visi Dan Misi.....	22
2.1.1. Visi	23
2.1.2. Misi.....	24
2.2. Strategi Bisnis	24

2.3.	<i>Health & Beauty</i>	25
2.4.	Analisis Lingkungan Eksternal	26
2.4.1.	Analisis Makro: <i>PESTEL</i>	27
	<i>Substitute Products</i>	28
2.4.2.	<i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	29
2.4.3	Analisis Industri: <i>Porter's Five Forces</i>	31
2.4.4.	<i>Key Success Factors (KSF's)</i>	33
2.4.5.	<i>CPM (Competitive Profile Matrix)</i>	35
2.5.	Analisis Lingkungan Internal	35
2.5.1.	<i>VRIO (Value, Rare, Imitable, Organization) analysis</i>	35
2.5.2	Analisis Strategi Fungsional.....	36
2.5.3.	<i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	39
2.6.	<i>SWOT analysis</i>	41
2.7.	<i>Internal-External (IE) Matrix</i>	44
2.8.	<i>TOWS Matrix</i>	46
2.9.	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	47
2.10.	Kerangka Analisis	49
BAB III	METODE PENELITIAN	52
3.1.	Jenis Penelitian	52
3.2.	Sumber Data	53
3.3.	Metode Pengumpulan Data	54
3.4.	Tahapan pengumpulan dan pengolahan data	55
3.5.	Metode Analisis	61
3.5.1	Tahap penginputan.....	61
3.5.2	Tahap Analisis Alternatif Strategi.....	64
3.6.	Penetapan Strategi <i>Quantitative Strategi Planning Matrix (QSPM)</i>	66
3.7.	<i>Timeline Penelitian</i>	67

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	68
4.1 Deskripsi perusahaan PT Kimia Farma Apotek.....	68
4.2 Visi, Misi & Nilai perusahaan PT Kimia Farma Apotek.....	69
4.3 Jenis-jenis layanan apotek PT Kimia Farma Apotek.....	70
4.4 <i>Health & Beauty Store (HBS)</i> PT Kimia Farma Apotek.....	71
4.4.1 Deskripsi <i>Health & Beauty Store (HBS)</i> PT Kimia Farma Apotek.....	71
4.4.2 Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) tahun 2018-2022 PT Kimia Farma Apotek	72
4.4.3 Logo atau <i>Brand Health & Beauty store (HBS)</i>	73
4.4.4 Struktur organisasi <i>Health & Beauty store (HBS)</i>	74
4.4.5 Tujuan dan target pengembangan <i>Health & Beauty Store HBS)</i> ...	75
4.4.6 Jumlah dan sebaran <i>Health & Beauty Store (HBS)</i> di Indonesia...	76
BAB V ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL.....	77
5.1 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL	77
5.1.1 Analisis Makro: <i>PESTEL</i>	77
5.1.2 Analisis Mikro: <i>Porter's Five Forces</i>	86
5.1.3 <i>Opportunities & Threats</i>	97
5.1.4 <i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	101
5.1.5 <i>Key Success Factors (KSF'S's)</i>	103
5.1.6 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	107
5.2 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL.....	110
5.2.1 Analisis <i>VRIO</i>	110
5.2.2 Analisis Fungsional.....	112
5.2.3 <i>Strengths & Weaknesses</i>	121
5.2.4 <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	125
BAB VI ALTERNATIF STRATEGI DAN PENETAPAN STRATEGI BISNIS ..	128
6.1 ALTERNATIF STRATEGI BISNIS	128

6.1.1	Analisis <i>TOWS Matrix</i>	128
6.1.2	<i>Internal-External (IE) Matrix</i>	134
6.2	PENETAPAN STRATEGI BISNIS	136
6.3	RANCANGAN STRATEGI BISNIS <i>HEALTH & BEAUTY STORE</i> PT KIMIA FARMA APOTEK TAHUN 2023 – 2026	141
	BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	145
7.1	KESIMPULAN	145
7.2	SARAN	147
	DAFTAR PUSTAKA	154
	LAMPIRAN	158
	LAMPIRAN 1	158
	LAMPIRAN 2	163
	LAMPIRAN 3	168
	LAMPIRAN 4	173
	LAMPIRAN 5	174

DAFTAR SINGKATAN

BUMN	Badan Usaha Milik Negara
KFA	Kimia Farma Apotek
<i>SBU</i>	<i>Strategic Business Unit</i>
PBF	Pedagang Besar Farmasi
<i>H&B</i>	<i>Health & Beauty</i>
<i>HBS</i>	<i>Health & Beauty Store</i>
RJPP	Rencana Jangka Panjang Perusahaan
RKAP	Rencana Kerja & Anggaran Perusahaan
<i>OTC</i>	<i>Over the Counter</i>
SKU	Stock Keeping Unit
BPS	Badan Pusat Statistik
UKM	Usaha Kecil dan Menengah
<i>CAGR</i>	<i>Compounded Annual Growth Rate</i>
<i>PESTEL</i>	<i>Political, Economy, Sociocultural, Technology, Environmental, Law</i>
<i>VRIO</i>	<i>Valuable, Rare, Imitable, Organization to culture value</i>
<i>KSF'S's</i>	<i>Key Success Factor's</i>
<i>CPM</i>	<i>Competitive Profile Matrix</i>
<i>SWOT</i>	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>
<i>EFE Matrix</i>	<i>External Factors Evaluation Matrix</i>
<i>IFE Matrix</i>	<i>Internal Factors Evaluation Matrix</i>
<i>IE Matrix</i>	<i>Internal-External Matrix</i>
<i>TOWS Matrix</i>	<i>Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths Matrix</i>
<i>SO Strategy</i>	<i>Strengths-Opportunities Strategy</i>
<i>WO Strategy</i>	<i>Weaknesses-Opportunities Strategy</i>
<i>ST Strategy</i>	<i>Strengths-Threats Strategy</i>
<i>WT Strategy</i>	<i>Weaknesses-Threats Strategy</i>
<i>QSPM</i>	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>
<i>AS</i>	<i>Attractiveness Score</i>
<i>TAS</i>	<i>Total Attractiveness Score</i>

