
PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS PADA USAHA APOTEK

Frandita Rahma Juliana
program studi pendidikan ekonomi Universitas muhammadiyah Prof.Dr.HAMKA
Email : frandita.dita10@gmail.com

Abstrak

Dengan perkembangan teknologi saat ini, dapat menjadi lebih memudahkan dan efisien bagi setiap individu untuk mendapatkan informasi dengan sangat mudah dan efektif. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat lebih mudah menggunakan internet dengan menggabungkan internet dengan penjualan. Tujuan ini bertujuan untuk mengetahui menjaga konsistensi pada kualitas apotek terhadap media sosial dan melalui apa saja media pemasaran strategi bisnis. penelitian kualitatif dengan metode wawancara dan observasi penelitian alami. Apotek pw meds merupakan sebuah usaha yang bergerak di dalam penjualan obat-obatan dan alat kesehatan yang berlokasi di Jl. Pd. Kelapa Raya Kota Jakarta Timur. Apotek pw meds ialah perusahaan yang berorientasi pada bidang perdagangan eceran dan aktivitas profesional. PT. Sri Widiya Utama mengembangkan bisnis farmasi dengan membuka apotek yang bernama apotek pw meds. Saat ini PT.Sri Widya Utama didukung oleh beberapa tenaga ahli yang berpengalaman dibidangnya. Dengan tenaga ahli yang berpengalaman senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik sehingga mampu berkompetisi.

Kata kunci : Strategi bisnis, Pengembangan bisnis

BUSINESS STRATEGY DEVELOPMENT IN PHARMACY BUSINESS

Abstract

With current technological developments, it can be easier and more efficient for each individual to obtain information very easily and effectively. Along with the times, people find it easier to use the internet by combining the internet with sales. This goal aims to find out how to maintain consistency in the quality of pharmacies on social media and through any media marketing business strategy. Qualitative research using interviews and natural research observations. Pw meds pharmacy is a business engaged in the sale of medicines and medical devices located on Jl. Pd. Kelapa Raya City of East Jakarta. Pw meds pharmacy is a company oriented in the field of retail trade and professional activities. PT. Sri Widiya Utama developed the pharmaceutical

business by opening a pharmacy called pw meds pharmacy. Currently PT. Sri Widya Utama is supported by several experienced experts in their field. With experienced experts, they always provide the best service so they can compete.

Keywords: *Business strategy, Business development*

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini dengan adanya perkembangan dunia bisnis yang menuntut perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam melayani para konsumennya, semakin berkembangnya dunia bisnis saat ini semakin banyak persaingan antara perusahaan untuk bisa bertahan dan berkembang. Menarik pembeli terutama dalam strategi bisnis merupakan serangkaian keputusan yang diambil oleh pelaku usaha bisnis untuk mencapai tujuan bisnisnya. Oleh karena itu, penulis melakukan observasi pengembangan strategi bisnis pada usaha apotek di "PW Meeds" yang berlokasi Jl. Pd Kelapa Raya, No 4B Jakarta Timur yang tepat akan pada akhirnya dapat menentukan keberhasilan dalam mengembangkan bisnisnya.

Pengembangan bisnis apotek adalah suatu bisnis yang tidak pernah mati, bisnis ini akan terus tumbuh walaupun dalam situasi sulit seperti era sekarang. Hal ini dikarenakan komoditas utama dalam bisnis ini adalah obat. Obat ini menjadi senjata utama dalam upaya diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan bagi manusia, bisnis apotek memiliki dua nilai utama yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain yaitu fungsi pelayanan kefarmasian kepada masyarakat dan juga

nilai bisnis. Dalam menemukan keseimbangan antara nilai pelayanan dan bisnis ini diperlukan suatu keterampilan dan strategi jitu. Secara umum sebagai seorang pemilik bisnis apotek kita harus menerapkan pelayanan prima kepada pasien, menerapkan strategi marketing, dan menerapkan kemampuan sebagai pemimpin bisnis.

