

Analisis Strategi Peningkatan Mutu Pelayanan Kefarmasian Menggunakan Pendekatan SWOT di Apotek YK Yogyakarta

Fina Faradina Drakel¹, Eliza Dwinta¹, Imram Radne Rimba Putri², Ade Puspitasari¹, Elvy Effendi³

¹Program Studi Farmasi; Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan; Universitas Alma Ata

²Program Studi Administrasi Rumah Sakit; Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan; Universitas Alma Ata

³Apotek Shinta, Jl. Menteri Supeno No.78, Pandeyan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55161, Indonesia

Korespondensi:

Eliza Dwinta

Program Studi Farmasi; Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan; Universitas Alma Ata

Email: elizadwinta@almaata.ac.id

Abstrak

Apotek YK Yogyakarta merupakan fasilitas kesehatan khususnya swamedikasi bagi masyarakat setempat. Apotek YK Yogyakarta tentunya harus memiliki strategi pelayanan mutu kesehatan melalui proses analisis sehingga memungkinkan untuk dapat tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh Apotek YK Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi apotek dalam peningkatan mutu pelayanan kefarmasian di Apotek YK Yogyakarta. Data penelitian dikumpulkan menggunakan teknik wawancara dan pengisian kuisioner. Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui bagaimana strategi apotek dalam peningkatan mutu pelayanan kefarmasian di Apotek YK Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada apotek yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu apotek yang sudah 6 bulan berdiri. Jenis penelitian adalah kualitatif dan kuantitatif. Data pada penelitian ini bersifat kualitatif yang didapat dari hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan apotek, sedangkan untuk data kuantitatif dari pengisian kuisioner dengan keterbatasan oleh 10 responden konsumen Apotek YK Yogyakarta. Hasil analisis SWOT diperoleh total skor kekuatan 2,66; kelemahan 0,61, peluang 3,06, dan ancaman 0,48. Total skor IFAS yang diperoleh 3,27 dan skor EFAS 3,54. Hasil diagram SWOT diketahui bahwa Apotek YK berada di kuadran I dengan nilai sumbu x 2,05 dan sumbu y 2,57. Strategi yang dapat diterapkan apotek adalah strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (*growth oriented strategy*). Rencana strategi yang dapat dilakukan adalah menjadi mitra telemedicine, mempertahankan serta meningkatkan pelayanan apotek, dan menjalin kerjasama dengan pihak hotel sekitar apotek untuk layanan antar obat maupun alat kesehatan yang dibutuhkan pelanggan.

Kata Kunci: *Apotek; EFAS; IFAS; Pelayanan Kefarmasian; SWOT*

ANALYSIS OF STRATEGIES TO IMPROVE THE QUALITY OF PHARMACEUTICAL CARE AT YK YOGYAKARTA PHARMACY

Abstract

YK Yogyakarta Pharmacy is a health facility, especially self-medication for the local community. YK Yogyakarta Pharmacy must, of course, have a quality health service strategy through an analysis process so that it is possible to grow and develop in the future by taking advantage of strengths and opportunities and overcoming weaknesses and threats that YK Yogyakarta Pharmacy has. This research aims to analyse and determine pharmacy strategies for improving the quality of pharmaceutical services at YK Pharmacy Yogyakarta. Research data was collected using interview techniques and filling out questionnaires. Researchers used SWOT analysis to determine the pharmacy's strategy for improving the quality of pharmaceutical care at the YK Yogyakarta Pharmacy. The research was conducted at pharmacies that met the inclusion criteria, namely pharmacies that had been established for 6 months. Types of research are qualitative and quantitative. The data in this research is qualitative, obtained from interviews with pharmacy owners and employees, while the quantitative data was from filling out questionnaires with limitations by 10 consumer respondents at YK Yogyakarta Pharmacy. The SWOT analysis results obtained a total strength score of 2.66, weakness of 0.61, opportunity of 3.06, and threat of 0.48. The total IFAS score obtained was 3.27, and the EFAS score was 3.54. The results of the SWOT diagram show that YK Pharmacy is in quadrant I with an x-axis value of 2.05 and a y-axis of 2.57. The strategy that pharmacies can implement is growth-oriented. Strategic plans can be implemented to become a telemedicine partner, maintain and improve pharmacy services, and collaborate with hotels around pharmacies for delivery services for medicines and medical equipment needed by customers.