<i>STAS</i>	<i>Sum Total Attractiveness Score</i>
<i>SOP</i>	<i>Standard Operating Procedure</i>
JKN	Jaminan Kesehatan Nasional
FORNAS	Formularium Nasional
<i>TOP</i>	<i>Term of Payment</i>
<i>FGD</i>	<i>Focus Group Discussion</i>
<i>ERP</i>	<i>Enterprise Resource Planning</i>
SDM	Sumber Daya Manusia
PP	Peraturan Pemerintah
PERMENKES	Peraturan Menteri Kesehatan
BPOM	Badan Pengawasan Obat dan Makanan
<i>POS</i>	<i>Point of Sales</i>
<i>CRM</i>	<i>Customer Relationship Management</i>
<i>COD</i>	<i>Cash on Delivery</i>
KSO	Kerjasama Operasional

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Komposisi penduduk Indonesia tahun 2021.....	6
Gambar 2.1 Hubungan visi, strategi, rencana dan anggaran.....	23
Gambar 2.2 Komponen Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	28
Gambar 2.3 <i>Porter Five Forces Framework Detail</i>	33
Gambar 2.4 Cara mengidentifikasi <i>Key Success Factors (KSF'S)</i>	34
Gambar 2.5 <i>Internal-External (IE) Matrix</i>	45
Gambar 2.6 Kerangka Analisis.....	50
Gambar 4.1 Logo atau Brand <i>Health & Beauty Store</i>	73
Gambar 4.2 Struktur organisasi Direktorat pengembangan bisnis PT Kimia Farma Apotek.....	74
Gambar 5.1 PDRB per kapita triwulan II tahun 2022 provinsi di Indonesia.....	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Ekspansi dan format baru ritel apotek..... 2
Tabel 1.2	Kinerja <i>Health & Beauty Store (HBS)</i> PT Kimia Farma Apotek..... 4
Tabel 1.3	Kontribusi penjualan per lini PT Kimia Farma Apotek tahun 2022.....11
Tabel 1.4	Realisasi kinerja Tahun 2022 dan Target <i>Health & Beauty Store (HBS)</i> PT Kimia Farma Apotek Tahun 2023-2026.....14
Tabel 2.1	Yang harus diperhatikan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman..... 42
Tabel 3.1	Tahapan pengumpulan dan pengolahan data..... 55
Tabel 3.2	Perhitungan dalam Matriks <i>IFE</i> 63
Tabel 3.3	Perhitungan dalam Matriks <i>EFE</i> 64
Tabel 3.4	<i>Timeline</i> Penelitian.....67
Tabel 4.1	Target <i>Health & Beauty Store</i> PT Kimia Farma Apotek tahun 2023 s/d 2026.....75
Tabel 4.2	Daftar <i>Health & Beauty Store</i> PT Kimia Farma Apotek s/d tahun 2022.....76
Tabel 5.1	Analisis Makro: <i>PESTLE</i>77
Tabel 5.2	Analisis Mikro: <i>Porter's Five Forces</i>87
Tabel 5.3	Analisis Lingkungan eksternal melalui <i>PESTEL</i> dan <i>Porter's Five Forces</i>99
Tabel 5.4	<i>External Factors Evaluation (EFE)</i>102
Tabel 5.5	<i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i> 107
Tabel 5.6	Analisis <i>VRIO</i>110

Tabel 5.7	Analisis Fungsional: Analisis Operasional.....	113
Tabel 5.8	Analisis Fungsional: Analisis Marketing.....	116
Tabel 5.9	Analisis Fungsional: Analisis <i>Purchasing</i>	119
Tabel 5.10	Kekuatan dan kelemahan <i>Health & Beauty Store</i>	123
Tabel 5.11	<i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	126
Tabel 6.1	Analisis alternatif strategi (<i>TOWS Matrix</i>) <i>Health & Beauty Store</i>	130
Tabel 6.2	Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> bisnis <i>Health & Beauty Store</i>	139
Tabel 6.3	Rancangan strategi bisnis prioritas Penetrasi pasar (<i>Market Penetration</i>) <i>Health & Beauty Store</i>	142
Tabel 6.4	Rancangan strategi bisnis Pengembangan Produk (<i>Product Development</i>) <i>Health & Beauty Store</i>	144

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1	Usia Pengguna Produk <i>Health & Beauty</i>7
Grafik 1.2	Prediksi penjualan produk <i>Health & Beauty</i> di Indonesia tahun 2014-20278
Grafik 1.3	<i>Trend global sales beauty product</i> di Indonesia tahun 2005-2019.....9
Grafik 1.4	10 <i>Brand Skincare</i> terlaris di <i>E-Commerce</i> Indonesia tahun 2022.....10
Grafik 1.5	Persentase <i>market share</i> ritel <i>Health & Beauty</i>11
Grafik 5.1	Pergerakan Nilai Rupiah terhadap Dollar.....82
Grafik 6.1	<i>Internal-External Matrix (IE Matrix) Health & Beauty Store.</i> 135