

Evaluasi Strategi Bisnis Menggunakan Metode SWOT dan Analisis Data Penjualan pada Kimia Farma

Business Strategy Evaluation Using the SWOT Method and Sales Data Analysis at Kimia Farma

Ari Ardiyansyah*, Rahmatina Hidayati

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang, Kota Malang, Indonesia

E-mail: ardiyansyah.ari@student.unmer.ac.id

Abstract. PT Kimia Farma, as a national pharmaceutical company, faces challenges in maintaining business performance amid industry changes, competition, and dynamic market demand. Business strategy evaluation is essential to identify the company's position and determine appropriate development directions. This study aims to evaluate the business strategy of PT Kimia Farma using SWOT analysis and sales data analysis from 2020 to 2023. This research uses a mixed methods approach with historical techniques through sales data analysis and interview techniques to obtain strategic company information. The results show that the company's main strengths lie in its extensive distribution network and strong brand reputation, while weaknesses include operational inefficiencies and fluctuating sales performance. Opportunities arise from increasing demand for healthcare products, while threats come from intense pharmaceutical industry competition. The analysis indicates that an aggressive strategy is appropriate by leveraging strengths to capture market opportunities. This study implies that companies need to optimize the use of sales data in strategic planning to improve competitiveness and sustainable business performance.

Keywords: Business Strategy, SWOT, Sales Analysis, Business Performance

Abstrak. PT Kimia Farma sebagai perusahaan farmasi nasional menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja bisnis di tengah perubahan lingkungan industri, persaingan, serta dinamika permintaan pasar. Evaluasi strategi bisnis menjadi penting untuk mengidentifikasi posisi perusahaan dan menentukan arah pengembangan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi bisnis PT Kimia Farma menggunakan metode SWOT dan analisis data penjualan periode 2020–2023. Penelitian menggunakan pendekatan *mix methods* dengan teknik historis melalui analisis data penjualan dan teknik wawancara untuk memperoleh informasi strategis perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan utama pada jaringan distribusi yang luas dan reputasi merek, namun menghadapi kelemahan pada efisiensi operasional dan fluktuasi penjualan. Peluang utama berasal dari meningkatnya kebutuhan produk kesehatan, sedangkan ancaman berasal dari tingginya persaingan industri farmasi. Analisis menunjukkan bahwa strategi yang tepat adalah strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang pasar. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu mengoptimalkan pemanfaatan data penjualan dalam perencanaan strategis untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis secara berkelanjutan.

Kata kunci: Strategi Bisnis, SWOT, Analisis Penjualan, Kinerja Bisnis

Submitted: 03-03-2026 | Accepted: 27-03-2026 | Published: 31-03-2026

How to Cite:

A. Ardiyansyah and R. Hidayati, "Evaluasi Strategi Bisnis Menggunakan Metode SWOT dan Analisis Data Penjualan pada Kimia Farma," *Journal of Information System and Application Development (JISAD)*, vol. 4, no. 1, pp. 175-179, 2026, doi: 10.26905/jisad.v4i1.16888.



PENDAHULUAN

Industri farmasi merupakan sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung sistem kesehatan nasional dan perekonomian. Perkembangan industri farmasi ditandai oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk kesehatan serta meningkatnya persaingan antar perusahaan. Dalam kondisi tersebut, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang tepat guna mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan keseimbangan antara pertumbuhan bisnis, manajemen biaya, serta pengelolaan risiko keuangan [1]. Evaluasi strategi bisnis menjadi penting sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan jangka panjang perusahaan.

PT Kimia Farma merupakan salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan distribusi luas dan berperan penting dalam penyediaan produk kesehatan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan menghadapi tantangan berupa fluktuasi penjualan, perubahan kondisi pasar, serta meningkatnya persaingan industri. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan evaluasi strategi bisnis guna memastikan strategi yang diterapkan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Kimia Farma juga menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan biaya tenaga kerja, dan perubahan peraturan yang mempengaruhi operasi dan strategi bisnis [2].