Keyword: EFAS; IFAS; Pharmaceutical Services; Pharmacy; SWOT

Received: 24 Desember 2024

Accepted: 06 Februari 2025

PENDAHULUAN

Salah satu upaya pengembangan bidang kesehatan adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian. Pelayanan kefarmasian menjadi bagian integral dari pelayanan medis. Saat ini, pelayanan kefarmasian telah beralih fokus dari obat (*drug oriented*) menjadi pasien (*patient oriented*). Pelayanan kefarmasian telah berkembang menjadi layanan komprehensif yang meningkatkan kualitas hidup pasien. Adanya pelayanan yang berfokus kepada pasien berlandaskan pelayanan kefarmasian, apoteker dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan perilakunya agar mampu berinteraksi langsung dengan pasien¹.

Fasilitas pelayanan kesehatan yang dapat menjadi tempat interaksi antara apoteker dengan pasien adalah apotek². Apotek menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 menjelaskan bahwa apotek adalah suatu lembaga yang bertujuan untuk menyelenggarakan pelayanan kefarmasian yang bertanggung jawab kepada pasien sehubungan dengan sediaan farmasi untuk mencapai pengobatan yang efektif dan meningkatkan mutu hidup pasien oleh apoteker. Apotek juga merupakan sarana pendistribusian obat-obatan, peralatan kesehatan, dan bahan medis habis pakai yang aman, bermutu, bermanfaat, dan terjangkau³.

Persaingan yang ketat antar apotek menjadi tantangan bagi manajemen apotek dalam mempertimbangkan aspek strategis agar apotek mampu beradaptasi dan mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan apotek kedepannya, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Dalam analisis strategi untuk menyusun strategi perlu dilakukan analisis, yaitu analisis lingkungan internal meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki, sedangkan dalam analisis lingkungan eksternal meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang ada.

Salah satu teknik analisis bisnis untuk perencanaan strategis dapat digunakan dalam proses tersebut yaitu analisis SWOT⁴. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT bertujuan untuk membandingkan antara faktor internal dan faktor eksternal apotek guna mendapatkan keputusan strategi yang akan dipakai apotek dengan berorientasi ke masa depan⁵.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan ditemukan beberapa masalah terkait mutu pelayanan kefarmasian. Salah satunya, tidak adanya praktik dokter di apotek YK Yogyakarta dapat mengurangi daya tarik apotek bagi segmen tertentu, terutama pasien yang membutuhkan layanan lengkap. Beberapa apotek kompetitor juga memberi pengaruh besar terhadap segmentasi pasar yang dituju apotek. Kendala selanjutnya adalah perkembangan teknologi dengan adanya *E-commerce* yang dapat menjadi resiko bagi apotek untuk tidak banyak mendapatkan pelanggan yang langsung datang ke apotek, tetapi jika dapat dimanfaatkan dengan baik dan banyak pesanan secara online tentunya juga akan menambah pengeluaran dari kebutuhan bahan dan alat untuk pengemasan. Kendala-kendala yang dimiliki apotek memungkinkan terjadinya upaya strategis yang dapat dilakukan terkait bagaimana peningkatan mutu pelayanan kefarmasian di apotek ke depannya. Menyadari pentingnya analisis yang baik mengenai kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman dalam mutu pelayanan kefarmasian di apotek, peneliti tertarik melakukan analisis SWOT mengenai mutu pelayanan kefarmasian di Apotek YK Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi apotek dalam peningkatan mutu pelayanan kefarmasian di Apotek YK Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan di Apotek YK Yogyakarta pada bulan November 2023. Sampel dalam penelitian berjumlah 12 orang, yang terdiri dari 10 konsumen yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu konsumen yang pernah berinteraksi langsung dengan pelayanan kefarmasian di Apotek YK Yogyakarta dan 2 orang dari internal Apotek YK untuk analisis SWOT dengan wawancara yang terdiri dari 1 orang APJ (Apoteker Penanggung Jawab) yang sekaligus merupakan pemilik apotek dan 1 orang karyawan Apotek YK yang berprofesi sebagai TTK (Tenaga Teknis Kefarmasian). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sampel yang sesuai kriteria inklusi, yaitu 10 orang responden yang memenuhi kriteria inklusi yaitu konsumen yang membeli obat di apotek YK Yogyakarta, dapat berkomunikasi dengan baik, dan dapat meluangkan waktu 10-15 menit, sedangkan untuk kriteria inklusi untuk data kualitatif atau wawancara adalah pemilik apotek dan karyawan Apotek YK Yogyakarta baik TTK maupun APJ yang sudah bekerja minimal selama 3 bulan. Kriteria eksklusi dalam penelitian adalah karyawan yang masih masih

