

Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean

Dede Yusuf¹, Ajeng Diana Sukma²

Prodi Sistem Informasi, STMIK Komputama Majenang^{1,2}

Jl. Raya Majenang - Cimanggu KM 08 No 99 Desa Cilempuyang, Kec. Cimanggu,

Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53256

[1dedeyusufstmikkomp@gmail.com](mailto:dedeyusufstmikkomp@gmail.com), [2ajengdianasukma7@gmail.com](mailto:ajengdianasukma7@gmail.com)

INTISARI

Apotek merupakan fasilitas pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau. Apotek adalah tempat dilakukannya kegiatan pelayanan kefarmasian oleh apoteker. Persaingan bisnis apotek saat ini semakin ketat, pemilik bisnis apotek harus pandai melakukan strategi inovasi-inovasi untuk meningkatkan daya saing. Sehubungan dengan adanya masalah bagaimana penggunaan analisis SWOT dalam pengambilan keputusan sebagai strategi meningkatkan daya saing pada apotek Ben Do Sehat Pahonjean. Maka dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis SWOT melalui pendekatan kualitatif deskriptif yang mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal dari apotek Ben Do Sehat Pahonjean. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada pemilik apotek, karyawan dan masyarakat sekitar apotek. Hasil wawancara dimasukkan ke dalam matriks IFAS dan EFAS untuk selanjutnya dibuat diagram analisis SWOT. Dari diagram analisis SWOT dalam penelitian ini menunjukkan analisis SWOTnya berada pada kuadran I yang artinya dalam meningkatkan daya saing apotek Ben Do Sehat Pahonjean dapat menggunakan strategi SO (Strength and Opportunities) dengan memanfaatkan kekuatan secara maksimal dan peluang yang ada untuk memenangkan persaingan.

Kata Kunci – apotek, analisis SWOT, strategi

ABSTRACT

Pharmacy is a health service facility that is easily accessible. Pharmacy is a place where pharmacist service activities are carried out. The competition in the pharmacy business is getting tighter, pharmacy business owners must be clever in implementing innovative strategies to increase competitiveness. In connection with the problem of how to use SWOT analysis in decision making as a strategy to increase competitiveness at the Ben Do Sehat Pahonjean pharmacy. So in conducting this research, the researcher used the SWOT analysis method through a descriptive qualitative approach that describes the internal and external factors of the Ben Do Sehat Pahonjean pharmacy. Data collection was carried out by interviewing the owner of the pharmacy, employees and the community around the pharmacy. The results of the interview were entered into the IFAS and EFAS matrices to then make a SWOT analysis diagram. From the SWOT analysis diagram in this study, it shows that the SWOT analysis is in quadrant I, which means that in increasing the competitiveness of the Ben Do Sehat Pahonjean pharmacy, it can use the SO (Strength and Opportunities) strategy by maximizing the strengths and opportunities available to win the competition.

Keywords – pharmacy, SWOT analysis, strategy

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak perubahan terhadap cara berpikir masyarakat mengenai pentingnya kesehatan, baik dalam mencegah penyakit, mengobati maupun menjaga kesehatan tubuh. Terlebih lagi kali ini tidak hanya bangsa Indonesia tetapi seluruh bangsa di belahan dunia sedang diuji dengan adanya Pandemi virus Covid-19. Hal inilah yang membuat semua masyarakat dihimbau untuk selalu

menjaga kesehatan dengan melakukan 3M (Menjaga jarak, Mencuci Tangan, dan Memakai Masker). Seluruh tenaga kerja di bidang kesehatan sedang berjuang untuk melawan virus Covid-19 ini, jadi fasilitas kesehatan saat ini sangatlah penting dan dibutuhkan. Fasilitas pelayanan kesehatan sangat beragam mulai dari Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD), Rumah Sakit Umum Swasta, Puskesmas, Klinik, tempat praktik mandiri Tenaga Kesehatan, Apotek dan

Laboratorium Kesehatan. Tetapi, fasilitas pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau sekarang ini yaitu apotek, apotek merupakan tempat pelayanan kesehatan yang membantu dan memudahkan masyarakat untuk mewujudkan derajat kesejahteraan yang optimal, selain itu apotek juga sebagai tempat pengabdian dan praktek profesi apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasiannya. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2017 mendefinisikan apotek sebagai sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Adapun Surat Izin Apotek (SIA) adalah bukti tertulis yang diberikan oleh pemerintah daerah Kabupaten/Kota kepada apoteker sebagai izin untuk menyelenggarakan apotek. Apotek harus memiliki apoteker yang bertanggung jawab atas jalannya kegiatan pelayanan terhadap konsumen dan kewajiban terhadap standar profesinya.

