



STIKES PRIMA
INDONESIA

MANAJEMEN FARMASI

Pendirian Dan Pengembangan *Apotek*

Dipresentasikan oleh :
Kelompok 1

Dosen pengampu
apt. Yoky Elfadri, M.Farm

NAMA KELOMPOK

Hasna Salsabila (12023027)

Salsabila (12023059)

Nilla Avrilia (12023048)

Wita Amelia (12023067)

Aida Nurshela (12023004)

Siti Nur Khadijah (12023063)

Alfithalia Sabrina (12023006)

Fani Halkia Rahma (12023023)

Intan Indiraputri (12023031)

Dealofa Az-Zahra (12023019)

Mega Haryanti (12023038)



DAFTAR ISI

Latar Belakang

01

Studi Kelayakan Pendirian Apotek

02

Izin Pendirian Apotek

03

Sarana dan Prasarana Apotek

04

Strategi dan profil, desain Apotek

05

Manajemen Dan Pengelolaan Apotek

06

Teknik pemasaran Apotek

07

SWOT

08

Perencanaan dan Pengadaan obat

09

Pengembangan Apotek

10

Penutup

11



LATAR BELAKANG

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek, definisi Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Apotek tidak hanya berfungsi sebagai tempat distribusi obat, tetapi juga sebagai sarana pelayanan kefarmasian yang meliputi pengelolaan obat, pelayanan resep, serta pemberian informasi obat kepada pasien. (Restiasari, A., dkk. 2017)

Pendirian apotek di Indonesia diatur oleh berbagai regulasi, seperti Permenkes No. 9 Tahun 2016/2017 tentang Apotek, yang mensyaratkan adanya tenaga apoteker profesional serta perizinan resmi seperti Surat Izin Apotek (SIA) dan Surat Izin Praktik Apoteker (SIPA). Regulasi ini bertujuan untuk menjamin mutu pelayanan serta keamanan penggunaan obat di masyarakat.

Dalam perkembangan saat ini apotek memiliki berbagai macam tantangan seperti persaingan dalam usaha, serta kemajuan teknologi seperti digitalis layanan kesehatan yang menggunakan aplikasi dan sistem manajemen obat yang menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan di apotek (IFAPI. 2023–2025).

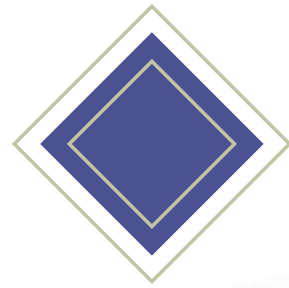
Oleh karna itu, pendirian dan pengembangan apotek perlu di rencanakan secara matang, baik dari aspek regulasi, manajemen, maupun dalam pelayanan, agar mampu bersaing dan memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang optimal

**STIKES PRIMA
INDONESIA**

PENDIRIAN APOTEK

MANAJEMEN FARMASI

Disusun Oleh:
Kelompok 1



STUDI KELAYAKAN PENDIRIAN APOTEK



STIKES PRIMA
INDONESIA

Studi kelayakan merupakan langkah awal dalam pendirian apotek untuk menilai apakah usaha tersebut layak dijalankan. Pemahaman ini penting untuk menghindari kegagalan dalam membuka apotek.

01

PENGENALAN

Dalam mendirikan apotek perlu memahami:

- Peran dan fungsi apoteker
- Fungsi apotek
- Kemampuan diri dan lingkungan

Pelayanan kefarmasian telah bergeser dari “**drug oriented**” menjadi “*patient oriented*”
→ berfokus pada peningkatan kualitas hidup pasien

02

ANALISA LOKASI

Penentuan lokasi harus mempertimbangkan:

- Kemudahan dijangkau pasien dan ketersediaan parkir
- Kedekatan dengan supplier
- Lingkungan yang bersih dan tidak sempit
- Jumlah penduduk dan dokter
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat
- Fasilitas kesehatan di sekitar (RS, klinik, praktik dokter)

03

ANALISIS KEUANGAN

Dalam pendirian apotek perlu diperhatikan:

- Modal awal untuk sarana dan prasarana
- Sumber modal (sendiri atau kredit)
- Analisis titik impas (BEP) untuk mengetahui keseimbangan biaya dan pendapatan

Biaya yang diperlukan meliputi:

- Biaya tempat dan peralatan
- Biaya persediaan obat
- Biaya SDM
- Biaya teknologi dan sistem informasi
- Biaya pemasaran



PERIZINAN APOTEK

01.