kurang dari 3 bulan bekerja di Apotek YK Yogyakarta dan konsumen yang menolak menjadi responden serta tidak mau meluangkan waktu 10-15 menit.

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian bersifat kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dengan wawancara yang terdiri dari 1 orang APJ yang sekaligus merupakan pemilik apotek dan 1 orang karyawan Apotek YK yang berprofesi sebagai TTK. Sedangkan, data kuantitatif diperoleh dari pengisian angket atau lembar kuisioner yang diisi oleh 10 responden konsumen Apotek YK Yogyakarta. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel tidak dipilih secara acak (*non probability sampling*) dengan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Metode pengambilan sampel dengan *sampling* dipilih karena keterbatasan waktu. Kriteria sampel yang dipilih adalah 10 orang responden yang memenuhi kriteria inklusi yaitu konsumen yang membeli obat di apotek YK Yogyakarta, dapat berkomunikasi dengan baik, dan dapat meluangkan waktu 10-15 menit. Responden diambil 10 orang karena untuk memenuhi minimal responden untuk analisis SWOT.

Instrumen penelitian untuk analisis data kuantitatif berupa lembar kuisioner yang sudah dilakukan uji validasi dan nantinya diberikan skoring berdasarkan pernyataan-pernyataan yang diberikan dan selanjutnya dilakukan analisis menggunakan *Microsoft Excel*. Setiap jawaban masing-masing diberi nilai dengan mengikuti aturan penilaian dari sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1) untuk kriteria kekuatan dan peluang, sebaliknya untuk kelemahan dan ancaman maka penilaian setuju (1), setuju (2), tidak setuju (3), dan sangat tidak setuju (4). Hasil jumlah penilaian tiap pertanyaan analisis SWOT yang diperoleh nantinya dianalisis kembali untuk mendapatkan data berupa bobot, rangking, dan skor untuk masing-masing pernyataan. Skor yang diperoleh akan dilakukan analisis untuk menentukan jumlah skor IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) dengan cara kalkulasi dari jumlah skor pernyataan kekuatan dan kelemahan ($S + W$) untuk IFAS dan kalkulasi skor peluang dan ancaman ($O + T$) untuk penentuan EFAS. Hasil dari penentuan EFAS dan IFAS akan tersaji dalam bentuk matriks IFAS dan EFAS. Selanjutnya, dilakukan analisis untuk mengetahui letak kuadran Apotek YK dengan diagram SWOT. Diagram SWOT dibuat berdasarkan nilai sumbu x dan sumbu y, yang mana sumbu x merupakan hasil pengurangan skor kekuatan dengan kelemahan ($S - W$) dan sumbu y hasil pengurangan antara skor peluang dengan ancaman ($O - T$). Hasil dari diagram SWOT nantinya akan menjadi penentu strategi yang dapat dilakukan apotek untuk masa mendatang dan dapat disajikan dengan menggunakan matriks SWOT untuk memperoleh empat kelompok alternatif strategi dalam mengembangkan apotek. Kuadran matriks IFAS dan EFAS dapat digunakan untuk mengetahui posisi strategis apotek YK Yogyakarta saat ini sehingga kedepannya mengetahui peluang dan kekuatan yang harus dipertahankan sekaligus dikuatkan serta mengetahui ancaman ataupun kelemahan yang harus diatasi terlebih dahulu¹⁷. Pengambilan keputusan berdasarkan kuadran secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1.

Peretujuan Etik

Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik dari Komite Etik Penelitian Universitas Alma Ata, yang dibuktikan dengan penerbitan sertifikat kelayakan etik dengan nomor KE/AA/XII/10111338/EC/2023.