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana kondisi kinerja bisnis PT Kimia Farma berdasarkan data penjualan periode 2020–2023, bagaimana faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis perusahaan. Serta bagaimana strategi bisnis yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT. Dalam laporan keuangan tahun 2021 dan 2022, PT Kimia Farma mengalami tekanan signifikan pada laba bersih dan arus kas, meskipun pendapatan mengalami kenaikan [3], [4]. Selain itu, Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) sempat menemukan sejumlah ketidaksesuaian dalam pengelolaan keuangan Kimia Farma yang berdampak pada kepercayaan publik dan investor [5]. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi bisnis PT Kimia Farma menggunakan analisis data penjualan dan metode SWOT guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Menurut [6] teknologi informasi di zaman digital telah menjadi dasar utama dalam pengelolaan usaha, khususnya untuk perusahaan yang beroperasi dibidang perdagangan.

Penelitian ini memiliki kontribusi ilmiah dalam mengintegrasikan analisis data penjualan dengan analisis SWOT untuk menghasilkan evaluasi strategi bisnis yang lebih komprehensif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang relevan bagi perusahaan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait evaluasi strategi bisnis berbasis analisis data. Karena dengan adanya analisis SWOT, perusahaan dapat memahami posisi bisnisnya serta merumuskan strategi berdasarkan kombinasi faktor-faktor tersebut [7]. Hal yang sangat mendasar dalam proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat menunjang aktivitas pemasaran [8]. SWOT mengidentifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan tujuan usaha bisnis atau proyek yang telah ditentukan [9]. Faktor eksternal nya meliputi peluang dan ancaman. Peluang adalah kemungkinan eksternal yang dapat dikejar oleh organisasi untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan ancaman yang berpotensi menurunkan kinerja organisasi [10].

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix methods* yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh hasil yang komprehensif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis data historis penjualan PT Kimia Farma periode 2020–2023 guna mengidentifikasi tren dan pola kinerja bisnis perusahaan. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan melalui analisis SWOT. Keduanya memiliki keunggulan serta keterbatasan, dan pasti kedua metode ini memiliki ciri khas dalam mengungkapkan sebuah fenomena. Perbedaan ciri yang sudah jelas menyebabkan adanya masalah kesenjangan antara kedua metode. Namun, pada masa ini keduanya sering kali disatukan atau disinergikan [11].



Subjek penelitian adalah PT Kimia Farma, dengan fokus pada kinerja bisnis berdasarkan data penjualan dan kondisi strategis perusahaan. Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak yang memiliki pemahaman terkait strategi bisnis perusahaan yang mana dalam penelitian ini cabang Kimia Farma Kawi, Kota Malang. Data sekunder diperoleh dari data historis penjualan, laporan perusahaan, dan dokumen pendukung lainnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, wawancara, dan dokumentasi [12]. Analisis data dilakukan dengan menganalisis tren penjualan untuk mengevaluasi kinerja bisnis serta menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menentukan strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kinerja Penjualan

Analisis data penjualan PT Kimia Farma periode 2020–2023 menunjukkan adanya fluktuasi kinerja bisnis. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan permintaan pasar, kondisi ekonomi, dan tingkat persaingan industri. Fluktuasi penjualan menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan efektivitas strategi bisnis guna menjaga stabilitas dan pertumbuhan kinerja. Data penjualan memberikan gambaran penting mengenai kondisi bisnis perusahaan. Analisis historis memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi tren dan pola yang dapat digunakan sebagai dasar dalam perencanaan strategi bisnis yang lebih efektif.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal (SWOT)

Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan utama perusahaan terletak pada reputasi perusahaan yang kuat, jaringan distribusi yang luas, serta pengalaman yang panjang dalam industri farmasi. Faktor-faktor ini memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar. Analisis SWOT yang merupakan *matching tool* dapat membantu dalam menentukan strategi yang tepat, khususnya strategi pemasaran sehingga nantinya diharapkan perusahaan akan memperoleh keuntungan yang maksimal [13]. Namun, perusahaan juga memiliki beberapa kelemahan, seperti keterbatasan efisiensi operasional dan fluktuasi kinerja penjualan. Kelemahan ini dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pertumbuhan bisnis secara konsisten.