KEWAJIBAN IZIN

Setiap pendirian apotek wajib memiliki izin berupa **Surat Izin Apotek (SIA)** yang diberikan oleh pemerintah daerah kabupaten/kota. SIA berlaku 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang selama memenuhi persyaratan

02.

PERSYARATAN ADMINISTRATIF

Permohonan SIA harus dilengkapi dengan:

- Fotokopi STRA
- KTP
- NPWP
- Peta lokasi dan denah bangunan
- Daftar sarana, prasarana, dan peralatan

03.

KETENAGAKERJAAN (SDM)

Apotek harus memiliki:

- **Apoteker** sebagai penanggung jawab
- Dapat dibantu **tenaga teknis kefarmasian** dan tenaga administrasi.

Semua tenaga **wajib memiliki izin praktik** sesuai peraturan

Sarana dan Prasarana

Menurut Permenkes no 9 th 2017, Sarana apotek harus Terpelihara dan berfungsi dengan baik.

Fasilitas yang harus tersedia meliputi:

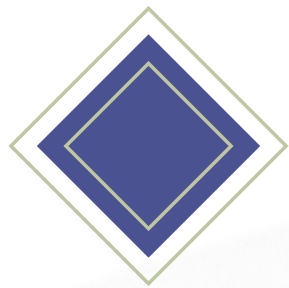
- Ruang pelayanan dan konseling
- Ruang tunggu yang nyaman
- Ruang peracikan
- Tempat penyimpanan obat
- Gudang dan administrasi
- Ventilasi, air, listrik, dan sanitasi yang baik
- Penyerahan Sediaan Farmasi
- Tempat parkir

Lingkungan apotek harus :

- Bersih dan mudah diakses
- Memiliki papan nama jelas
- Menjamin keamanan dan kualitas pelayanan

Peralatan Apotek :

- Rak obat
- Alat peracikan
- Bahan pengemas obat
- Lemari pendingin
- Meja
- Kursi
- Komputer
- Sistem pencatatan mutasi obat
- Formulir catatan pengobatan pasien
- Peralatan lain sesuai dengan kebutuhan



STRATEGI DAN PROFIL DESKRIPSI APOTEK



STIKES PRIMA
INDONESIA

01 Strategi

Beberapa strategi pendirian apotek, yaitu:

- Menyediakan konseling gratis oleh apoteker
- Menyediakan obat sesuai kebutuhan pasien
- Melakukan monitoring pasien (seperti via telpon), terutama penyakit kronis
- Menyediakan fasilitas yang nyaman
- Menjaln kerja sama dengan dokter dan apotek lain
- Menyediakan layanan antar jemput resep dalam area sekitar
- Mengatasi dan mencegah masalah terapi obat
- Meningkatkan efisiensi biaya kesehatan
- Menyusun SOP dan sistem kerja yang jelas
- Menerapkan sistem reward dan punishment bagi karyawan.