Gambar 1. Tipe kuadran Diagram SWOT berdasarkan IFAS dan EFAS¹⁹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Apotek YK Yogyakarta

Apotek YK baru didirikan baru setahun terakhir dan berlokasi di Jalan Mayjen Sutoyo No 67 A, Kecamatan Mantriweron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi Apotek YK sangat strategis karena berada di tengah pusat kota. Apotek YK Yogyakarta menyediakan berbagai produk obat, alat kesehatan, dan kebutuhan bayi. Apotek YK Yogyakarta memiliki satu apoteker penanggung jawab (APJ), satu apoteker pendamping (APING), dan dua TTK (Tenaga Teknis Kefarmasian) yang membantu dalam menjalankan apotek. Apotek YK Yogyakarta menargetkan pasar dari wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dan membutuhkan obat-obatan serta alat kesehatan.

Analisis SWOT Apotek YK Yogyakarta

Analisis SWOT secara sistematis mengkaji beberapa aspek yang menginformasikan strategi suatu perusahaan. Tujuan analisis SWOT adalah untuk membandingkan faktor internal dan eksternal suatu perusahaan guna mengambil keputusan strategis yang dapat digunakan oleh perusahaan berorientasi masa depan. Untuk membuat keputusan yang baik, perusahaan harus memaksimalkan kekuatan dan peluangnya serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya⁵. Analisis SWOT di Apotek YK Yogyakarta dilakukan dengan cara metode wawancara dan pengambilan angket.

Hasil pengambilan data dengan metode wawancara yang dilakukan dengan APJ yang sekaligus pemilik apotek dan karyawan apotek yang bertugas sebagai TTK (Tenaga Teknis Kefarmasian) diperoleh hasil bahwa Apotek YK Yogyakarta memiliki kekuatan yaitu, lokasi strategis, sumber daya manusia yang terverifikasi, dan harga obat yang mampu bersaing. Lokasi apotek yang strategis merupakan salah satu faktor yang sangat penting serta sangat menentukan keberhasilan suatu usaha apotek dan memudahkan dalam efisiensi transportasi, sifat bahan baku, sifat produknya, dan kemudahannya dalam

mencapai konsumen⁶. Kualitas SDM yang bekerja di apotek memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan medis terbaik kepada pasien serta memastikan pelayanan apotek berjalan dengan baik dan efektif⁷. Harga obat yang murah dapat menarik minat konsumen karena obat yang murah menjadi salah satu alasan pasien atau konsumen untuk kembali lagi ke apotek⁸. Kelemahan yang dimiliki Apotek YK belum adanya praktek dokter. Praktik dokter dapat menjadi salah satu pemasaran dan promosi untuk meningkatkan omzet apotek. Praktek dokter juga menguntungkan kedua belah pihak, yaitu dokter dapat mengambil keuntungan dari memberikan resep dan pelayanan pemeriksaan sedangkan apotek mendapat keuntungan dari komisi dan obat yang dijual¹⁰.

Tren masyarakat yang dimanfaatkan oleh Apotek YK Yogyakarta adalah mengadakan sistem pembayaran secara tunai dan non tunai serta melakukan penjualan secara *online*. Sistem pembayaran non tunai menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan mengingat saat ini semakin banyak konsumen yang lebih memilih *cashless* daripada membawa uang tunai. Sistem pembayaran dengan mekanisme non tunai saat ini lebih digemari oleh pelanggan, sehingga akan menambah pemasukan bagi apotek¹¹. Berwirausaha dengan melalui media *online* lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. Adanya *E-commerce* mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi serta dapat meningkatkan pendapatan¹².

Apotek YK juga memiliki beberapa ancaman, yaitu terdapat klinik di dekat apotek, belum bekerjasama dengan BPJS, dan harga obat yang cenderung fluktuatif. Kehadiran klinik di sekitar apotek dapat menjadi tantangan kompetitif, karena pasien yang membutuhkan layanan kesehatan cenderung lebih memilih klinik untuk mendapatkan pemeriksaan langsung oleh dokter daripada melakukan swamedikasi di apotek. Belum bekerjasama dengan BPJS dapat menjadi ancaman karena pendapatan apotek dari pasien yang memiliki BPJS tidak dapat menjadi target pasar. Harga obat yang cenderung fluktuatif dapat menurunkan loyalitas konsumen untuk kembali lagi ke apotek mengingat harga obat yang terjangkau dan stabil lebih disukai oleh konsumen. Harga obat yang murah dan juga stabil dapat membuat apotek mampu bersaing dengan layanan kesehatan yang disekitarnya⁹.