Pada awalnya usaha apotek beroperasi hanya untuk sebatas menjual obat-obatan saja. Seiring berjalannya waktu, saat ini apotek tidak hanya menyediakan obat-obatan, melainkan ada kebutuhan ibu dan bayi seperti susu bayi, makanan untuk bayi, kosmetik serta alat kesehatan lainnya. Apotek semakin diminati oleh masyarakat karena dalam prakteknya seorang apoteker juga akan memberikan edukasi tidak hanya tentang obat yang dibeli dari apoteknya saja, tetapi mengenai kesehatan pasiennya sama seperti dokter, maka tidak heran kalau apoteker bisa dikatakan sebagai sarana pengganti dokter. Dalam menjalankan suatu usaha perumusan strategi adalah hal yang wajib dilakukan pertama kali oleh perusahaan sebelum memulai usahanya, agar tujuan dari usaha tersebut dapat tercapai dengan optimal. Salah satunya usaha apotek, dalam usaha ini pemilik dituntut untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi baru demi meningkatnya daya saing. Pada masa sekarang juga dalam masa mendatang, taktik bersaing bergantung dalam kedudukan masing-masing perusahaan pada pasar. Biasanya perusahaan akbar sanggup menerapkan taktik eksklusif, yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan kecil. Tetapi tidak menutup kemungkinan perusahaan kecil yang menerapkan strateginya sendiri mampu menghasilkan sebuah keuntungan yang sama besar dengan perusahaan besar atau bahkan melebihi dari pada yang diperoleh perusahaan besar. Perusahaan dapat dikatakan berjaya apabila perusahaan tersebut telah berhasil menetapkan strategi pemasaran dan strategi bersaingnya

dengan tepat. Tidak hanya itu perusahaan yang berjaya adalah perusahaan yang mampu meningkatkan penjualannya dan bertahan dengan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi bersaing pada suatu usaha adalah hal paling krusial pada proses pengembangan suatu perusahaan. Adanya persaingan antara pembisnis apotek, akan berdampak bagi pembisnis apotek itu baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli jasa atau barang di apotek tersebut, secara tidak langsung akan menyebabkan alur keuangan apotek menjadi terkendala. Persaingan tersebut dapat diatasi dengan memperhatikan kualitas strategi bersaing yang baik, sehingga akan mendorong konsumen dalam memutuskan membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Semakin ketat persaingan akan semakin kecil kesempatan perusahaan mendapat kegiatan pemasaran. Oleh lantaran itu, saat memilih taktik bersaing wajib memperhatikan efektifitas dan kesesuaiannya berdasarkan usaha yang dijalankan. Dalam upaya menaikkan daya saing perusahaan bisa dilakukan menggunakan cara menyesuaikan antara kekuatan dan kelemahan yang berasal dari lingkungan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk melakukan kegiatan upaya meningkatkan daya saing perusahaan menggunakan strategi bersaing yang tepat untuk memenangkan persaingan pasar.

Apotek Ben Do Sehat merupakan apotek yang baru saja dibangun dan mulai melayani pelayanan kesehatan sejak awal tahun 2020. Apotek ini merupakan apotek yang memiliki beberapa kelebihan yaitu berada di tempat yang strategis tepatnya di tepi jalan raya Pahonjean, tidak hanya itu apotek ini juga menyediakan layanan kesehatan lain seperti cek gula darah dan tensi. Namun, apotek ini masih dibidang cukup sepi karena belum dikenal banyak masyarakat. Apotek buka mulai pukul 08.00 - 20.00, apotek Ben Do Sehat mulai mengembangkan bisnisnya yang sebelumnya segala kegiatan di apotek dilakukan oleh apoteker sendiri atau tidak memiliki tenaga kesehatan, saat ini sudah memiliki satu tenaga kesehatan yang membantu apoteker di apotek dan biasanya menggantikan apoteker saat tidak berada di apotek. Banyaknya apotek membuat persaingan bisnis semakin ketat dan

