



ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI AWAL PENERAPAN E-COMMERCE PADA KEGIATAN OPERASIONAL APOTEK SUGIH WARAS KABUPATEN MOJOKERTO

Fariham Masula

Universitas Negeri Malang

Agus Hermawan

Universitas Negeri Malang

Alamat: Jl. Semarang 5 Malang 65145 Jawa Timur

Korespondensi penulis: fariham.masula.2304138@students.um.ac.id

Abstract. *A pharmacy is a health facility that is responsible for meeting the needs of medicines in the community. After the Covid-19 pandemic, the decline in services was felt by all pharmacies, so that many pharmacy business units currently do not only provide services in the field of medicines. Several pharmacies now provide health equipment, beauty products and specialist doctor's practices. One of them is the Sugih Waras pharmacy which is located in Mojokerto Regency, East Java. However, the main problem currently faced by the Sugih Waras pharmacy focuses on the inadequate use of technology for management in its various lines of activity. This research will discuss space that can be utilized by Sugih Waras pharmacies and fill it with e-commerce technology to strengthen its position in the market. The method used is qualitative with a case study approach. The tool used is SWOT analysis with Internal Factor Analysis Strategic (IFAS) and External Factor Analysis Strategic (EFAS) assessments. The results of this research indicate that the most appropriate space for using e-commerce is in promotional activities and pharmacy management.*

Keywords: *E-commerce, EFAS, IFAS, Sugih Waras Pharmacy, SWOT.*

Abstrak. Apotek merupakan salah satu fasilitas kesehatan yang bertanggungjawab atas pemenuhan kebutuhan obat-obatan di masyarakat. Pasca pandemi covid-19 penurunan layanan dirasakan oleh seluruh apotek, sehingga banyak unit usaha apotek yang saat ini tidak hanya memberikan pelayanan di bidang obat-obatan. Beberapa apotek kini menyediakan perlengkapan kesehatan, produk kecantikan, dan praktik dokter spesialis. Salah satunya adalah apotek Sugih Waras yang berlokasi di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Namun masalah utama yang dihadapi oleh apotek Sugih Waras saat ini menitik beratkan pada penggunaan teknologi yang masih kurang untuk pengelolaan di berbagai lini aktivitasnya. Penelitian ini akan membahas tentang ruang kosong yang dapat dimanfaatkan oleh apotek Sugih Waras dan mengisinya dengan teknologi e-commerce untuk memperkuat posisi di pasar. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Alat yang digunakan yakni analisis SWOT dengan penilaian Internal Factor Analysis Strategic (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Strategic (EFAS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ruang yang paling tepat dalam

Received Mei 10, 2024; Revised Mei 29, 2024; Juli 2, 2024

*Corresponding author, e-mail address

penggunaan e-commerce adalah dalam kegiatan promosi dan pengelolaan manajemen apotek

Kata kunci: E-commerce, EFAS, IFAS, Apotek Sugih Waras, SWOT.

LATAR BELAKANG

Tahun 2020 menjadi sebuah titik dimana seluruh dunia mengalami pukulan akibat pandemi covid-19. Seluruh sektor mengalami pergeseran dalam kebiasaan berkegiatan sehari-hari. Pariwisata dan perhotelan, perdagangan, pendidikan, dan tentunya kesehatan. Berbagai unsur dalam sektor kesehatan mengalami *shock system* yang sangat besar. Hal tersebut dipengaruhi oleh peran sektor kesehatan sebagai garda terdepan dalam penanganan pandemi covid-19. Fasilitas pelayanan seperti Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD), Rumah Sakit Umum Swasta, Puskesmas, Klinik, tempat praktik mandiri, Apotek, dan Laboratorium Kesehatan mengalami over capacity sehingga berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan. Dampak tersebut berlanjut dengan semakin banyaknya jumlah kematian yang disebabkan work-overload yang dialami oleh hampir seluruh tenaga kesehatan, mulai dari dokter, perawat, bidan, petugas laboratorium, hingga beberapa ahli yang ada di bidang kesehatan. Peristiwa tersebut tentunya menjadi sebuah dorongan bagi sektor kesehatan untuk melakukan perbaikan dalam melaksanakan layanannya khususnya penggunaan teknologi sebagai alat untuk mempermudah kegiatan operasional pelayanan. Bahkan untuk mengatasinya berbagai macam inovasi teknologi diterapkan hingga menciptakan pelayanan yang berbasis e-commerce.