Implementasi Analisis SWOT Apotek YK Yogyakarta

Implementasi hasil analisis SWOT menggunakan IFAS dan EFAS. Implementasi IFAS dan EFAS diperoleh dari kuisioner yang diisi oleh 10 responden yang menjadi konsumen di Apotek YK. Hasil pengisian kuisioner akan ditentukan ranking dan bobotnya yang berasal dari setiap item pertanyaan yang diberi alternatif jawaban. Setiap jawaban masing-masing diberi nilai dengan mengikuti aturan penilaian dari sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1) untuk kriteria kekuatan dan peluang, sebaliknya untuk kelemahan dan ancaman maka penilaian setuju (1), setuju (2), tidak setuju (3), dan sangat tidak setuju (4).

Faktor internal terdiri dari *strengths* dan *weaknesses* (S dan W), dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pengambilan keputusan (*decision making*) perusahaan. Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui faktor internal perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting kepada perusahaan atau objek penelitian¹³. Hasil analisis IFAS penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS)

Faktor Internal	Total Responden	Jumlah	Bobot	Rangking	Skor
<i>Strengths</i>					
Harga obat dan alat kesehatan lebih murah	10	33	0,26	3	0,77
Pelayanan dan fasilitas yang diberikan cukup baik		35	0,27	4	1,09
Lokasi yang strategis		34	0,27	3	0,80
<i>Total score strengths</i>					2,66
<i>Weakness</i>					
Akademis yang kurang dari karyawan	10	26	0,20	3	0,61
<i>Total score weakness</i>					0,61
Total		128	1,00		3,27

Berdasarkan hasil Tabel 1 dapat diketahui bahwa total skor kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal adalah 3,27 yang mana nilai ini menunjukkan dalam usahanya strategi Apotek YK berada di atas rerata dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan. Nilai rerata faktor internal yang baik adalah diatas 2,5¹³. Nilai skor kekuatan juga lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan (2,66 > 0,61) yang menandakan usaha yang dijalankan oleh Apotek YK memiliki kekuatan yang tinggi sehingga dapat mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) adalah matriks yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor eksternal perusahaan terkait peluang dan ancaman perusahaan atau penelitian. objek. Hal ini penting karena faktor eksternal mempengaruhi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Faktor eksternal perusahaan berkaitan dengan peluang dan ancaman¹⁴. Adapun hasil analisis EFAS dari hasil pengisian angket yang telah dilakukan responden dapat dilihat pada Tabel 2.

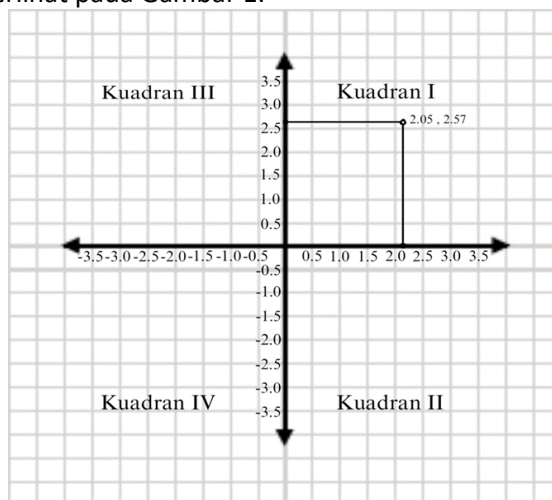
Berdasarkan hasil Tabel 2 dapat diketahui bahwa total skor peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal adalah 3,54 yang mana nilai ini menunjukkan dalam usahanya strategi Apotek YK berada di atas rerata dalam hal kekuatan eksternal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,5¹³. Pada hasil perhitungan skor peluang didapati lebih rendah dibandingkan total skor ancaman (3,06 > 0,48) yang menandakan Apotek YK Yogyakarta sudah memanfaatkan peluang yang dimiliki secara optimal untuk mengatasi ancaman.