02 Profil dan Deskripsi Apotek

Contoh :

Apoteker Pengelola Apotek (APA)

Nama Apotek : Apotek N3DIF FARMA
Alamat : Jl. Kesuma Bhakti

Pemilik Sarana Apotek (PSA)

Nama pemilik : apt. XX, S.Farm
Alamat : Jl. Soekarno hatta

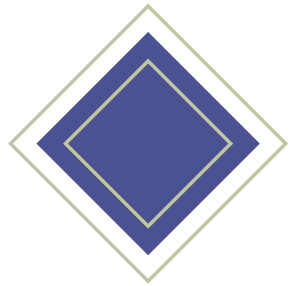


TEKNIK PEMASARAN APOTEK



- Secara mandiri yaitu melalui **media cetak seperti brosur atau poster** yang akan kami cantumkan contohnya pada lampiran.
- Membuat iklan online atau promosi dengan **media sosial seperti instagram, facebook dan tiktok.**
- **Mengadakan diskon promosi** untuk menarik pelanggan seperti diskon harga obat dengan bekerja sama pada PBF dan gratis konseling. (Mayasari, 2024)





SWOT APOTEK

Strength (kekuatan), **Weakness** (kelemahan), **Opportunity** (peluang), dan **Threat** (hambatan)

SWOT merupakan alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi dan memahami kondisi nyata perusahaan yang akan membantu untuk analisis bisnis dan membuat keputusan strategis. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan kinerja perusahaan dan merumuskan strategi perusahaan, memanfaatkan kekuatan dan peluang, dan meminimalisasi kelemahan dan hambatan (Husaini *et al.*, 2024).

CONTOH SWOT APOTEK

Strength (kekuatan)	• Terdapat apoteker dan asisten apoteker yang selalu standhy selama jam buka apotek • Letak apotek yang strategis karena ramai dilalui kendaraan dan di jangkau di segala arah. • Bangunan milik sendiri • Pelayanan lengkap juga memeriksakan seperti tensi, gula darah dan lain-lain. • Penataan obat bersih dan rapi. • Terdapat ruang konseling • Toilet dan wastafel terletak lumayan jauh dari rak obat sehingga memungkinkan tidak terjadi perubahan sifat fisio kimia obat.
Weakness (kelemahan)	• Tidak buka selama 24 jam • Tidak terdapat cctv • Area parkir yang sempit jika ramai pasien membawa mobil.


NEXT

CONTOH SWOT APOTEK

Opportunity (peluang)	• Kegiatan penduduk di sekitar apotek sangat padat sehingga merupakan pasar yang baik bagi kinerja apotek tersebut. • Terdapat rumah sakit, dan beberapa tempat penginapan yang memungkinkan pasien membeli obat swamedikasi di apotek
Threat (hambatan)	• Masih banyak masyarakat sekitar yang membeli obat swamedikasi di toko-toko kecil atau pedagang kecil seperti paracetamol, promag dan lain-lain • Masih banyak masyarakat yang kemungkinan belum mengetahui peran apotek yang berizin dalam menjaga mutu, keamanan dan efektivitas obat. • Terdapat apotek yang sudah senior disertai dengan klinik yang memungkinkan masyarakat akan lebih percaya membeli dan menebus resep di apotek tersebut.

PERENCANAAN DAN PENGADAAN OBAT DI APOTEK



STIKES PRIMA
INDONESIA

PERENCANAAN OBAT

Adalah suatu proses aktivitas seleksi obat dan bahan medis habis pakai baik jenis serta jumlah obat pada rangka pemenuhan kebutuhan.

Tujuan perencanaan obat:

- Memperkirakan jenis dan jumlah sediaan farmasi, alat kesehatan, serta BMHP sesuai kebutuhan
- Meningkatkan penggunaan secara rasional
- Menjamin ketersediaan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan BMHP
- Menghindari kelebihan stok
- Meningkatkan efisiensi biaya
- Menyediakan data pendukung untuk perencanaan pengadaan, penyimpanan, dan distribusi

TAHAPAN PERENCANAAN KEBUTUHAN:

01 *Persiapan*

- Menentukan kembali jenis komoditas yang akan direncanakan
- Menyusun daftar sediaan (obat, alat kesehatan, BMHP), termasuk generik & bermerek
- Memperhatikan waktu pengadaan, safety stock, dan lead time

02 *Pengumpulan Data*

- *Data pemakaian sebelumnya (konsumsi)*
- *Sisa stok*
- *Data morbiditas (pola penyakit)*

03 *Penetapan Kebutuhan*

Menentukan jenis dan jumlah kebutuhan menggunakan metode perhitungan yang tepat

04 *Evaluasi perencanaan dan Revisi rencana kebutuhan obat (Jika perlu)*

PENGADAAN OBAT

Pengadaan obat ialah suatu proses yang dimaksud untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Proses manajemen obat dapat terbentuk dengan baik bila didukung dengan kemampuan sumber daya yang tersedia dalam suatu sistem.