Keterbatasan interaksi secara langsung masa pandemi menjadi masalah yang signifikan pada dunia kesehatan, karena dalam kegiatan screening kesehatan prosedur yang dilakukan seluruhnya bersifat fisik. Sehingga dalam menghadapi keterbatasan tersebut muncul istilah *e-pharmacy* yang merupakan salah satu model pelayanan pemenuhan obat pada masa pandemi covid-19 (Fathoni et al. 2021). Namun setelah pandemi covid-19 mulai mereda, jumlah kebutuhan atas fasilitas kesehatan mulai menurun. Penurunan tersebut tentunya tidak bersifat general, namun hanya terdapat pada beberapa pelayanan kesehatan. Sehingga terdapat beberapa fasilitas kesehatan mulai menunjukkan penurunan kuantitas permintaan pelayanannya. Salah satunya adalah permohonan pelayanan pada unit penyedia obat-obatan seperti apotek. Apotek

merupakan salah satu unit pelayanan kesehatan yang bertugas dan berfungsi untuk menyediakan dan membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan terhadap obat-obatan. Bahkan saat ini apotek yang dibantu pengelolaannya oleh apoteker juga memberikan edukasi tentang obat-obatan yang dibeli (Yusuf and Sukma 2021).

Apotek Sugih Waras kabupaten Mojokerto merupakan salah satu dari banyaknya apotek yang ada di kabupaten Mojokerto. Apotek ini memberikan kombinasi antara layanan pemenuhan kebutuhan obat-obatan dan konsultasi kesehatan. Layanan konsultasi kesehatan tersebut meliputi layanan konsultasi diabetes, syaraf, dan penyakit dalam oleh dokter-dokter spesialis. Selain itu apotek Sugih Waras juga memberikan layanan penanganan luka pada penderita diabetes. Sehingga apotek ini seringkali menjadi sentra perawatan diabetes favorit di kabupaten Mojokerto.

Dalam menjalankan kegiatan operasional suatu usaha, perumusan strategi merupakan hal yang wajib dilakukan pertama kali oleh setiap unit usaha agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan (Yusuf and Sukma 2021). Begitu pula dengan usaha apotek, dalam menjalankan usaha ini pemilik usaha dituntut untuk dapat berinovasi dan mengembangkan strategi demi meningkatkan daya saing di pasar. Beberapa faktor yang dapat dianalisis untuk menentukan strategi pemasaran meliputi lingkungan, perilaku konsumen, pasar, persaingan, dan analisis kemampuan internal (Yanti and Idayanti 2022). Dengan mengetahuinya maka strategi yang tepat dapat disusun secara efisien yakni dengan memperkuat kelebihan dan memperbaiki kekurangan.

Analisis SWOT merupakan suatu alat yang dapat digunakan sebagai media untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada pada sebuah unit usaha (Mudatsir 2018). Dalam menentukan strategi yang akan digunakan, apotek Sugih Waras telah mempertimbangkan untuk menggunakan teknologi sebagai salah satu alat dalam mengembangkan bisnisnya. Pertimbangan ini diambil saat melihat proyeksi kebutuhan di masa depan terhadap kecepatan pelayanan. Konsep yang akan dibawa yakni dengan menerapkan e-commerce sebagai salah satu media transformasi. E-commerce sendiri dapat didefinisikan sebagai sebuah teknologi yang membantu proses jual-beli dengan memanfaatkan internet (Rahmidani 2015). Namun pemanfaatan e-commerce tidak terbatas pada jaringan

internet, namun dapat mewakili salah satu teknologi yang saat ini sedang berkembang terlepas dari bentuk teknologi elektronik yang digunakan tersebut.

Analisis SWOT akan cenderung mengukur faktor kepada dua hal utama, yakni faktor internal dan eksternal.. Setelah memetakan kondisi dalam dua faktor besar tersebut selanjutnya akan dianalisis lebih lanjut menggunakan tabel Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) dan Internal Factor Analysis Summary (IFAS) untuk dapat melihat posisi terbaik dari apotek (Yusuf and Sukma 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi usaha apotek menggunakan analisis SWOT dan strategi dalam memperkuat manajemen melalui potensi penggunaan e-commerce dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kinerja operasional pada apotek Sugih Waras Mojokerto. Dengan melakukan analisis awal menggunakan SWOT, maka peneliti ingin melihat bagaimana teknologi e-commerce dapat masuk dan diterapkan untuk menjadi media dalam meningkatkan kinerja apotek Sugih Waras di masa depan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

KAJIAN TEORITIS

Analisa SWOT merupakan sebuah metode dalam memahami kondisi internal dan eksternal sebuah usaha (Haerawan and Magang 2019). Dalam analisa tersebut kedua faktor diperhitungkan melalui penilaian IFAS yang akan menilai kekuatan dan kelemahan dan EFAS yang akan menilai peluang dan ancaman. Keduanya memberikan pandangan secara objektif terhadap kondisi perusahaan. Penilaian tersebut nantinya akan mempengaruhi tindakan suatu usaha dalam menentukan strategi pemasaran. Dalam analisis SWOT nantinya akan menggambarkan beberapa strategi diantaranya *strength-opportunity* (SO), *strength-threat* (ST), *wekanness-opportunity* (WO), dan *weakness-threat* (WT). Seluruhnya memiliki dampak terhadap bentuk strategi yang akan digunakan oleh sebuah perusahaan (Mudatsir 2018).