Tingkatan pada kualitas pengembangan pelayanan dengan menunjukkan simpati kepada konsumen, dengarkan keluhan, serta tanyakan keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Bagi konsumen yang telah membawa contoh obat ke apotek pastikan tujuan, cara penggunaan, dan tujuan pengobatan sesuai dengan keluhan, bahkan kita dapat pula menawarkan pengobatan lain yang lebih baik. Sebagai pemilik bisnis kita tidak boleh lupa konsumen yang kecewa apalagi tidak akan kembali lagi ke apotek kita dan dapat mengumbarkan kekecewaan tersebut kepada orang disekitarnya sebagai bentuk belajar ketidakpuasan konsumen dalam metode pengembangan, Pengembangan bisnis pada usaha apotek dapat lebih dari bisnis pengadaan obat sesuai resep. Apotek juga dapat berperan dalam mengadakan program tambahan yang bernilai bagi konsumen, contohnya adalah program (Tes Hb, kolesterol, asam urat, kadar gula dll), home care, penjualan alat kesehatan sederhana, dan lain-lain.

Pengembangan usaha apotek adalah sarana pelayanan kesehatan untuk membantu meningkatkan kesehatan bagi masyarakat, apotek juga sebagai tempat praktik tenaga profesi apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasian (Hartini dan Sulasmo, 2007).

Strategi bisnis dalam pengembangan peningkatan penjualan pada apotek awalnya merupakan suatu usaha untuk bersaing meningkatkan pelayanan dan kualitas. Sekarang sudah berkembang maju merambah ke dunia digital apalagi banyak peningkatan penjualan di seluruh bidang industri baik itu swasta maupun milik negara sangat tinggi, hanya saja kesulitan pengembangan strategi bisnis ini membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan pembelajaran tentang menjaga konsistensi pada kualitas apotek terhadap media sosial dan melalui apa saja media pemasaran strategi bisnis.

Pengembangan strategi bisnis merupakan bagian dari strategi bisnis, dan tidak dapat dipisahkan dari model bisnis. Dalam rangka mengembangkan bisnis secara berkelanjutan, suatu perusahaan harus terus-menerus melakukan penilaian atas strategi bisnis yang dijalankannya. Analisis strategi bisnis merupakan langkah penting dalam merancang model bisnis yang dapat bertahan lama, sehingga berdampak pada hidup perusahaan yang berlangsung lama pula (Teece, 2010).

Menurut Joewono (2012) yang mendefinisikan bahwa strategi bisnis yaitu strategi untuk mencapai suatu tujuan yang dianalogkan seperti strategi "catur" yang mana terdapat strategi sistematisa berfikir, menyusun

rencana, kesiapan dalam melangkah, keberanian dalam mengambil resiko dan gairah untuk dapat memenangkan suatu pertandingan.

Menurut William Heance (2010) mendefinisikan strategi bisnis sebagai konsentrasi dari sumber-sumber pada peluang untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif.

Menurut Hamel Prahalad (2013) pengertian strategi bisnis merupakan suatu tindakan yang bersifat incere mental (senantiasa meningkat) terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Pengembangan strategi bisnis pada usaha apotek Dengan meningkatnya omset penjualan bisnis apotek akan memberikan berbagai keuntungan, baik dari sisi pendapatan, nilai toko online, dan mampu mengembangkan bisnis apotek menjadi lebih luas serta menjaga konsistensi pada kualitas, media sosial adalah cara yang paling tepat untuk memasarkan produk dan cara yang paling mudah dilakukan. Apalagi media sosial selalu dikunjungi oleh pengguna sehingga memasarkan produk di media sosial akan lebih maksimal luas jangkauan dalam memasarkan produk dibanding hanya berjualan dari toko. memperhatikan ketersediaan obat selama bisnis apotek dijalankan. Dengan menjaga ketersediaan stok akan membantu meningkatkan omset penjualan secara tidak langsung. Sebab ketersediaan stok obat mempengaruhi jumlah pesanan yang dijual ke konsumen. perlu diperhatikan dalam berbisnis apotek atau lainnya, tetap

diutamakan pelayanan yang ramah dalam menangani setiap pesanan penjualan. Dengan mengutamakan pelayanan akan membantu meningkatkan omset penjualan karena pelayanan menjadi nilai tambah untuk konsumen tetap membeli dan selalu

Metode penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2013, hlm. 3) menyatakan bahwa: Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Dengan menggunakan metode kualitatif observasi alami, yaitu mengunpulkan dan menyajikan data dalam bentuk uraian.