Dari sisi eksternal, peluang utama berasal dari meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk kesehatan dan perkembangan industri farmasi. Hal ini memberikan potensi pertumbuhan yang signifikan bagi perusahaan. Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman berupa meningkatnya persaingan industri dan perubahan kondisi pasar yang dinamis.

Evaluasi Strategi Bisnis

Berdasarkan hasil analisis SWOT, posisi perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa strategi agresif merupakan strategi yang tepat bagi perusahaan. Strategi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar. Menurut Pearce dan Robinson, evaluasi strategi mencakup 3 kegiatan utama seperti meninjau dasar-dasar strategi perusahaan, mengukur kinerja organisasi, dan mengambil tindakan korektif. Evaluasi ini penting dilakukan secara berkala untuk memastikan strategi yang digunakan tetap relevan dengan dinamika lingkungan bisnis. Kombinasi analisis SWOT dengan data penjualan memungkinkan perumusan strategi berbasis bukti (*evidence-based strategy*). Misalnya, peningkatan tren penjualan bisa menjadi kekuatan, sementara penurunan pada kategori produk tertentu bisa mencerminkan kelemahan yang perlu diatasi [14].



Integrasi antara analisis data penjualan dan analisis SWOT memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi perusahaan. Penelitian *mixed methods* membutuhkan pencampuran metode yang disengaja dalam pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi bukti [15]. Analisis ini menunjukkan bahwa pemanfaatan data penjualan secara optimal dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis yang lebih tepat.

Tabel 1. Korelasi Elemen SWOT dan Data Penjualan

Elemen SWOT	Deskripsi	Bukti dari Data Penjualan
<i>Strength</i>	Lokasi strategis dan jarang terintegrasi	Kota Malang menempati posisi kedua di Jawa Timur dengan penjualan tertinggi
<i>Weakness</i>	Sistem manajemen manual	Produk K4 (baru) tidak berkembang signifikan
<i>Opportunity</i>	Permintaan produk herbal meningkat	Vitamin & Suplemen naik 15%
<i>Threat</i>	<i>Startup</i> kesehatan digital	Jawa Barat dominan, tetapi ancaman dari platform digital meningkat

Dari korelasi pada Tabel 1, dirumuskan Matriks SWOT untuk strategi bisnis berdasarkan kombinasi faktor SWOT dan data penjualan.

	<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi strategis • Integrasi apotek-klinik • Reputasi merek kuat 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistem manual • Biaya tinggi • Keterbatasan Inovasi
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permintaan herbal meningkat • Dukungan pemerintah • Ekspansi ke wilayah pinggiran 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitalisasi layanan - E-commerce 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan produk baru - Pelatihan SDM
<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing swasta dan startup • Fluktuasi bahan baku • Perubahan regulasi 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efisiensi biaya - Optimalkan distribusi 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversifikasi produk - Adaptasi digital

Gambar 1. Matriks SWOT

Berdasarkan matriks SWOT pada Gambar 1, dapat dirumuskan beberapa strategi yang merupakan hasil kombinasi antara faktor *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Adapun penjelasan dari masing-masing strategi adalah sebagai berikut:

Strategi SO (*Strengths – Opportunities*)

- Memanfaatkan lokasi strategis dan reputasi merek untuk memperluas layanan *e-commerce*.
- Mengembangkan produk herbal dan suplemen alami untuk memenuhi tren pasar.

Strategi ST (*Strengths – Threats*)

- Meningkatkan efisiensi biaya operasional melalui digitalisasi rantai pasok.
- Menggunakan jaringan distribusi yang luas untuk bersaing dengan startup kesehatan digital.

Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*)

- Melakukan digitalisasi sistem manajemen untuk memanfaatkan peluang ekspansi digital.
- Menjalani kerja sama dengan universitas untuk mempercepat inovasi produk baru.

Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

- Mengurangi ketergantungan pada produk generik dengan melakukan diversifikasi portofolio.
- Meningkatkan kompetensi SDM dalam bidang digital dan manajerial untuk menghadapi persaingan digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja bisnis PT Kimia Farma periode 2020–2023 mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan. Analisis SWOT



menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang signifikan, seperti reputasi dan jaringan distribusi yang luas, serta peluang pertumbuhan yang besar di industri farmasi. Strategi yang tepat bagi perusahaan adalah strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang pasar.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan data dan analisis yang terbatas pada periode tertentu. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan data yang lebih luas serta mengintegrasikan metode analisis lain untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif dan meningkatkan kinerja bisnis secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Judijanto, E. G. Marsas, P. A. A. N. Putri, D. Koerniawati, And R. Apramilda, "Peningkatan Efisiensi Operasional Bisnis Melalui Implementasi Teknologi Manajemen Terkini," *Community Dev. J. J. Pengabd. Masy.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 216–222, 2024.
- [2] A. Royyana, "Strategi Transformasi Digital Pada Pt. Kimia Farma (Persero) Tbk. *Journal Of Information System Public Health 3(3).*," *J. Sist. Inf. Kesehat. Masy. J. Inf. Syst. Public Heal.*, Vol. 3, No. 3, Pp. 15–32, 2018.
- [3] Pt Kimia Farma Tbk, "Laporan Tahunan 2021 Pt Kimia Farma Tbk," Pp. 1–901, 2022, [Online]. Available: [Www.Kimiafarma.Co.Id](http://www.kimiafarma.co.id)
- [4] Pt Kimia Farma, "Laporan Tahunan : Standing Firm, Spearheading The Future Healthcare," Pp. 1–1034, 2022, [Online]. Available: [Www.Kimiafarma.Co.Id](http://www.kimiafarma.co.id)
- [5] Bpk, "Ihpsi (Ikhtisar Hasil Pemeriksaan Semester I) Tahun 2022," Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indones., Pp. 94–112, 2022.
- [6] H. T. Setyoko Et Al., "Analisis Komparatif Metode Dekomposisi Aditif Dan Multiplikatif Dalam Memprediksi Penjualan Pada Industri Fashion," Vol. 3, No. 1, Pp. 21–30, 2025, Doi: 10.26905/Jisad.V3i1.15395.
- [7] R. Rangkuti, "Swot Analysis: Teknik Membedah Kasus Bisnis," Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- [8] A. A. Shelemo, "No Title بليب," *Nucl. Phys.*, Vol. 13, No. 1, Pp. 104–116, 2023.
- [9] A. M. I. Astuti And S. Ratnawati, "Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Dikantor Pos Kota Magelang 56100)," *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vo. 17, No. 2, Pp. 58-70, 2020.
- [10] M. F. Rumba, A. B. Lasar, And Y. H. Monteiro, "Swot Dan Critical Success Factor Dalam Perencanaan Strategi Sistem Informasi," Vol. 05, No. 02, Pp. 139–146, 2024.
- [11] R. Justan And A. Aziz, "Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)," *J. Ilm. Multidisiplin*, Vol. 3, No. 2, Pp. 253–263, 2024.
- [12] S. D. A. Putri And A. Zubair, "Nalisis Prediktif Perubahan Nilai Profit Berdasarkan Klasifikasi Pengguna Pada Usaha Jasa Logistik," *Journal Of Information System And Application Development (Jisad)*, Vol. 1, No. 1, P. 01-10, 2023.
- [13] R. Sylvia And D. Hayati, "Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat Pada Pt X." *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1, Pp. 120-140, 2023, Doi: [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.53651/Jdeb.V16i1.422](https://doi.org/10.53651/jdeb.V16i1.422)
- [14] F. R. Fernanda, "Evaluasi Model Bisnis Pada Perusahaan Holmesick.Ltd Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas," Vol. 6, 2019, [Online]. Available: [Https://Consensus.App/Papers/Evaluasi-Model-Bisnis-Pada-Perusahaan-Fernanda/B982d41223cf52f08a9e4696e0e8ff17/](https://consensus.app/papers/evaluasi-model-bisnis-pada-perusahaan-fernanda/B982d41223cf52f08a9e4696e0e8ff17/)
- [15] F. H. Nasution, Risnita, M. S. Jailani, And R. Junaidi, "Kombinasi (Mixed-Methods) Dalam Praktis Penelitian Ilmiah," *Journal Genta Mulia*, Vol. 15, No. 2, Pp. 51-256, 2024.