Sedangkan e-commerce dapat didefinisikan sebagai sebuah serangkaian aktivitas jual-beli dan pertukaran suatu barang, layanan, hingga informasi dengan menggunakan internet (Luthfiyah et al. 2023). Munculnya e-commerce merupakan bukti nyata dari berkembangnya sebuah teknologi perdagangan. Dalam konteks modernisasi e-commerce

akan menjadi sebuah solusi praktis dalam menghadapi masalah global marketing pada hampir seluruh lini bidang usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif mengacu pada penggambaran secara rinci dan mendalam atas sebuah subjek (Hasibuan et al. 2022). Selain itu metode kualitatif akan cenderung untuk mengeksplorasi subjek yang diteliti dalam beberapa aspek seperti pengalaman, perspektif, dan perilaku subjek penelitian untuk mendapatkan wawasan yang berharga dan pengetahuan baru (Suryadharma et al. 2023).

Sedangkan studi kasus merupakan salah satu bentuk model penelitian dari metode kualitatif yang secara langsung menggali suatu fenomena tertentu dalam suatu waktu dan tempat serta mengumpulkan informasi terperinci dengan menggunakan berbagai macam prosedur pengumpulan data dalam kurun waktu tertentu (Assyakurrohim et al. 2022). Manfaat dari penelitian menggunakan studi kasus sendiri yakni sarana bagi penelitian emik, menjadi sarana yang efektif dalam menghubungkan antara peneliti dengan informan, dan terbuka bagi penilaian atas penelitian (Assyakurrohim et al. 2022).

Sebagai langkah pertama, peneliti telah menyusun sejumlah pertanyaan yang keseluruhannya menggali informasi tentang kegiatan operasional yang menjadi kegiatan rutin di apotek Sugih Waras. Kedua, peneliti akan melakukan observasi pada beberapa ruangan di apotek guna mendapatkan informasi yang lebih akurat sehingga tidak terjadi perbedaan antara hasil wawancara dan kondisi di lapangan. Ketiga, peneliti akan menyusun data-data yang sudah dikumpulkan dan melakukan analisis. Keempat, melakukan pengolahan data dengan melakukan coding pada transkrip wawancara dan observasi, dan catatan dari subjek penelitian. Kelima, yakni proses analisis data yang akan berfokus pada pemberian makna pada setiap kelompok data sehingga memudahkan peneliti dalam melihat konteks yang akan menjawab rumusan masalah. Keenam, menyandingkan temuan yang ada berdasarkan hasil analisis data dengan kajian teori yang telah dipersiapkan sebelumnya. Proses ini berfungsi untuk melihat apakah terdapat persamaan antara teori dan hasil penelitian sebelumnya terhadap suatu fenomena yang serupa. Ketujuh, memberikan representasi dengan kesimpulan yang didapatkan dari proses-proses yang telah dilakukan dalam penelitian (Assyakurrohim et al. 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengolah hasil dari studi kasus, peneliti membuat tabel SWOT yang dapat dilihat pada tabel 1. Setelah peneliti merumuskan hasil wawancara pada tabel 1, peneliti juga memaparkan hasil penilaian dari pihak narasumber dengan menggunakan penilaian IFAS dan EFAS. Hasil penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel 2 dan 3. Penilaian atas tabel IFAS dan EFAS kemudian diimplementasikan pada grafik SWOT seperti yang terlihat pada gambar 1.

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa dalam analisis SWOT yang dilakukan apotek Sugih Waras dapat menerapkan 4 strategi (Haerawan and Magang 2019) meliputi agresif atau progresif yakni pertama memaksimalkan kekuatan dan peluang yang telah teridentifikasi. Kedua, diferensiasi atau diversifikasi yang mana apotek dapat membuat penambahan layanan untuk meminimalkan ancaman, ketiga stabilisasi strategi yakni dengan peluang eksternal untuk mengurangi kelemahan internal dan keempat strategi bertahan yakni dengan mengatasi kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal.