Bila dilihat jenis data dan analisisnya, penelitian dibagi atas dua macam **1. Penelitian kuantitatif** dan **2. Penelitian kualitatif**. Penelitian kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses menyimpulkan terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang di amati dengan menggunakan logika, setelah menggambarkan sepiintas mengenai ciri ciri umum kualitatif risalah ini akan mencoba membicarakan perihal paradigma penelitian tentang: **"Pengembangan Strategi Bisnis Pada Usaha Apotek" yang di pergunakan oleh penelitian kualitatif.**"

Metode penelitian kualitatif

Bogdan dan Taylor (1982) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang di amati

berlangganan untuk membeli kebutuhan obat. Dengan menggunakan sekaligus seluruh cara yang ada seperti memanfaatkan media sosial, memantau ketersediaan obat, pelayanan akan lebih meningkatkan secara maksimal.

pendekatannya yang diharapkan pada latar dan individu.

Kirk dan Miller menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya dan berhubungan dengan orang-orang dengan bahasa dan peristilahannya

Secara umum ciri-ciri penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif diantaranya adalah:

- 1. Tatanan alami merupakan sumber data yang bersifat langsung** penelitian kualitatif melakukan latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan (entity). Oleh karenanya, memahami fenomena secara langsung dan mendalam menjadi kunci pokok pendekatan kualitatif ini.
- 2. Manusia sebagai alat instrumen** dalam penelitian kualitatif, penelitian merupakan alat pengumpul data yang utama melalui "pengamatan berperan serta", penelitian menjadi bagian dari fokus masalah yang di teliti.
- 3. Bersifat deskriptif** penelitian kualitatif bersifat "makan data" atau fenomena yang ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-bukti. Pemaknaan terhadap fenomena itu banyak tergantung

- pada kemampuan dan ketajaman peneliti dalam menganalisisnya.
4. Penelitian kualitatif mementingkan proses bukan hasil atau produk.

5. **Keperdulian utama penelitian kualitatif adalah " makna".** Keikutsertaan peneliti dalam suatu proses atau interaksi dalam susunan penulisan (yang menjadi objek penelitiannya) merupakan salah satu kunci keberhasilan. Peneliti tidak menangkap makna sesuatu dari sudut pandang sendiri sebagai orang luar tetapi dari pandangan sebagai subjek yang ikut serta dalam proses dan interaksi.

Penelitian dilakukan di Apotek pw meds kota jakarta timur dengan alamat jl Pd.Kelapa Raya no 4b kota jakarta timur. Bentuk penelitian berupa penelitian kualitatif yang cenderung deskriptif dan menggunakan pendekatan induktif.

Teknik pengumpulan data adalah dengan studi literatur yang berkaitan dengan pengembangan strategi bisnis, observasi lapangan yang difokuskan pada pengembangan strategi bisnis pada usaha apotek dan data kualitatif berupa data observasi yang dilaksanakan pada pukul 18.00 WIB.

Hasil Penelitian

1. Menjaga konsistensi pada kualitas apotek terhadap media sosial

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan telah ditemukan bahwa Apotek pw meds ini telah menjaga konsistensi pada kualitas apotek terhadap media sosial. Sebagai berikut:

- a. Membuat kalender media sosial kemudian merencanakan konten dan memposting langsung serta memonitor notifikasi yang masuk.
- b. Memberikan variasi pada konten yang akan di posting dan memilih topik yang sedang trending di perbincangkan.

2. **Strategi bisnis pemasaran** peneliti menemukan metode yang digunakan dalam keikutsertaan observasi alami di apotek pw meds, sebagai berikut :

a. Iklan Berbayar

Cara ini memudahkan bagi perusahaan untuk menunjukkan namanya ke masyarakat dengan skala luas.

b. Pemasaran Media Sosial

Strategi ini berfokus pada penggunaan situs atau aplikasi *social networking* seperti (instagram, shopee, blibli, jd.id, toko pedia dan sejenisnya).

c. Pemasaran Interaksional

Dengan menggunakan strategi ini mampu menarik konsumen melalui voucher, diskon, promosi dan acara-acara besar. Akhirnya konsumen tertarik untuk membeli dan mencoba produk yang ditawarkan.