Tabel 2. Matriks *External Factors Analysis Summary* (IFAS)

Faktor Eksternal	Total Responden	Jumlah	Bobot	Rangking	Skor
Opportunities					
Izin perundang-undangan apotek jelas	10	36	0,36	4	1,48
Pembayaran bisa dilakukan secara tunai maupun non tunai		39	0,39	4	1,58
Total score Opportunities					3,06
Threats					
Belum bekerjasama dengan pihak asuransi atau BPJS	10	24	0,24	2	0,48
Total score Threats					0,48
Total					3,54

Diagram SWOT Apotek YK Yogyakarta

Keluaran (*output*) dari IFAS dan EFAS akan digunakan untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan Apotek YK Yogyakarta dalam melihat peluang dan ancaman perusahaan yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan untuk melihat posisi kemampuan perusahaan dalam persaingan. Hasil output berupa diagram SWOT yang diperoleh dari analisis dengan menggunakan data IFAS dan IFAS. Diagram SWOT terdiri dari sumbu x yang diwakili oleh kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal serta sumbu y diwakili oleh peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal. Sumbu x diperoleh dari pengurangan total skor kekuatan – total skor kelemahan dengan hasil 2,05, sedangkan sumbu y diperoleh dari pengurangan total skor peluang – total skor ancaman dengan hasil 2,57. Berdasarkan hasil perhitungan total skor pada masing-masing faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui bahwa Apotek YK berada posisinya pada kuadran I seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 2. Diagram SWOT berdasarkan IFAS dan EFAS Apotek YK

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa hasil analisis dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal apotek dapat diketahui bahwa usaha apotek berada di kuadran I, yaitu apotek berada posisi yang menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang tinggi sehingga apotek dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk meminimalkan ancaman serta kelemahan dari perusahaan. Strategi yang harus diterapkan pada kuadran I adalah *growth oriented strategy* dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif¹⁵.

Strategi yang dapat dilakukan apotek dengan *growth oriented strategy* adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang secara optimal untuk terus maju baik untuk meningkatkan pemasukan maupun pelayanan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Prabowo (2024) menyatakan bahwa dengan penerapan *growth oriented strategy* dapat meningkatkan omzet penjualan¹⁸. Strategi dengan memaksimalkan pelayanan kefarmasian dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pasien¹⁶. Strategi lainnya yang dapat dimanfaatkan Apotek YK dengan kondisi lokasi yang strategis khususnya daerah dengan banyak hotel adalah dengan menyediakan perbekalan obat dan alat kesehatan untuk wisatawan, seperti obat mabuk perjalanan, masuk angin, minyak kayu putih, krim atau salep pereda nyeri, obat oral golongan analgetik antipiretik, dan alat kontrasepsi.

Langkah-langkah strategi S-O yang dapat dilakukan, yaitu dengan mempertahankan sekaligus meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang ada di apotek YK Yogyakarta saat ini, memberikan harga obat yang murah tetapi tetap menguntungkan bagi apotek, memanfaatkan layanan pembayaran secara non tunai atau *cashless*, menjalin kerjasama dengan hotel sekitar apotek dengan menawarkan layanan jasa antar kepada penginap yang membutuhkan pelayanan kefarmasian, memanfaatkan *E-commerce* dan *telemedicine* seperti halodoc, klikdokter, ataupun Alodokter. Beberapa kendala yang mungkin dihadapi adalah susahnya mempertahankan harga obat untuk selalu murah karena harga obat di apotek juga dipengaruhi oleh harga obat awal dari PBF yang biasanya akan mengalami kenaikan jika barang pokok maupun PPN mengalami kenaikan, perizinan mengajak kerjasama dengan pihak hotel yang mungkin tidak langsung diterima, pendaftaran menjadi mitra untuk tergabung dengan *telemedicine* yang perlu mempersiapkan banyak persyaratan serta waktu, dan adanya kemungkinan biaya admin ataupun pajak yang harus ditanggung Apotek YK Yogyakarta jika menggunakan layanan *cashless* seperti QRIS pada waktu mendatang.