- Tujuan utama pengadaan obat adalah menyediakan obat yang berkualitas, merata, serta sesuai jenis dan jumlah dengan kebutuhan pelayanan kesehatan.
- Proses pengadaan meliputi penentuan kebutuhan dan jumlah obat, penyesuaian dengan anggaran, pemilihan pemasok, penerimaan dan pemeriksaan, pembayaran, penyimpanan, distribusi, serta pengumpulan data penggunaan obat

Pengadaan dapat dilakukan menggunakan beberapa cara yaitu pembelanjaan tahunan, pembelanjaan terencana atau pembelanjaan harian. Prinsip dari pengadaan obat yang baik yaitu pengadaan obat generik, pembatasan daftar obat, pembelian dalam jumlah banyak, serta pembatasan distributor dan monitoring, sehingga mendukung pengadaan yang efektif.

Prosedur pembelian barang untuk kebutuhan apotek dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

01

Persiapan

Mengumpulkan data obat dari buku defecta dan data penjualan, termasuk obat baru dari supplier.

02

Pemesanan

Membuat surat pesanan minimal dua rangkap (untuk supplier dan gudang) sebagai kontrol kesesuaian barang.

03

Penerimaan

Petugas mencocokkan barang dengan faktur dan surat pesanan.

04

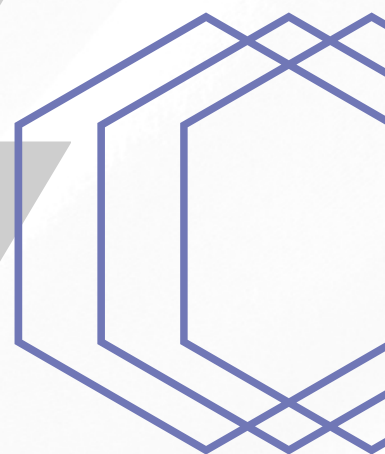
Pencatatan

Data obat dicatat lengkap (tanggal, supplier, batch, ED, jumlah, harga). Pencatatan rutin penting untuk mengontrol anggaran dan stok.

05

Pembayaran

Dilakukan saat jatuh tempo melalui prosedur administrasi keuangan yang jelas.

