

RINGKASAN

PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

(Studi dilakukan di Apotek Rafa Farma Bulak Jaya Surabaya)

Putri Emiliyana Sari

Apotek merupakan tempat pelayanan kesehatan dan membawa peran penting bagi kesehatan masyarakat. Penjualan obat-obatan di apotek sedang mengalami peningkatan hal ini disebabkan semakin banyak kesadaran masyarakat akan kesehatan serta dukungan pemerintah dalam program meningkatkan kesehatan masyarakat. Pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan dan pemeliharaan keuntungan dari transaksi melalui sasaran pasar. Adapun masalah yang dihadapi oleh pendiri apotek yaitu banyaknya pesaing yang mendirikan apotek disekitar sehingga dibutuhkan strategi penjualan yang dapat meningkatkan penjualan diapotek sehingga dapat bertahan dalam kondisi apapun. Tujuan umum dari penelitian ini yaitu memberikan gambaran untuk Apotek Rafa Farma Bulak Jaya mengenai kondisi apotek dalam hal kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dan memiliki tujuan khusus untuk mengetahui pengaruh kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam meningkatkan penjualan di apotek.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu metode suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama mendeskripsikan bagaimana analisa SWOT pada Apotek Rafa Farma Bulak Jaya yang dilakukan pengambilan data melalui kuesioner yang sudah diuji kevalidannya akan diisi oleh 100 orang responden pada bulan Maret-April 2021 dengan menetapkan kriteria inklusi berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yaitu semua pasien dewasa yang berusia 17 tahun – 55 tahun, pasien yang berlangganan yang datang lebih dari 2 kali, pasien yang bersedia untuk dijadikan sampel dan bersedia mengisi kuesioner.

Hasil penelitian akan dilakukan perhitungan matriks IFAS dan EFAS yang didapat dari hasil kuesioner yaitu pemberian jumlah diperoleh dari hasil penjumlahan skor tiap indikator, pemberian bobot diperoleh dari hasil nilai jumlah internal pada seluruh responden dibagi dengan jumlah faktor internal yaitu 2.817 yang didapat dari hasil jumlah kekuatan 1.815 dengan jumlah kelemahan 1.002, pemberian bobot pada faktor eksternal diperoleh dari hasil nilai jumlah eksternal pada seluruh responden dibagi jumlah faktor eksternal yaitu 1.957 yang didapat dari hasil penjumlahan antara jumlah peluang 1.048 dengan jumlah ancaman 909, pemberian ranting pada faktor internal dan eksternal diperoleh dari total nilai jumlah tiap pertanyaan dibagi dengan jumlah responden yaitu 100 responden. Perhitungan skor pada faktor internal dan eksternal diperoleh dari perhitungan bobot tiap indikator pertanyaan dikali dengan rating.

Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh posisis koordinat Apotek Rafa Farma Bulak Jaya pada titik koordinat 1,12 yang didapatkan dari nilai faktor internal antara kekuatan 2,23 – kelemahan 1,11 dan diperoleh titik koordinat 0,48 yang didapatkan dari nilai faktor eksternal antara peluang 1,81 – ancaman 1,33. Hasil strategi *Strengths* (Kekuatan) – *Opportunities* (Peluang) yang berada pada kuadran I yaitu selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan, meningkatkan pelayanan dengan ramah, cepat dan tepat, memanfaatkan teknologi dalam penjualan, dapat memberikan kepercayaan kepada pembeli bahwa produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik.

Dalam penelitian ini dapat disarankan bahwa Penelitian ini hanya mendeskripsikan hasil analisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan obat. Sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian secara lebih mendetail mengenai analisis faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli obat di apotek. Untuk Apotek Rafa Farma Bulak Jaya dengan adanya kelemahan dan ancaman dapat dihindari dengan adanya kekuatan dan peluang yang dimiliki salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan dengan memprioritaskan kenyamanan konsumen dan menciptakan keunggulan dalam bersaing.