Pembahasan

Setelah peneliti melakukan observasi alami selama satu bulan maka telah menemukan data dan fakta yang sama secara teoritis dengan apa yang terjadi di lapangan diantaranya mengenai :

1. Produk

Didalam teori produk merupakan suatu unsur yang didalamnya terdapat perencanaan dan pengembangan produk itu sendiri dengan cara menambah dan mengambil tindakan yang lain seperti mengeluarkan dan menjual produk berbagai macam anekanya. apabila telah melakukan itu maka suatu usaha akan dilirik dan menarik perhatian konsumen atau pun pelanggan.

Fakta dilapangan menjelaskan di dalam teori apotek pw meds menjual dan menyediakan produk obat-obatan, vitamin, dan alat kesehatan. Selama ini penjualannya cukup bagus, seperti hasil wawancara penulis terhadap Bapak Imam Basuki pemilik apotek pw meds "Selama ini penjualan kita bagus produk yang kita sediakan di apotek merupakan obat-obatan penyakit umum yang di derita masyarakat baik itu generic maupun paten".

2. Promotion

Promosi merupakan hal yang digunakan untuk memberitahu produk baru pada usaha baik melalui iklan berbayar, pemasaran media sosial, pemasaran interaksional. Promosi yang dilakukan apotek pw meds yang paling efektif adalah promosi pemasaran media sosial yang sangat menyangkut dengan kualitas pelayanan yang diberikan apotek pw meds kepada para konsumennya.

3. Harga

Price atau harga merupakan suatu usaha dalam menetapkan harga dan memperhitungkan pendapatan, pengeluaran dan lain- lainnya. Apotek pw meds jakarta timur melakukan penjualan setiap produk dengan

melakukan beberapa hitungan hitungan dan memperhatikan ongkos kirim barang dari produsen ke apotek serta harga beli barang yang dibeli dari apotek untuk konsumen. Dan apotek pw meds juga memperhatikan agar apa yang dijual dapat terjangkau oleh semua masyarakat dengan tidak mengambil keuntungan yang berlebih.

Kesimpulan

Pada era globalisasi saat ini dengan adanya perkembangan dunia bisnis yang menuntut perusahaan perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam melayani para konsumennya, semakin berkembangnya dunia bisnis saat ini semakin banyak persaingan antara perusahaan untuk bisa bertahan dan berkembang. Menarik pembeli terutama dalam strategi bisnis merupakan serangkaian keputusan yang diambil oleh pelaku usaha bisnis untuk mencapai tujuan bisnisnya.

Pengembangan bisnis apotek adalah suatu bisnis yang tidak pernah mati, bisnis ini akan terus tumbuh walaupun dalam situasi sulit seperti era sekarang. Tingkatan pada kualitas pengembangan pelayanan dengan menunjukkan simpati kepada konsumen, dengarkan keluhan, serta tanyakan keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Strategi bisnis dalam pengembangan peningkatan penjualan pada apotek awal nya merupakan suatu usaha untuk bersaing meningkatkan pelayanan dan kualitas. Pengembangan strategi bisnis merupakan bagian dari strategi bisnis, dan tidak dapat dipisahkan dari model bisnis. Dalam rangka mengembangkan bisnis secara berkelanjutan, suatu perusahaan harus

terus-menerus melakukan penilaian atas strategi bisnis yang dijalankannya.

Menurut Joewono (2012) yang mendefinisikan bahwa strategi bisnis yaitu strategi untuk mencapai suatu tujuan yang dianalogkan seperti strategi "catur" yang mana terdapat strategi sistematika berfikir, menyusun rencana, kesigapan dalam melangkah, keberanian dalam mengambil resiko dan gairah untuk dapat memenangkan suatu pertandingan.

Daftar Pustaka

Rahmi, Febrina Aulia 1996. Manajemen Pemasaran Modern Edisi II, Cetakan Kelima Liberty, Yogyakarta.

Buchari Alma, 1993, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Jilid Satu, Alfa Beta : Bandung

Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, 2008, Metodologi Penelitian Sosial, Jakarta, Bumi Aksara.

Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.