mengharuskan pembisnis apotek untuk mampu menciptakan inovasi-inovasi baru dalam bisnisnya serta meningkatkan daya saing. Dari permasalahan di atas peneliti tertarik untuk melakukan analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean supaya apotek tersebut mempunyai keunggulan bersaing yang lebih kompetitif dan berkelanjutan. Analisa ini dapat memaksimalkan pada kekuatan (Strength) dan Peluang (Opportunities), namun secara bersamaan juga harus meminimalisasi kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Dengan begitu pemasaran apotek akan lebih luas jangkauannya..

II. STUDI LITERATUR

Pengertian Strategi Bersaing

Menurut (Heriyanto & Prawides, 2015) mengemukakan bahwa: “strategi bersaing adalah upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar sasaran dengan cara memberikan keunggulan-keunggulan dalam bersaing. Tujuan akhir strategi bersaing adalah untuk menanggulangi kekuatan lingkungan demi kepentingan perusahaan”.

Sedangkan menurut (Fried R David dalam Iskandar, 2018) dalam bukunya mengemukakan bahwa: “strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat berhasil hanya jika mereka memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing”.

Selanjutnya pengertian strategi menurut (Haris 2013) adalah suatu rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan yakni memberikan kepuasan pada pelanggan dalam pertukarannya untuk mendapatkan sejumlah laba. Selain itu strategi juga mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang, khususnya lima tahun, dan berorientasi ke masa depan (Rahayu, 2016)

Setelah menelaah beberapa pengertian tentang strategi bersaing, dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing merupakan rencana suatu perusahaan yang berorientasi ke masa depan untuk berinteraksi secara efektif terhadap lingkungannya dengan memberikan keunggulan kompetitif dalam rangka mencapai tujuan memenangkan persaingan pasar.

Keunggulan Bersaing

Menurut Muhammad Bukhori Dalimunthe (2017) keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan

kompetitor. Adapun indikator keunggulan bersaing dikembangkan dari beberapa ahli, yaitu harga bersaing, kemampuan manajemen, keuntungan, posisi dan tempat strategis.

Dalam keunggulan bersaing bisnis apotek, harga bisa dijadikan suatu objek unggulan bagi perusahaan karena keunggulan bisa digali dari dalam maupun lingkungan luar perusahaan, posisi dan tempat strategis juga menentukan apakah suatu perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai keunggulan bersaing apabila memiliki sesuatu yang lebih unggul atas pesaingnya dalam menarik minat konsumen dan mampu bertahan atas kekuatan pesaingnya yang mencoba menekan atau memberikan ancaman terhadap perusahaan.

Selanjutnya menurut (Hartanty & Alifah, 2013) keunggulan bersaing merupakan sebuah nilai pada perusahaan dari hasil pengimplementasian strateginya sehingga perusahaan tersebut memiliki penghematan biaya yang lebih besar dan nilai lebih dibanding dengan pesaingnya. Keunggulan yang seperti itu menjadikan daya tawar yang lebih kepada konsumen serta akan memberikan nilai lebih untuk perusahaan. Penawaran unik dari suatu perusahaan memberikan daya tarik tersendiri untuk konsumen. Sedangkan menurut (Ratna, 2015) bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing pasar dalam industri yang sejenis. Keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang dapat memperlihatkan perbedaan dalam laba yang didapat antara perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan sebuah kemampuan perusahaan dalam menciptakan keunggulan perusahaannya sehingga memiliki nilai lebih daripada pesaingnya. Dalam bersaing jika dikaitkan dengan analisis SWOT, bisnis apotek bisa melihat keunggulannya dari lingkungan internalnya yaitu kekuatan (Strength) dan lingkungan eksternalnya yaitu peluang (Opportunities).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah singkatan dari kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness) yang merupakan bagian internal suatu perusahaan, peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang merupakan lingkungan eksternal perusahaan. Menurut (Freddy Rangkuti, 2013) dalam bukunya mengemukakan bahwa: “analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi

perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats)”.