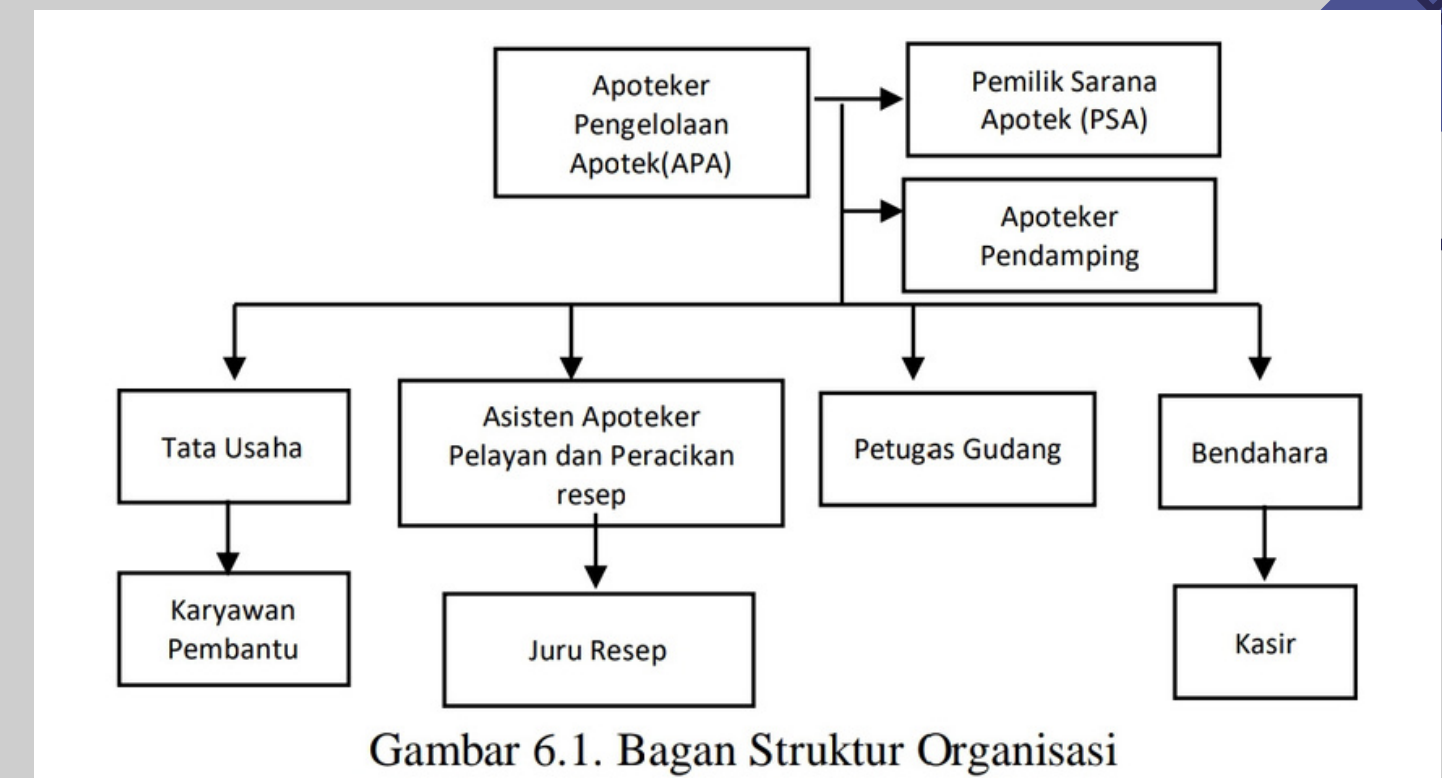


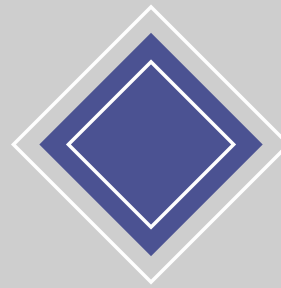


ORGANISASI DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Pada struktur organisasi, **setiap posisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda**, yaitu:

- a. Apoteker Penanggung Jawab (APA).** Secara umum tugas dan tanggung jawab apoteker adalah bertanggung jawab atas resep obat yang diberikan kepada pasien secara langsung dan kegiatan harian apotek.
- b. Pemilik Sarana Apotek (PSA).** Pemilik sarana apotek adalah pemegang saham yang mempunyai kepemilikan atas aset yang terdiri dari bangunan, peralatan farmasi dan perbekalan kesehatan di bidang farmasi.
- c. Apoteker Pendamping.** Membantu APA, laporan narkotika/psikotropika ke BPOM, informasi obat kepada pasien





LANJ....