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT Apotek Sugih Waras

<p style="text-align: center;">Faktor Internal dan Eksternal</p>	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - terdapat layanan rawat luka diabetes - Memiliki SDM tenaga kesehatan kompeten - Apoteker selalu standby - harga bersaing - karyawan ramah dan komunikatif - tersedia jasa cek gula darah, kolesterol, dan asam urat dan praktik dokter spesialis - pembayaran dapat cashless 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - tidak ada platform online - belum menggunakan teknologi dalam manajemen - lokasi sulit terlihat oleh umum - belum memiliki tenaga pengelola manajemen - tidak semua jenis obat-obatan tersedia - belum bekerjasama dengan BPJS
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan kebutuhan obat sehari-hari - Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan - kerjasama dengan beberapa penyedia obat/industri farmasi - Kesempatan platform online untuk kegiatan usaha 	<p>(SO)</p> <p>Apotek Sugih waras dapat memperkuat branding terhadap kekuatan yang dimiliki, dalam hal ini kesadaran terhadap kesehatan yang semakin meningkat di masyarakat menjadi peluang bagi apotek dalam proses tersebut. Selain itu sumberdaya yang telah dimiliki dapat digunakan sebagai media marketing dalam meningkatkan omset melalui peluang pemanfaatan ecommerce pada platform tertentu. Oleh karena itu dalam kondisi ini strategi yang</p>	<p>(WO)</p> <p>Apotek Sugih Waras dapat melakukan pengembangan manajemen melalui modernisasi layanan. Memberikan peluang penggunaan teknologi dalam kegiatan manajemen merupakan salah satu strategi yang cukup menjanjikan. Khususnya dalam memperkenalkan kembali apotek Sugih Waras sebagai salah satu unit usaha penyedia obat-obatan kepada masyarakat sekitar. Selain itu melakukan evaluasi strategi dan capaian secara berkala dapat</p>

ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI AWAL PENERAPAN E-COMMERCE PADA KEGIATAN OPERASIONAL APOTEK SUGIH WARAS KABUPATEN MOJOKERTO

	sesuai adalah startegi yang agresif atau progresif	membantu melihat perkembangan apotek. Dalam penataan strategi stabilisasi, pemanfaatan teknologi dapat dimaksimalkan melalui media <i>e-commerce</i> .
Threats (T) - Banyak apotek menyediakan obat yang sama - rumitnya perpanjangan izin operasional apotek - harga obat yang fluktuatif - apotek pesaing menggunakan platform online	(ST) Apotek Sugih waras dapat menambah jenis obat yang saat ini banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Penambahan ini tentunya tidak boleh keluar dari core bisnis apotek. Seperti contoh menambah produk kesehatan yang berhubungan dengan obat-obatan herbal, produk kecantikan yang berkualitas, atau layanan lain yang juga disediakan oleh para pesaing namun dengan harga yang kompetitif. Salah satu caranya yakni dengan melakukan riset pasar atau melihat tren gaya hidup dari masyarakat untuk melihat potensi jenis obat atau layanan yang sedang meningkat/diinginkan oleh konsumen dan membuat diferensiasi atau diversifikasi atas produk.	(WT) Apotek perlu membuat strategi dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat secara masif dan memperkuat posisi di pasar. Selain itu dengan memanfaatkan ecommerce dan memperkuat manajemen maka dapat mengatasi ancaman yang kemungkinan akan dihadapi di masa depan. Dengan demikian bertahan menjadi pilihan yang lebih tepat untuk digunakan jika posisi lebih condong ke permasalahan tersebut.

Pada tabel 2 dan 3 diperlihatkan hasil perhitungan ISAF dan ESAF secara berturut-turut. Dalam melakukan perhitungan pada kedua tabel tersebut, peneliti memberikan tingkatan signifikansi 1 – 3. Dengan bobot merupakan perbandingan dari setiap nilai layer bobot dibagi total nilai signifikansi yang jika ditotal tidak boleh lebih dari 1,00. Sedangkan untuk penilaian pada kolom rating, peneliti membuat tingkatan mulai dari angka 1 – 5 dengan ketentuan 1 – 2,9 merupakan rating rendah dan 3 – 5 adalah rating tinggi. Kolom skor merupakan perkalian antara bobot dengan rating. Namun terdapat perbedaan ketentuan penilaian atas faktor strategis ancaman (*threats*) pada tabel 3 untuk kolom rating. Pada kolom ini semakin tinggi tingkat ancaman maka akan semakin rendah nilai ratingnya.