Menurut (Wanti et.al., dalam Rahayu, 2016) Analisis SWOT adalah: “suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencanaan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman dari eksternal”.

Sedangkan menurut (Erwin Suryatama, 2014) mengemukakan bahwa: “analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau Strengths, kelemahan atau Weakness, peluang atau Opportunities, dan ancaman atau Threats dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya”.

Analisis SWOT bertujuan untuk membandingkan antara faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan guna mendapatkan keputusan strategi yang akan dipakai oleh suatu perusahaan dengan berorientasi ke masa depan. Dalam penentuan keputusan yang baik maka perusahaan dianjurkan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisasi kelemahan dan ancaman. Kekuatan (Strength) berasal dari lingkungan internal perusahaan, faktor ini harus bisa dipersiapkan oleh perusahaan agar memberikan dampak yang positif. Sedangkan kelemahan (Weakness) adalah faktor internal yang harus bisa diatasi oleh perusahaan agar tidak menimbulkan dampak yang negatif bagi perusahaan.

Peluang (Opportunities) adalah faktor yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan, faktor ini akan memberikan kesempatan sukses bagi perusahaan jika kekuatan dari perusahaan mampu beradaptasi. Berikutnya ancaman (Threats) adalah faktor penghalang bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Setelah kelemahan, kekuatan, serta peluang dan ancaman dapat diidentifikasi, maka selanjutnya akan diproses dengan formulasi strategi dengan menggunakan analisis SWOT menggunakan tabel EFAS (External Factor Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factor Analysis Summary) (Rahayu, 2016)

Model Analisis SWOT

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan yang dimasukkan ke dalam matrik IFAS (Internal

Factor Analysis Summary), dengan faktor eksternal peluang dan ancaman yang dimasukkan kedalam matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).

Menurut (Nisak, 2013) setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan

TABEL I.
Matrik Faktor Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Peluang	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Ancaman	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Sumber: (Fredri Rangkuti dalam Nisak, 2013)

TABEL II.
Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Kekuatan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Kelemahan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Sumber: (Fredri Rangkuti dalam Nisak, 2013)

III. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di Apotek Bendo Sehat Pahonjean menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis SWOT. Menurut (Lexi, 2010) dalam bukunya mengemukakan bahwa: “penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan Tindakan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”

Agar tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini dapat tercapai maka hendaknya dibuat alur penelitian yang dimulai dengan tahapan identifikasi masalah perumusan masalah dan tujuan, studi literatur,

pengumpulan data, pembuatan matrik EFAS dan IFAS, dan melakukan analisis SWOT dari data yang sudah diperoleh untuk selanjutnya diambil kesimpulan. Pada tahapan identifikasi masalah, peneliti melakukan survey terhadap Apotek Bendo Sehat Pahonjean untuk merumuskan masalah dan tujuan dari penelitian. Selanjutnya, studi literatur dilakukan untuk memperoleh referensi terkait metode yang akan digunakan, cara mengambil data serta gambaran analisis data.

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis faktor-faktor internal yang dimiliki Apotek Ben Do Sehat Pahonjean yakni kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) serta faktor-faktor eksternal yakni peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai strategi meningkatkan daya saing. Tahap pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap pemilik dan karyawan apotek untuk mendapatkan data yang berasal dari lingkungan internal apotek. Sedangkan untuk mendapatkan data yang berasal dari lingkungan eksternal apotek, peneliti melakukan wawancara kepada masyarakat sekitar apotek.