STIKES PRIMA
INDONESIA

d. Asisten Apoteker. Asisten apoteker menjalankan tugas sesuai dengan profesinya sebagai asisten apoteker, yaitu: Pelayanan obat bebas & resep, pembuatan persediaan obat, pemeliharaan daftar harga dan lainnya.

e. Tata Usaha. Tata usaha mengkoordinir dan mengawasi pekerjaan karyawan agar semua berjalan dengan lancar, membuat laporan harian, pencatatan penjualan kredit (kartu piutang), pencatatan pembelian (kartu utang) yang dicocokkan dengan BPB (Buku Penerimaan Barang) dari gudang.

f. Kasir. Kasir mencatat penerimaan uang setelah dihitung terlebih dahulu begitu juga dengan pengeluaran uang yang harus dilengkapi dengan pendukung berupa kuitansi, nota, tanda setoran dan lainnya yang telah diparaf oleh manajer apotek atau pegawai yang berwenang.

g. Juru Resep. Juru resep adalah petugas yang membantu pekerjaan asisten apoteker, namun keberadaannya tidak harus ada tergantung dari kebutuhan apotek itu sendiri.

h. Petugas Gudang. Terima, simpan & keluarkan barang (sistem FIFO), kartu stok, laporan barang kadaluwarsa

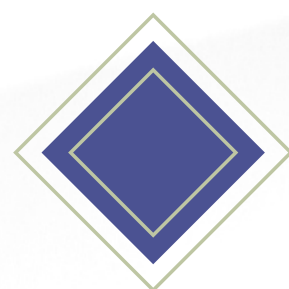
i. Karyawan Pembantu. Karyawan pembantu bertugas membantu administrator dan manajer dalam menjalankan pekerjaan kantor.

**STIKES PRIMA
INDONESIA**

PENGEMBANGAN APOTEK

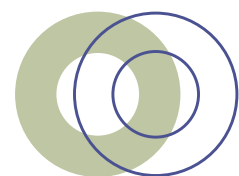
MANAJEMEN FARMASI

Disusun Oleh:
Kelompok 1



STRATEGI PENGEMBANGAN APOTEK

Untuk menghindari apotek masuk pada fase penurunan, perlu dilakukan **pengembangan apotek**. Sebelum memilih strategi pemasaran ada baiknya manajer harus memahami dimana posisi pasar apotek saat ini. Adapun pembagian posisi pasar menurut Kotler sebagai berikut :



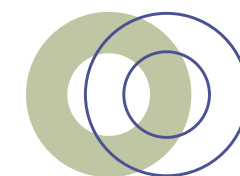
a. Market Leader

adalah posisi dimana apotek menjadi pusat orientasi dari kompetitor, menguasai mayoritas pasar dan lebih dominan dibanding kompetitor-kompetitor lainnya.



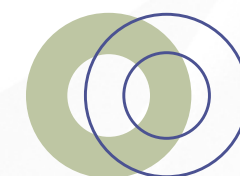
b. Market Challenger

adalah posisi dimana apotek bersaing secara terbuka dengan market leader.



c. Market Follower

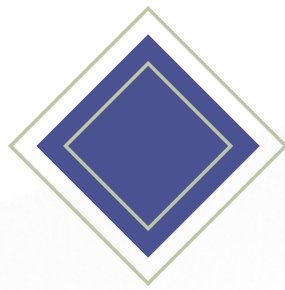
adalah posisi dimana apotek tidak berniat menyerang posisi market leader ataupun menjadi challenger. Apotek hanya berpartisipasi pada pembagian pasar yang sudah ada.



d. Market Nicher

dimana apotek menjadi pemimpin pada pangsa pasar yang lebih kecil (small market leader). Kunci penting dari strategi ini adalah menjadi apotek yang spesifik dan spesialis.

Strategi generik adalah strategi yang digunakan apotek untuk mencapai keunggulan kompetitif. **Strategi ini didasarkan pada dua dimensi, yaitu biaya dan diferensiasi.**



STRATEGI PENGEMBANGAN APOTEK



STIKES PRIMA
INDONESIA

Strategi utama adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi ini didasarkan pada analisis lingkungan internal dan eksternal apotek, serta analisis persaingan.

