

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil PKPA di PT. Surya Dermato Medica Laboratories yang diadakan pada tanggal 02 Maret - 30 April 2026, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan Praktik Kerja Profesi Apoteker di PT. Surya Dermato Medica Laboratories dapat meningkatkan pemahaman calon Apoteker mengenai peran, fungsi, posisi dan tanggung jawab Apoteker di industri farmasi.
2. Kegiatan Praktik Kerja Profesi Apoteker di PT. Surya Dermato Medica Laboratories memberikan bekal kepada calon Apoteker agar memiliki wawasan, keterampilan dan pengalaman dalam melakukan pekerjaan kefarmasian di industri farmasi.
3. Kegiatan Praktik Kerja Profesi Apoteker di PT. Surya Dermato Medica Laboratories memberikan kesempatan bagi calon Apoteker untuk mempelajari mengenai CPOB dan penerapannya di industri farmasi.
4. Kegiatan Praktik Kerja Profesi Apoteker di PT. Surya Dermato Medica Laboratories memberikan gambaran nyata mengenai permasalahan pekerjaan kefarmasian di industri farmasi.
5. Kegiatan Praktik Kerja Profesi Apoteker di PT. Surya Dermato Medica Laboratories dapat mempersiapkan calon Apoteker agar menjadi Apoteker yang profesional ketika memasuki dunia kerja.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat disampaikan dari hasil Praktek Kerja Profesi Apoteker yang dimulai pada tanggal 02 Maret – 30 April 2026 bertempat di PT. Surya Dermato Medica Laboratories adalah :

1. Mahasiswa calon apoteker diharapkan perlu mempersiapkan dan membekali diri secara optimal agar siap mengikuti kegiatan PKPA di industri farmasi sehingga dapat memperoleh pengetahuan yang diperlukan, khususnya terkait penerapan CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik).
2. PT. Surya Dermato Medica Laboratories diharapkan dapat terus meningkatkan jalinan hubungan kerja sama dengan Program Studi Profesi Apoteker dari berbagai perguruan tinggi, khususnya Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dalam pelaksanaan Praktek Kerja Profesi Apoteker di Industri sehingga para kandidat apoteker mendapatkan gambaran nyata mengenai pekerjaan kefarmasian di industri farmasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R., & Hawa, L. (2023). *E-commerce adoption and digital marketing strategies in the cosmetics industry*. Journal of Business and Marketing, 10(2), 58–72
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI. 2011. Pedoman Cara Pembuatan Obat yang Baik. Jakarta: BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI. (2016). Petunjuk Operasional Penerapan Pedoman Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB). Jakarta: BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2024. Standar Cara Pembuatan Obat yang Baik, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- Brancu, C. and Turcu, O., 2025. *Exploring the economic performance and market trends in the cosmetics industry: insights and analysis*. Business & Management Compass, 69(3), pp.23–32.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2024). *Online reviews, misinformation, and consumer trust in e-commerce*. Journal of Consumer Behaviour, 23(1), 33–49
- Fortune Business Insights. (2026, Februari 16). *Skincare Market Size, Share & Industry Analysis, By Product, Packaging Type, Gender, Distribution Channel, and Regional Forecast, 2026 - 2034*.
- Hemachandra, R., & Kusuma, D. (2024). *Digital marketing strategies in the cosmetics industry*. Journal of Marketing Innovation, 12(1), 45–60.
- Indahsari, W. (2022). *Consumer behavior and trends in the cosmetics industry*. Journal of Indonesian Marketing Research, 7(1), 15–28.
- Irene, W., 2024. *Key factors influencing Generation Z consumer satisfaction and purchase decision for local moisturizers*. Journal of Social and Economics Research, 6(1), pp.1823–1844.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2017. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2017 tentang Rencana Aksi Pengembangan Industri Farmasi dan Alat Kesehatan. Jakarta: Kemenkes RI.

- Lou, C., & Yuan, S. (2023). *Influencer marketing in the cosmetics industry: Impact on consumer trust and purchase intention*. Journal of Interactive Marketing, 45(2), 75–89.
- Mintel, 2024. *Global skincare market trends and consumer preferences*. London: Mintel Group Ltd.
- Peña-García, A., García-Murillo, M., & Martínez-Ruiz, M. P. (2024). *Impact of fake online reviews on consumer purchase decisions*. International Journal of Information Management, 68
- Precedence Research. (2025, Oktober 30). Ukuran Pasar, Pangsa, dan Tren Produk Perawatan Kulit 2025 hingga 2034
- Republik Indonesia, 2023. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2024). *The role of influencer credibility in digital marketing: Evidence from the beauty sector*. International Journal of Advertising, 43(1), 101–120.
- Wardhana, A. (2022). *Global Marketing In The Digital Edge* - Edisi Indonesia. Bandung: Media Sains Indonesia