Setelah mengetahui data yang berupa faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal peluang dan ancaman dari Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. Selanjutnya adalah memasukkan faktor-faktor tersebut kedalam matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dan matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary) untuk menemukan strategi apakah yang bisa digunakan dalam meningkatkan daya saing di Apotek Ben Do Sehat Pahonjean. Kemudian, pada bagian selanjutnya adalah pembuatan diagram analisis SWOT dengan tujuan mengetahui penelitian ini berada di kuadran I, kuadran II, kuadran III atau kuadran IV. Kuadran I artinya memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang untuk memenangkan persaingan. Kuadran II artinya hadapi ancaman dengan kekuatan yang dimiliki. Kuadran III artinya buatlah strategi yang memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan. Kuadran IV artinya perusahaan berada di posisi yang tidak menguntungkan dimana harus meminimalkan kelemahan dan menghindari atau menghadapi ancaman.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara mengenai empat faktor dalam analisis SWOT diperoleh data sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Kekuatan (Strength) dari Apotek Ben Do Sehat Pahonjean

1. Lokasi yang strategis yaitu berada di tepi jalan raya Pahonjean
2. Menyediakan layanan kesehatan lain yaitu tensi gratis dan bisa cek gula darah
3. Apoteker yang selalu standby di apotek
4. Sudah memiliki izin pendirian apotek
5. Produk yang lengkap tidak hanya obat-obatan, ada juga perlengkapan bayi (susu, pempers), perlengkapan kecantikan wanita
6. Harga yang bersaing
7. Karyawan yang ramah dan komunikatif

Kelemahan (Weakness) dari Apotek Ben Do Sehat Pahonjean

1. Apotek baru sehingga belum dikenal oleh masyarakat
2. Merupakan apotek swasta yang berdiri sendiri dan bukan apotek jaringan/wiralaba
3. Kurangnya ketersediaan obat-obatan untuk resep yang dibutuhkan pasien

b. Faktor Eksternal

Peluang (Opportunities) bagi Apotek Ben Do Sehat Pahonjean

1. Obat merupakan produk yang selalu dibutuhkan manusia dikala sakit
2. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya kesehatan
3. Apoteker sebagai sarana pengganti dokter
4. Luasnya pangsa pasar karena obat dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat ketika mereka sakit
5. Kerjasama dengan beberapa tempat praktek kebidanan

Ancaman (Threats) bagi Apotek Ben Do Sehat Pahonjean

1. Adanya apotek baru di Pahonjean yaitu Apotek Karunia Medika Baru
2. Maraknya penyalahgunaan obat-obatan
3. Rumitnya perizinan pendirian apotek

TABE III.
IFAS (INTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY)

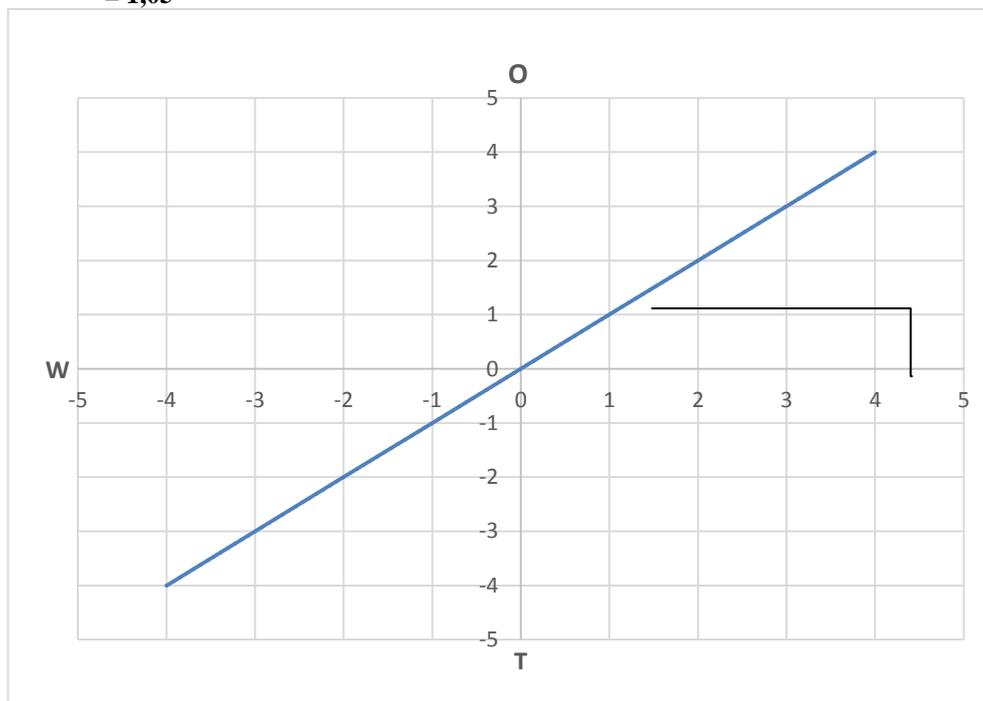
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
Kekuatan				
Lokasi yang strategis yaitu berada di tepi jalan raya Pahonjean	0,20	4	0,80	High
Menyediakan layanan kesehatan lain yaitu tensi gratis dan bisa cek gula darah	0,11	3	0,33	High
Apoteker yang selalu <i>standby</i> di apotek	0,09	2	0,18	Medium
Sudah memiliki izin pendirian apotek	0,23	4	0,92	High
Produk yang lengkap tidak hanya obat-obatan, ada juga perlengkapan bayi (susu, pempers), perlengkapan kecantikan wanita	0,06	1	0,06	Low
Harga yang bersaing	0,05	1	0,05	Low
Karyawan yang ramah dan komunikatif	0,07	2	0,14	Medium
Total	0,81		2,48	High
Faktor Internal				
Kelemahan				
Apotek baru sehingga belum dikenal oleh masyarakat	0,05	2	0,10	Medium
Merupakan apotek swasta yang berdiri sendiri dan bukan apotek jaringan/wiralaba	0,10	2	0,20	Medium
Kurangnya ketersediaan obat-obatan untuk resep yang dibutuhkan pasien	0,04	1	0,04	Low
Total	0,19		0,34	Medium