Tabel 12.1. Penjelasan klasifikasi strategi pemasaran menurut Fred R. David, sebagai berikut:

Strategi Generik	Strategi Utama
<i>Integration</i>	• <i>Forward Integration</i> • <i>Backward Integration</i>

203

<i>Intensive</i>	• <i>Horional Integration</i> • <i>Market Development</i> • <i>Product Development</i> • <i>Penetration</i>
<i>Diversification</i>	• <i>Consentric Divers</i> • <i>Conglomerate Divers</i> • <i>Horional Divers</i>
<i>Defensif</i>	• <i>Joint Venture</i> • <i>Retrenchment</i> • <i>Diverstiture</i> • <i>Liquidation</i>

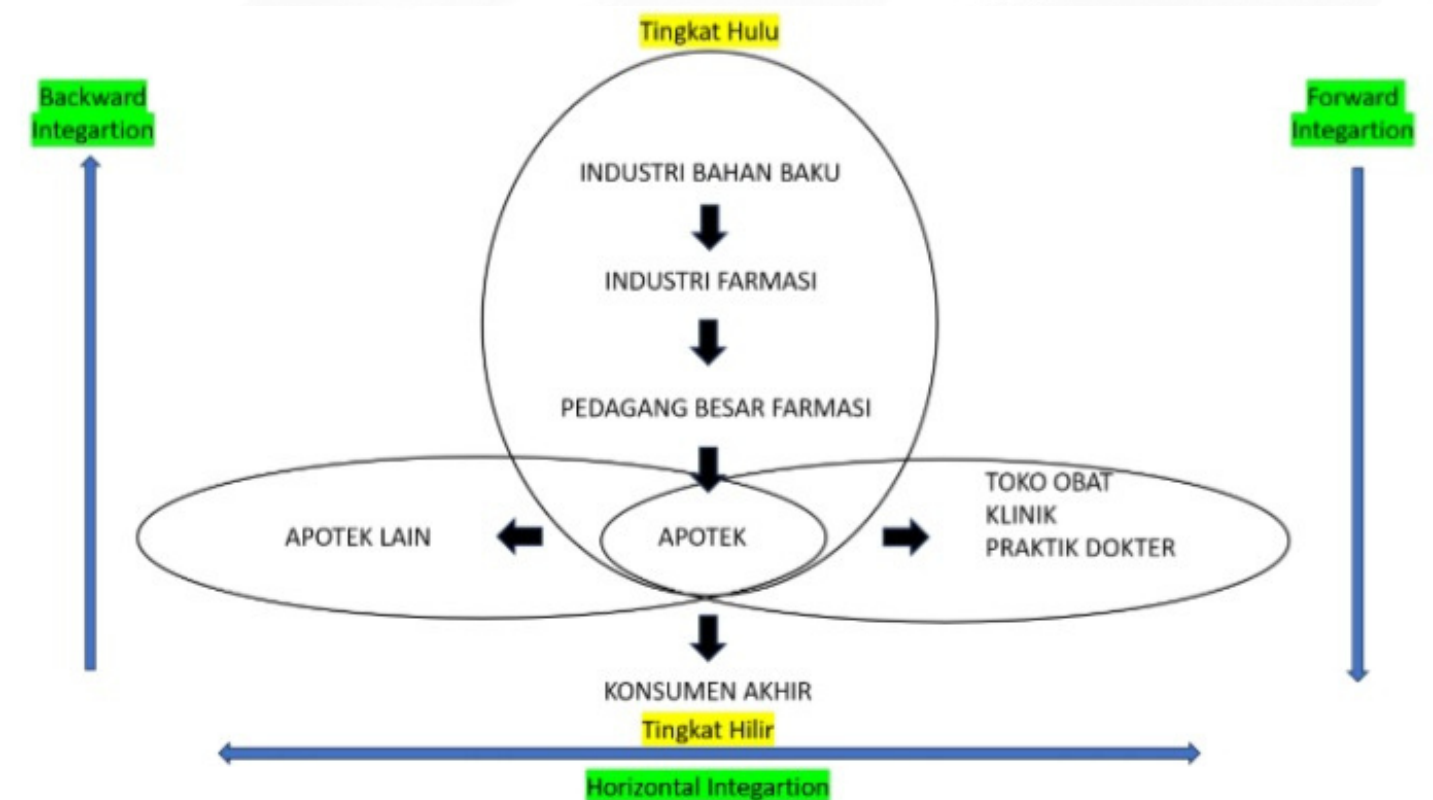
(Sumber: dokpri, 2023)