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa faktor strategis kekuatan (*strength*) memiliki skor sebesar 2,05 dan kelemahan (*weakness*) dengan skor 0,99, sehingga didapat nilai IFAS sebesar 1,06. Dari 7 kekuatan yang dimiliki oleh apotek Sugih Waras skor tertinggi terdapat pada layanan perawatan luka diabetes (0,49). Nilai tersebut menunjukkan bahwa layanan ini dapat memberikan nilai pasar yang diunggulkan dalam membentuk branding apotek. Selain itu skor tertinggi kedua adalah apoteker yang selalu standby di apotek

(0,39) dan nilai tertinggi ketiga yang terdapat pada SDM tenaga kesehatan yang berkualitas dan karyawan yang ramah dan komunikatif (0,29). Hal tersebut mengindikasikan bahwa apotek Sugih Waras telah memiliki keunggulan pada kualitas SDM. Sedangkan untuk harga dan metode pembayaran (0,23) memberikan bukti bahwa dalam penetapan harga apotek Sugih Waras telah memikirkan strategi bersaing yang cukup baik. Meskipun skor kekuatan terendah ada pada layanan lainnya (0,13) namun dalam implementasinya pelayanan ini juga merupakan salah satu kekuatan yang menjadikan apotek Sugih Waras dapat bersaing dalam bidang kesehatan ditengah persaingan model bisnis yang sama.

Faktor strategis kelemahan (*weakness*) menunjukkan bahwa kelemahan terbesar bagi apotek Sugih Waras terletak pada lokasi yang sulit terlihat oleh umum (0,29). Nilai ini menunjukkan bahwa kelemahan ini menjadi prioritas yang harus diatasi terlebih dahulu. Kelemahan kedua dan ketiga yakni tidak terdapat platform online (0,25) dan belum diterapkannya teknologi dalam pengelolaan manajemen di apotek (0,16) menjadi hal selanjutnya yang harus dipikirkan. Sedangkan kelemahan dengan skor terendah yakni belum terdapat SDM khusus untuk pengelolaan manajemen, jenis obat yang terbatas, dan belum adanya kerjasama dengan BPJS (0,10). Pada kelemahan ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi dan manajemen organisasi pada apotek Sugih Waras masih memiliki ruang untuk diperkuat. Dalam sesi wawancara dengan apoteker yang bertugas, diketahui bahwa saat ini apotek Sugih Waras sudah mulai mempersiapkan transformasi pengelolaan apotek melalui e-commerce berbayar. Namun hingga saat ini proses tersebut masih berada pada tahap pemilihan penyedia aplikasi dikarenakan terdapat banyak platform yang menyediakan aplikasi online terkait pengelolaan manajemen apotek.

Sedangkan pada tabel 3 faktor strategis peluang (*opportunities*) memiliki skor 1,59 dan ancaman (*threats*) sebesar 0,98, sehingga didapat nilai EFAS 0,61. Peluang dengan nilai tertinggi terdapat pada tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan yang mulai meningkat (0,45) dan kedua kesempatan dalam menggunakan platform online untuk kegiatan usaha (0,44). Sedangkan untuk kerjasama dengan penyedia obat/industri farmasi (0,40) dan penyediaan obat sehari-hari (0,30) menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh apotek Sugih Waras. Dari penilaian tersebut terdapat peluang tinggi yang dapat dimanfaatkan oleh apotek dalam meningkatkan aktivitas penjualan dengan

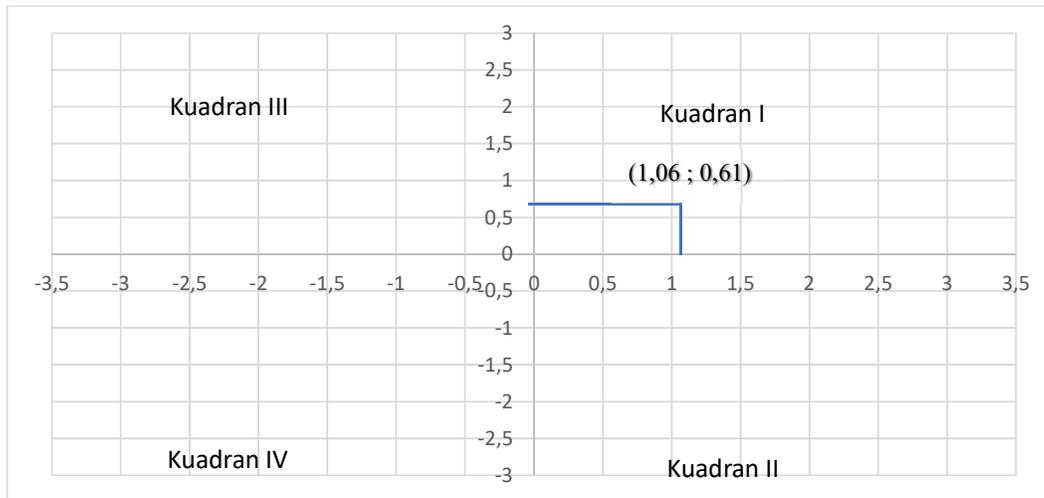
memanfaatkan platform online sebagai media promosi yang menyediakan berbagai macam informasi tentang kesehatan.