Matriks SWOT

Matriks SWOT berguna untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan Apotek YK dengan memanfaatkan faktor internal seperti kekuatan dan peluang secara optimal untuk menghadapi kelemahan secara internal dan ancaman dari faktor eksternal. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks SWOT sebagai rumusan alternatif strategi Apotek YK Yogyakarta

	INTERNAL		EKSTERNAL	
	Strength		Weakness	
	1.	Pelayanan dan fasilitas yang di berikan cukup baik	1.	Akademis yang cukup dari karyawan.
	2.	Lokasi yang strategis	2.	Belum ada praktik dokter
	3.	Harga obat dan alat kesehatan lebih murah		
Opportunities				
1. Izin perundang-undangan apotek jelas	Strategi SO		Strategi WO	
2. Pembayaran bisa dilakukan secara tunai dan non tunai	1.	Peningkatan penjualan di marketplace dengan mempertahankan harga produk yang murah/margin tidak lebih dari 25% untuk obat-obat generic dan OWA (Obat Wajib Apotek) serta terjangkau oleh masyarakat	1.	Mengadakan praktik dokter untuk meningkatkan pelayanan dan juga <i>income</i> dengan menyediakan kebutuhan resep obat dari dokter mengingat perizinan saat ini sudah terintegrasi <i>by sisyem</i> dan <i>online</i> .
	2.	Peningkatan pelayanan dan fasilitas mengingat kesadaran masyarakat yang tinggi	2.	Pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan kualitas karyawan dan evaluasi rutin minimal satu bulan sekali.
	3.	Memberi tanda atau poster pemberitahuan bahwa transaksi di apotek bisa secara non tunai mengingat semakin banyak orang yang <i>cashless</i>		
Threats				
1. Belum bekerjasama dengan pihak asuransi atau BPJS	Strategi ST		Strategi WT	
2. Klinik di dekat apotek	1.	Terjangkaunya harga produk menjadi poin utama dalam mengurangi ancaman berupa persaingan industri.	1.	Meminimalkan persaingan dengan menjalin kerjasama dengan klinik dan pihak asuransi/BPJS guna meningkatkan pemasukan dan pelayanan di apotek
	2.	Menjalin kerjasama dengan pihak BPJS mengingat harga obat murah, fasilitas pelayanan baik, dan lokasi yang strategis.	2.	Memanfaatkan kemudahan digitalisasi untuk evaluasi karyawan bulanan sehingga dapat terkontrol kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data Apotek YK berada pada kuadran I dari hasil perhitungan data yang diperoleh dari data IFAS (2,05) dan EFAS (2,57) yang mana IFAS diperoleh dari pengurangan antara skor kekuatan (2,66) dan kelemahan (0,61) sedangkan EFAS hasil pengurangan skor peluang (3,06) dan skor ancaman (0,48). Langkah strategi yang dapat dimanfaatkan Apotek YK adalah *growth oriented strategy* kedepannya bisa dengan memanfaatkan secara optimal penjualan obat khususnya obat dan alat kesehatan yang dibutuhkan untuk wisatawan dan juga dengan meningkatkan penjualan dengan menggunakan platform digital (*online*).

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel pertanyaan pada kuisioner untuk data kuantitatif SWOT yang diberikan kepada konsumen sehingga mendapatkan informasi lebih luas dan mendalam terhadap kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek YK Yogyakarta dan juga menambah jumlah responden untuk meningkatkan keakuratan hasil analisis, terutama dalam pendekatan kuantitatif yang membutuhkan data lebih bervariasi. Selain itu, saran yang dapat peneliti berikan untuk Apotek YK Yogyakarta adalah pemanfaatan *customer relationship management* (CRM) atau sistem manajemen hubungan pelanggan untuk mendukung penerapan strategi digitalisasi dan peningkatan kepuasan pelanggan dan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk mendukung implementasi strategi-strategi baru yang lebih digital dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