Klasifikasi strategi pemasaran menurut Fred R. David, sebagai berikut :



a. *Integration Strategy*

merupakan strategi pengembangan apotek untuk memperluas cakupan pasar dengan membuka bisnis baru.



(Sumber: Dokpri, 2023)

Gambar 12.2. Pemetaan strategi integrasi

STRATEGI PENGEMBANGAN APOTEK

Klasifikasi strategi pemasaran menurut Fred R. David, sebagai berikut :

b. Intensive Strategy

merupakan strategi dengan upaya intensif untuk meningkatkan posisi persaingan.

	Produk Lama	Produk Baru
Pasar Sudah Ada	Penetrasi pasar	Pengembangan Produk
Pasar Belum Ada	Pengembangan pasar	Diferensiasi Produk

(Sumber: Dokpri, 2023)

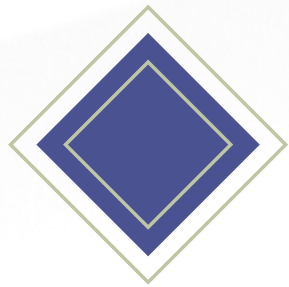
Gambar 12.3. Peta Kuadran Strategi Intensif

c. Diversification Strategy

adalah strategi memperluas pangsa pasar dengan menambah variasi produk atau jenis usaha. Diversifikasi konsentris dengan menyediakan produk/jasa yang masih berkaitan dengan apotek.

d. Defensive Strategy

adalah strategi yang diterapkan ketika apotek menghadapi kondisi krisis, sehingga fokus utamanya adalah bagaimana agar apotek bisa tetap survive dan menghindari kebangkrutan.



KESIMPULAN

Pendirian dan pengembangan apotek membutuhkan perencanaan komprehensif yang dimulai dari studi kelayakan serta pemenuhan perizinan seperti Surat Izin Apotek (SIA) yang berlaku selama lima tahun. Operasional apotek wajib didukung oleh sarana prasarana yang berfungsi dengan baik dan dipimpin oleh seorang Apoteker sebagai penanggung jawab. Untuk menjaga keberlangsungan usaha dan kepuasan pasien, apotek perlu mengelola perencanaan dan pengadaan obat secara efektif, serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat baik melalui media cetak maupun online. Di samping itu, pengelola harus rutin melakukan analisis SWOT untuk mengenali kondisi nyata bisnis sehingga dapat merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan posisi pasarnya agar apotek terus berkembang dan terhindar dari fase penurunan.



DAFTAR **PUSTAKA**

- Husaini, G. R. *et al.* (2024). Analisis Strategi Bisnis Menggunakan SWOT dan KPI Trend Penjualan Pada Apotek Metro. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, Vol. 13 No. 1: 247-258.
- IFAPI. (2023–2025). Perkembangan dan Digitalisasi Layanan Farmasi.
- Mayasari, S., Prasetyawan, F., Serdiani, S., Arief, I., Anggraini, R., Sarifudin, B. A., ... & Syavardie, Y. (2024). *Manajemen Farmasi*.
- Rahman, I. F., *et al.* (2024). *Manajemen kefarmasian*. Malang: Future Science Publisher.
- Restiasari, A., Bakti, R. I. S., & Gozali, A. (2017). Kepastian Hukum Apotek Rakyat Dan Pekerjaan Kefarmasian. *Soepra Jurnal Hukum Kesehatan*, 3(1), 1-13.



STIKES PRIMA
INDONESIA

Sekian & Terima Kasih

Dipresentasikan oleh :
Kelompok 1