Tabel 2. Perhitungan IFAS Apotek Sugih Waras

	Faktor Strategis	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor
<i>Strength</i>	terdapat layanan rawat luka diabetes	3	0,10	5,00	0,49
	Memiliki SDM tenaga kesehatan kompeten	2,5	0,08	3,50	0,29
	Apoteker selalu standby	3	0,10	4,00	0,39
	harga bersaing	2	0,07	3,50	0,23
	karyawan ramah dan komunikatif	2,5	0,08	3,50	0,29
	tersedia jasa cek gula darah, kolesterol, dan asam urat dan praktik dokter spesialis	1	0,03	4,00	0,13
	pembayaran dapat cashless	2	0,07	3,50	0,23
	Subtotal	16	0,52		2,05
<i>Weakness</i>	tidak ada platform online	2	0,10	2,50	0,25
	belum menggunakan teknologi dalam manajemen	2	0,08	2,00	0,16
	lokasi sulit terlihat oleh umum	3	0,10	2,90	0,29
	belum memiliki tenaga pengelola manajemen	2	0,07	1,50	0,10
	tidak semua jenis obat-obatan tersedia	2	0,07	1,50	0,10
	belum bekerjasama dengan BPJS	2	0,07	1,50	0,10
	Subtotal	14,5	0,48		0,99
	Total	30,5	1,00		3,04
IFAS = kekuatan – kelemahan					
= 2,05 – 0,99					
= 1,06					

Tabel 3. Perhitungan EFAS Apotek Sugih Waras

	Faktor Strategis	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunities</i>	Menyediakan kebutuhan obat sehari-hari	2	0,10	3	0,30
	Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan	3	0,15	3	0,45
	kerjasama dengan beberapa penyedia obat/industri farmasi	2	0,10	4	0,40
	Kesempatan menggunakan platform online untuk kegiatan usaha	2,5	0,13	3,5	0,44
		Subtotal	9,5	0,48	
<i>Threats</i>	Banyak apotek menyediakan obat yang sama	3	0,15	1,5	0,23
	rumitnya perpanjangan izin operasional apotek	2,5	0,13	2	0,25
	harga obat yang fluktuatif	2	0,10	2	0,20
	apotek pesaing menggunakan platform online	3	0,15	2	0,30
	Subtotal	10,5	0,53		0,98
	Total	20	1,00		2,56
EFAS = peluang – ancaman					
= 1,59 – 0,98					
= 0,61					



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Apotek Sugih Waras

Faktor ancaman (*threats*) menunjukkan bahwa ancaman tertinggi yang dihadapi oleh apotek Sugih Waras yakni modernisasi yang telah dilakukan oleh apotek-apotek lainnya terlebih dahulu (0,30). Kemudian rumitnya perpanjangan izin operasional apotek (0,25) menjadi ancaman selanjutnya yang dihadapi oleh apotek Sugih Waras. Selanjutnya banyaknya apotek yang menyediakan jenis obat yang sama (0,23) dan harga obat yang fluktuatif (0,20) menjadi ancaman yang harus diatasi oleh apotek Sugih Waras. Dari keseluruhan ancaman yang diidentifikasi, potensi ancaman terbesar yakni penggunaan teknologi dan legalitas hukum yang kedepannya dapat mengganggu kegiatan operasional.

Dari seluruh identifikasi yang telah dilakukan melalui matriks SWOT dan analisis perhitungan IFAS dan EFAS pada Gambar 1, posisi apotek Sugih Waras terdapat pada kuadran I. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa terdapat beberapa ruang yang dapat ditutup dengan menggunakan teknologi e-commerce seperti marketing branding tentang layanan unggulan perawatan luka diabetes, apotek Sugih Waras dapat membentuk branding “Diabetic Center” dan memberikan edukasi terkait berbagai macam informasi kesehatan dan obat-obatan. Selain itu melalui pemanfaatan e-commerce dapat diimplementasikan melalui penggunaan aplikasi dalam kegiatan operasional seperti pembuatan laporan penjualan, informasi stock opname, dan pendataan pasien.

Dalam beberapa penelitian yang berhubungan dengan pengembangan apotek, penggunaan teknologi sebagai *support system* dapat memberikan kemudahan dalam melakukan manajemen operasionalnya (Adhi and Dewi 2021). Sehingga dalam

membangun sistem teknologinya dapat memberikan kemudahan dalam menerjemahkan ke dalam bahasa sistem operasi (Nasution and Baidawi 2016).