$$\begin{aligned}
 \text{IFAS} &= \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} \\
 &= 2,48 - 0,34 \\
 &= 2,14
 \end{aligned}$$

TABEL IV.
EFAS (EKSTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
Peluang				
Obat merupakan produk yang selalu dibutuhkan manusia dikala sakit	0,22	3	0,66	High
Masyarakat semakin sadar akan pentingnya Kesehatan	0,18	3	0,54	High
Apoteker sebagai sarana pengganti dokter	0,09	1	0,09	Low
Luasnya pangsa pasar karena obat dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat ketika mereka sakit	0,13	2	0,26	Medium
Kerjasama dengan beberapa tempat praktek kebidanan	0,06	1	0,06	Low
Total	0,68		1,61	High
Faktor Eksternal				
Ancaman				
Adanya apotek baru di Pahonjean yaitu Apotek Karunia Medika Baru	0,08	1	0,08	Low
Maraknya penyalahgunaan obat-obatan	0,11	2	0,22	Medium
Rumitnya perizinan pendirian apotek	0,13	2	0,26	Medium
Total	0,32		0,56	Medium

$$\begin{aligned} \text{EFAS} &= \text{Peluang} - \text{Ancaman} \\ &= 1,61 - 0,56 \\ &= 1,05 \end{aligned}$$



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Keterangan

Nilai IFAS	= 2,14
Nilai EFAS	= 1,05

Hasil penelitian berdasarkan diagram analisis SWOT berada di kuadran I dimana Apotek Ben Do Sehat Pahonjean dapat menggunakan strategi kombinasi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada untuk memenangkan persaingan. Diantaranya kekuatan memiliki izin pendirian dengan skor (0,92), lokasi yang strategis dengan skor (0,80) dan menyediakan pelayanan kesehatan lain seperti tensi dan cek gula darah dengan skor (0,33), apoteker yang selalu standby di apotek dengan skor (0,18), kekuatan tersebut sangat memungkinkan dijadikan sebagai strategi meningkatkan daya saing. Masyarakat akan memiliki minat lebih terhadap apotek tersebut karena yang dicari masyarakat adalah pelayanan kesehatan yang maksimal, di apotek tidak hanya membeli obat tetapi bisa memeriksa tensi dan cek gula darah serta melakukan konsultasi Kesehatan kepada apoteker.