1. Akhmad AD, Dirga, K SM, Adliani N, Sukrasno. Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kecamatan Sukrame. *J Farm Malahayati* [Internet]. 2019;2: 86–98. <https://doi.org/10.33024/jfm.v2i1.1547>.
2. Amalia T. Evaluasi Standar Pelayanan Kefarmasian Apotek Di Apotek X Berdasarkan Permenkes Nomor 73 Tahun 2016. *J Inkofar*. 2019;1(1):49–58. <https://doi.org/10.46846/jurnalinkofar.v1i1.77>.
3. Wirastuti A, A. Noe Y, Rahmawati R. Pengaruh Kualitas Kefarmasian Terhadap Pelayanan Di Apotek Rsia Ananda Trifa Kota Parepare. *J Insa Farm Indones*. 2021;4(1):7–14. <https://doi.org/10.36387/jifi.v4i1.668>.
4. Pratama KJ, Widodo GP, Rahmawati I. Strategi Pengembangan Instalasi Farmasi Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kediri Kharisma Jayak Pratama. *J Penelit Kesehat Suara Forikes*. 2022;13(3):655–62. <http://dx.doi.org/10.33846/sf13316>.
5. Yusuf D, Sukma AD. Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. *Respati*. 2021;16(1):24. <https://doi.org/10.35842/jtir.v16i1.385>.
6. Afifah TN, Putri S, Erinaputri N, Maghfiroh SA, Yusuf HA, Adristi K, dan Iswanto, A.H. Analisis Pengaruh Pemilihan Lokasi Apotek Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Indonesia. *J Ilmu Kesehat dan Gizi (JIG)* [Internet]. 2023;1(3):65–77. <https://doi.org/10.55606/jikg.v1i3.1384>.
7. Lestari AP, Putri IRR, Sarwadhamana, R.J. Beban Kerja Di Unit Administrasi Rumah Sakit Hasanuddin Damrah Manna. *Indones J Hosp Adm* [Internet]. 2022;5(2):77–84. [http://dx.doi.org/10.21927/ijhaa.2022.5\(2\).77-84](http://dx.doi.org/10.21927/ijhaa.2022.5(2).77-84).
8. Mustika R, Anggraeni AS. Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kelengkapan Obat Terhadap Keputusan Pembeli Apotek. *J Sintak* [Internet]. 2023;1(2):35–43.

- <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jurnalsintak/article/view/82/67>.
9. Rachmawati A, Susanti ED. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Apotek 325 Surabaya. *JISIP (Jurnal Ilmu Sos dan Pendidikan)*. 2022;6(1):1895–905. <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2707>.
 10. Rantung, RE, Roy S. Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Pada Fungsi Sumber Daya Manusia di CV. Gracia Initio, Sidoarjo. *AGORA*. 2013;1(3): 1-8. <https://media.neliti.com/media/publications/36209-ID-pengelolaan-dan-pengembangan-bisnis-pada-fungsi-sumber-daya-manusia-di-cv-gracia.pdf>.
 11. Reza LA, Sulindawati NLGE. Pengaruh Potongan Harga, Pembayaran Non Tunai, dan Peningkatan Harga Jual pada Startup On Demand Terhadap Perolehan Laba Merchant. *J Akunt Profesi*. 2020;11(1):126–36. <https://doi.org/10.23887/jap.v11i1.26088>.
 12. Setyorini D, Nurhayaty E, Rosmita R. Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *J Mitra Manaj*. 2019;3(5):501–9. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>.
 13. Afifah N, Formen A. Penggunaan Matrik IFAS dan EFAS untuk Analisis SWOT Sarana dan Prasarana di Satuan PAUD. *J Ilmu Sos dan Hum [Internet]*. 2023;1(2):47–60.
 14. Erlingtias E. Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry [Skripsi]. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang; 2020.
 15. Yohansyah Klara R.A, Mananeke Lisbeth, N.Tawas Hendra. Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisa SWOT pada Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) CP. Manado Utara. *N Tawas 885 J EMBA*. 2020;8(4):885–94. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31167>.
 16. Rizki AN, Mutmainah Y, Kasumawati F. Gambaran Medication Error Tahap Peresepan (Prescribing) di Apotek dan Klinik Keluarga Sehat Muncul Periode Januari – Desember Tahun 2020. *INPHARNMED J (Indonesian Pharm Nat Med Journal)*. 2022;5(2):36. <http://dx.doi.org/10.21927/inpharnmed.v5i2.1920>.
 17. Rusydiana AS, Firmansyah I. Strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia: pendekatan matriks IFAS EFAS. *Jurnal Ekonomi Islam*. 2018 Nov;9(1):46-74. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/1287/567>.
 18. Sari DR, Prabowo B. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada Cafe Jolly Coffee Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 2024;6(2):1981-92. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3989>.
 19. Kamaluddin I. Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada Pt. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. 2020 Apr 26;1(4):342-54. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i4.183>.