

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bedasarkan Permenkes Nomor 9 Tahun 2017 pasal 1 Apotek merupakan tempat pelayanan kefarmasian yang dilakukan oleh Apoteker. Apoteker adalah sarjana farmasi yang telah mengucapkan sumpah jabatan sebagai seorang Apoteker. Tenaga Teknis Kefarmasian merupakan tenaga yang membantu kinerja Apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasian, TTK yang termasuk atas seorang Sarjana Farmasi, Ahli Madya Farmasi, maupun Analis Farmasi, Tujuan dari Apotek yaitu suatu upaya peningkatan kualitas pelayanan kefarmasian yang dapat memberikan suatu perlindungan bagi pasien dan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kefarmasian di apotek (Permenkes, 2017)

Menurut Sampurno (2010) dalam menjalankan suatu bisnis apotek seorang pengusaha atau pemilik harus mampu menciptakan sebuah inovasi dan strategi yang sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk, pentingnya kesadaran terhadap kesehatan, harapan hidup yang semakin meningkat, dukungan yang meningkat dalam program kesehatan pemerintah dengan beberapa perbaikan dalam perekonomian dan daya beli masyarakat. Sampurno (2010).

Berdasarkan pendapat Haris (2013) strategi yaitu suatu rencana yang nantinya akan digunakan untuk mencapai sebuah tujuan usaha yang digunakan untuk mendapatkan sebuah keuntungan dengan memberikan kepuasan pada

pelanggan. Strategi digunakan untuk mempertahankan kemakmuran perusahaan dalam waktu yang lama, khususnya untuk 5 tahun mendatang. (Rahayu, 2016)

Analisis SWOT dapat juga memiliki arti lain yaitu kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yang terdapat dalam lingkungan internal dari suatu perusahaan, sedangkan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treats*) merupakan lingkungan eksternal perusahaan. Menurut buku yang dikemukakan (Freddy Rangkuti, 2013) “analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*)”.

Nimas Medika adalah salah satu toko alat kesehatan yang berada di Kota Madiun yang berdiri sejak tahun 2005 namun dengan berjalannya waktu dengan semakin banyaknya konsumen dan pelanggan pada tahun 2014 Nimas medika mencoba memperluas pasar usaha dengan menambahkan obat-obatan sebagai usaha mereka dan hingga saat ini nama Nimas Medika berubah nama menjadi Apotek Nimas Medika Farma dikarenakan masyarakat lebih mengenal sebagai apotek.

Lokasi Apotek Nimas yang strategis di pinggir jalan juga merupakan hal penting untuk mendapatkan konsumen, saat ini Apotek Nimas masih dipercaya oleh banyak konsumen baik dari instansi, tenaga kesehatan, mahasiswa/i maupun masyarakat luas mengenai obat obatan dan alat

kesehatannya yang cukup lengkap dan beragam, selain lengkap harga di Apotek Nimas lebih miring dari harga di tempat lain.

Tetapi seiring berjalanya waktu banyak bermunculan toko alat kesehatan baru di Madiun yang dapat menjadikan persaingan usaha menjadi lebih ketat bukan hanya itu saja di sekitar lokasi usaha terdapat beberapa apotek yang sehingga dapat menjadikan ancaman dan persaingan harga dalam penjualan produk. Sehingga saya selaku peneliti ingin menganalisa bagaimana analisa dengan metode SWOT untuk mempertahankan kekuatan, meminimalkan kelemahan serta dapat membangun peluang dan meminimalkan ancaman yang akan terjadi untuk mempertahankan kekuatan, meminimalkan kelemahan serta dapat membangun peluang yang dapat mengurangi terjadinya ancaman.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Nimas Medika?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman di Apotek Nimas Medika

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk peneliti

Dapat digunakan untuk menambah wawasan sekaligus memperoleh pengalaman untuk melakukan penelitian mengenai analisa SWOT.

2. Untuk Apotek

Memberikan masukan kepada pengusaha dan bagi tenaga kefarmasian, khususnya di Apotek Nimas Medika dalam upaya meningkatkan penjualan barang.

3. Untuk Masyarakat

Memberikan gambaran mengenai persaingan harga serta ketersediaan barang yang di butuhkan bagi masyarakat.