Selain memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, peluang yang ada juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi meningkatkan

daya saing diantaranya peluang obat sebagai produk yang selalu dibutuhkan dikala manusia sakit dengan skor (0,66) dan masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya kesehatan dengan skor (0,54), luasnya pangsa pasar dengan skor (0,26). Pada saat ini dimasa Pandemi Covid-19 masyarakat benar-benar sadar akan betapa pentingnya kesehatan, dimana ketika mereka mengalami sakit pusing, demam, sampai flu masyarakat akan sesegera mungkin mencari alternatif pengobatan, salah satunya membeli obat di apotek. Hal ini yang menjadikan peluang besar untuk pelaku bisnis apotek dalam meningkatkan daya saing dengan cara menyediakan obat-obatan yang paling banyak dicari masyarakat, dengan cara mencari tahu atau menganalisis penyakit apa yang paling sering dialami masyarakat. Obat juga merupakan produk yang pangsa pasarnya luas karena semua kalangan masyarakat baik bawah sampai atas membutuhkan obat ketika mereka sakit.

V. KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa analisis yang dilakukan di Apotek Ben Do Sehat pada Gambar 1. Diagram Analisis SWOT berada di kuadran I (SO). Maka strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing yaitu strategi kombinasi kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities). Kekuatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing pada apotek Ben Do Sehat yaitu pelayanan yang maksimal dengan memberikan tawaran pelayanan kesehatan lain seperti cek tensi gratis dan bisa juga cek gula darah, serta konsultasi langsung kepada apoteker. Kekuatan tersebut sangat memungkinkan menambah minat masyarakat untuk membeli obat di apotek tersebut. Selanjutnya peluang yang dapat digunakan sebagai strategi meningkatkan daya saing yaitu obat merupakan produk yang selalu dibutuhkan ketika masyarakat sakit, hampir semua kalangan menggunakan obat ketika mereka sakit. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan juga peluang bagus untuk meningkatkan daya saing apalagi di masa pandemi Covid-19 seperti ini, dimana badan harus tetap dijaga kesehatannya.

Dari hasil penelitian analisis SWOT terhadap apotek Ben Do Sehat maka terdapat saran untuk meningkatkan daya saing apotek yang lebih kompetitif yaitu menambah relasi lebih banyak, misalnya bekerjasama dengan rumah sakit terdekat seperti RSUD Amanu Pahonjean, praktek Mantri, dan praktek Kebidanan. Maka akan besar kemungkinan daya saing meningkat karena dengan bekerjasama apotek akan menyediakan obat yang lebih banyak menyesuaikan kebutuhan dari instansi yang diajak kerjasama dan memungkinkan apotek menerima resep lebih banyak.

REFERENSI

- [1] Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 3(2), 140-153.
- [2] Haris, A. (2013). Pengembangan Produk Unggulan Industri Kecil Dan Strategi Pemasaran Berbasis Analisis SWOT Pada Industri Kecil Genteng, Kayu Mebel, dan Bordir di Kabupaten Probolinggo. *Jurnal EcoBuss*, 1(1).
- [3] Heriyanto, M., & Prawiades, P. (2015). Analisis Strategi Bersaing Industri Bisnis Farmasi/apotek di Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).
- [4] Iskandar, S. M. (2018). Strategi Bersaing Pada Perusahaan Distribusi Consumer Goods Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Agora*, 6(1).
- [5] Lexi, M. (2010). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- [6] Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tentang Apotek (4). <https://dinkes.kedirikab.go.id>
- [7] Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468
- [8] Rahayu, D. T., & Retnani, E. D. (2016). Penerapan analisis SWOT dalam perumusan strategi bersaing pada Eddy Jaya Photo. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).
- [9] Rangkuti, F. (2013). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Ratnawati, A. (2013). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 72-89
- [11] Suryatama, E. (2014). Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis. Surabaya: Kata Pena.
- [12] Tukiman, Hellenia Indriani, and R. Bagus Bambang Sumantri. "Analisis Pengaruh Desain Produk, Analisis Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Percetakan Seventeen: Analisis Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Percetakan Seventeen." *Jurnal Teknologi dan Bisnis* 2.2 (2020): 35-52.