Dalam sebuah penelitian disebutkan bahwa penggunaan e-commerce dalam usaha apotek dapat memberikan manfaat bagi pelanggan maupun apotek itu sendiri. Kemudahan tersebut meliputi akses informasi, kredibilitas yang meningkat, kemudahan dalam menyusun laporan penjualan dan laporan operasional apotek (Trilenda 2023). Penelitian lainnya menyebutkan bahwa dalam pemanfaatan e-commerce sebagai bentuk modernisasi sistem pada apotek, pendapat dari konsumen sebagai user juga perlu diuji sebagai bentuk anitispasi pada fungsi yang tidak tepat dengan sasaran. Sehingga tidak boleh mengabaikan kemudahan dalam melakukan akses atas platform yang digunakan terlepas dari kemampuan literasi teknologi para pengguna (Arina Nur Syahputri and Dimas Aryo Anggoro 2020).

Penggunaan e-commerce bukan hal yang baru bagi unit usaha apotek saat ini. Banyak apotek yang kini telah menggunakan platform online untuk menjalankan usahanya baik dalam hal kegiatan penjualan obat maupun aktivitas operasional (Gaszella and Amin 2018). Rumitnya membangun sebuah website juga dijelaskan pada penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa dalam membuat sebuah aplikasi atau website, membuat perancangan atas navigasi dan database sangat penting (Wahyuni, Oktaviani, and Rahayu 2022). Artinya kerumitan tersebut akan menjadi salah satu tantangan yang dihadapi dalam proses transformasi. Khususnya jika berhubungan dengan update software dan pemutakhiran hardware (Fagasta, Wicaksono, and Arifin 2017).

Dalam penelitian lain disebutkan bahwa salah satu manfaat penting dari pemanfaatan teknologi melalui e-commerce pada pengelolaan apotek yakni dapat mengetahui titik Reorder Point (ROP) yang dapat secara otomatis diperhitungkan oleh aplikasi jika batas minimum ketersediaan obat sudah menipis. Sehingga tidak terjadi kekosongan pada obat dan tidak melakukan kesalahan pada pemesanan obat (Rohma Umaysaroh, Jaenudin, and Rachmawati 2023). Tidak hanya itu, manfaat lain dapat dirasakan oleh apotek jika dapat menerapkan teknologi khususnya e-commerce dalam kegiatannya seperti membidik pasar online (Minuchin 2003). Jumlah layanan pasca pandemi covid-19 memang menunjukkan tren yang menurun, namun tidak berarti pengembangan atas kualitas sebuah layanan harus diabaikan. Inovasi yang dilakukan

selama pandemi tidak terbatas pada pengembangan sistem, namun dapat dari segi pengembangan produk dan model bisnis modern, salah satunya yakni pelayanan online yang hingga saat ini masih terus berkembang (Maria et al. 2022).

Berbagai penelitian terkait modernisasi sistem kerja apotek sudah banyak dilakukan, namun penelitian tentang pemetaan ruang bagi sebuah sistem untuk dapat menutup kekurangan yang ada pada sistem kerja apotek tradisional masih belum dikaji secara lanjut. Sehingga hal tersebut perlu dibahas secara sistematis dari berbagai sudut pandang dengan melihat permasalahan pada berbagai macam kasus yang berbeda. Oleh karena itu sebelum diterapkannya teknologi kepada sebuah unit usaha baiknya dilakukan analisis untuk mengetahui dimana titik pengembangan yang paling tepat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis SWOT dengan penilaian IFAS dan EFAS menunjukkan hasil yang positif. Artinya modernisasi memiliki manfaat yang cukup signifikan dalam unit usaha apotek. Dalam data yang sudah dipaparkan, dapat diketahui bahwa apotek Sugih Waras memiliki potensi untuk membranding merk sebagai “diabetes center” melalui pelayanan perawatan luka diabetes. Selain itu adanya ruang kosong pada pengelolaan manajemen dan penggunaan media online sebagai media promosi dan informasi harus ditutup dengan penggunaan e-commerce yang sesuai dengan kondisi apotek saat ini. Sehingga dengan melakukan kombinasi penyelesaian masalah tersebut dapat mengatasi permasalahan pokok terkait akses lokasi yang masih sulit untuk dilihat dari jalan utama. Selanjutnya peneliti berharap dapat dilakukan banyak studi kasus oleh peneliti lain dalam memberikan analisis penilaian yang serupa. Sehingga dapat menambah jumlah sudut pandang yang sama terhadap penelitian ini

DAFTAR REFERENSI

- Adhi, Dika Prasetyo, and Wiwiek Nurkomala Dewi. 2021. “Perancangan Aplikasi E-Commerce Produk Obatobatan Pada Apotik Bagja Cirebon Berbasis Web.” *Jurnal Digit* 11(2):155. doi: 10.51920/jd.v11i2.201.
- Arina Nur Syahputri, and Dimas Aryo Anggoro. 2020. “Penerapan Sistem Informasi Penjualan Dengan Platform E-Commerce Pada Perusahaan Daerah Apotek Sari Husada Demak.” *SINTECH (Science and Information Technology) Journal* 3(1):58–69. doi: 10.31598/sintechjournal.v3i1.540.

- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikham, Rusdy A. Sirodj, and Muhammad Win Afgani. 2022. "Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3(01):1–9. doi: 10.47709/jpsk.v3i01.1951.
- Fagasta, Tirta Alvi, Widyo Wicaksono, and Rita Wahyuni Arifin. 2017. "Sistem Informasi Penjualan Dan Pembelian Obat Pada Apotek Nabila Care Bekasi." *Jurnal Mahasiswa Bina Insani* 2(1):1–12.
- Fathoni, Muhammad Muamar, Rizella Fitriani, Fidya Dwi Lestari, Vita Maulinda Asa Angembani, Amalia Tusholecha, Winda Fatmasari, Alyajilan Alyajilan, Shafa Azaria, Yuliana Yuliana, Nadya Amaliah, Safira Izza Maharani, and Elida Zairina. 2021. "Pelayanan Kefarmasian Di Beberapa Apotek Di Indonesia Pada Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Farmasi Komunitas* 8(2):45. doi: 10.20473/jfk.v8i2.24135.
- Gaszella, Wella Pudia, and Fatkhul Amin. 2018. "Sistem Penjualan Obat Online Apotek Manshurin Dengan Metode Beta Test Berbasis Web Mobile." *Prosiding SINTAK 2018* (2012):388–91.
- Haerawan, and Yulius Here Magang. 2019. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga Di PT Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat." *Ilmiah Manajemen Bisnis* 5(2):175–89.
- Hasibuan, Ahmad Tarmizi, Mila Rosdiana Sianipar, Astary Desty Ramdhani, Fika Widya Putri, and Nadya Zain Ritonga. 2022. "Konsep Dan Karakteristik Penelitian Kualitatif Serta Perbedaannya Dengan Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6(Penelitian Kualitatif):8690.
- Luthfiyah, L., R. Yanuarti, I. Ibanah, and ... 2023. "E-Commerce Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Daya Saing Produk UMKM MOSS 1 Di Kabupaten Jember." *Jurnal Pengabdian ...* 4(2):1162–68.
- Maria, Nisa, Larasati Arrum Kusumawardani, Nurma Yunita, and Dini Badriyanti Sutantoputri. 2022. "Pelaksanaan Pelayanan Farmasi Klinik Di Apotek Pada Masa Pandemi COVID-19: Suatu Literature Review." *Sainstech Farma* 15(1):1–8. doi: 10.37277/sfj.v15i1.1091.
- Minuchin. 2003. "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title." 4:147–73.
- Mudatsir. 2018. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna

- Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Mr.Yess Coffee Di Kota Benteng Selayar.” *Jurnal Ekonomi* 2(2):1–14.
- Nasution, A. (Angeline), and T. (Taufik) Baidawi. 2016. “Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Web Pada Apotek Perwira Jaya Bekasi.” *Informatics for Educators and Professionals* 1(1):70–83.
- Rahmidani, Rose. 2015. “Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan.” *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang* 5(1):345–52.
- Rohma Umaysaroh, Nur, Jejen Jaenudin, and Fitria Rachmawati. 2023. “Sistem Informasi Rekomendasi Pemesanan Obat Dengan Metode Reorder Point Di Apotek Tunggilis.” *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik* 2(3):251–67. doi: 10.54543/etnik.v2i3.170.
- Suryadharma, Mochamad, Ayu Ngurah Quintina Asthiti, Adi Nugroho Susanto Putro, Arief Yanto Rukmana, and Romi Mesra. 2023. “Strategi Kolaboratif Dalam Mendorong Inovasi Bisnis Di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif Pada Perusahaan Desain Grafis.” *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1(03):172–81. doi: 10.58812/smb.v1i03.221.
- Trilenda. 2023. “Penerapan E-Commerce Dengan Content Management Implementation of E-Commerce With a Content Management System At Apotek Nico Sehat.” 2(September):1240–49.
- Wahyuni, Indah, Oktaviani Oktaviani, and Eka Fitri Rahayu. 2022. “Rancang Bangun Website E-Commerce Penjualan Pada Toko Obat Apotek Sumber Sehat Menggunakan PHP Dan MySQL.” *ICIT Journal* 8(2):231–45. doi: 10.33050/icit.v8i2.2412.
- Yanti, Irdha, and Desi Idayanti. 2022. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju.” *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1(1):1–13.
- Yusuf, Dede, and Ajeng Diana Sukma. 2021. “Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean.” *Respati* 16(1):24. doi: 10.35842/jtir.v16i1.385.