



Implementasi Digital Marketing dan Digitalisasi Manajemen Apotek Sugih Waras Mojokerto

Fariham Masula^{1*}, Agung Winarno²

^{1,2}Magister Manajemen, Universitas Negeri Malang, Indonesia, 65145

E-mail:* fariham.masula.2304138@students.um.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2410>

Info Artikel:

Diterima :
2025-04-29

Diperbaiki :
2025-05-09

Disetujui :
2025-05-09

Kata Kunci: Digitalisasi, Digital Marketing, Apotek, Manajemen Layanan

Abstrak: Transformasi digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan profesionalisme layanan kesehatan, khususnya apotek. Artikel ini membahas pendampingan terhadap Apotek Sugih Waras Mojokerto dalam menghadapi tantangan seperti keterbatasan teknologi dan rendahnya visibilitas usaha. Pendekatan partisipatif dilakukan melalui penguatan *branding*, digital marketing via Instagram, serta digitalisasi manajemen dengan aplikasi berbasis web. Hasil dari pendampingan ini meliputi perbaikan identitas usaha, penguatan *branding* melalui Instagram, peningkatan visibilitas Apotek Sugih Waras melalui konten digital, serta berhasilnya penerapan digitalisasi layanan manajemen dasar. Pendekatan ini menjadi dasar bagi budaya kerja yang lebih modern, terstruktur, dan responsif terhadap teknologi, serta dapat menjadi acuan strategis bagi pengembangan apotek skala kecil dan menengah di era digital.

Abstract: Digital transformation has become a crucial strategy in enhancing the competitiveness and professionalism of healthcare services, particularly pharmacies. This article examines the mentorship provided to Apotek Sugih Waras Mojokerto in addressing challenges such as technological limitations and low business visibility. A participatory approach was employed through branding reinforcement, digital marketing via Instagram, and management digitalization using a web-based application. The outcomes of this mentorship include improvements in business identity, branding enhancement through Instagram, increased visibility of Apotek Sugih Waras via digital content, and the successful implementation of basic

Keywords: *Digitalization, Digital Marketing, Pharmacy, Service Management*

digital management services. This approach serves as a foundation for a more modern, structured, and technology-responsive work culture while offering a strategic reference for the development of small and medium-sized pharmacies in the digital era.

Pendahuluan

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi bisnis dan layanan publik, termasuk sektor kesehatan, terutama setelah pandemi Covid-19 yang mengubah pola layanan kesehatan (Hadning et al., 2022). Banyak apotek mengalami penurunan kunjungan, sehingga integrasi teknologi dalam manajemen dan pemasaran menjadi solusi strategis untuk tetap kompetitif (Novena & Tesmanto, 2024). Digitalisasi manajemen membantu otomatisasi administrasi, pencatatan stok obat, dan pemantauan penjualan, sementara digital marketing memungkinkan apotek menjangkau konsumen lebih luas melalui media sosial dan aplikasi digital (Pratama et al., 2022). Strategi ini meningkatkan efisiensi sekaligus memperkuat visibilitas layanan (Oktapiani et al., 2023).

Apotek Sugih Waras Mojokerto mulai menerapkan digitalisasi dalam operasionalnya, meski masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan teknologi dan rendahnya pemasaran digital (Masula & Hermawan, 2024). Analisis SWOT menunjukkan bahwa identifikasi posisi strategis sangat penting untuk perkembangan usaha (Yuwana & Fadah, 2022). Selain itu, bauran pemasaran membantu optimalisasi promosi, penataan produk, serta harga dan lokasi apotek (Pratiwi & Prabandari, 2018). Apotek Sugih Waras perlu menghadapi tantangan seperti kompetitor yang lebih dahulu mengadopsi teknologi, fluktuasi harga obat, serta visibilitas lokasi (Afifah et al., 2023). Meski demikian, peluang besar masih terbuka melalui peningkatan kesadaran masyarakat tentang kesehatan serta kerja sama dengan industri farmasi dan penyedia teknologi digital.

Digitalisasi memungkinkan pengelolaan data pasien, stok obat, dan transaksi dengan lebih akurat, memberikan pengalaman layanan yang lebih baik. Strategi digital marketing juga membantu memperluas jangkauan, membangun loyalitas pelanggan, serta memperkuat reputasi profesionalisme apotek dalam memenuhi tuntutan layanan yang terus berkembang (Dysyandi et al., 2019). Strategi digital marketing membuka peluang bagi apotek untuk membangun jaringan kerjasama yang lebih kuat dengan unit kesehatan lain, seperti klinik, rumah sakit, dan laboratorium (Jumrah et al., 2025). Melalui integrasi teknologi, apotek dapat menciptakan ekosistem layanan kesehatan yang terhubung, misalnya dengan

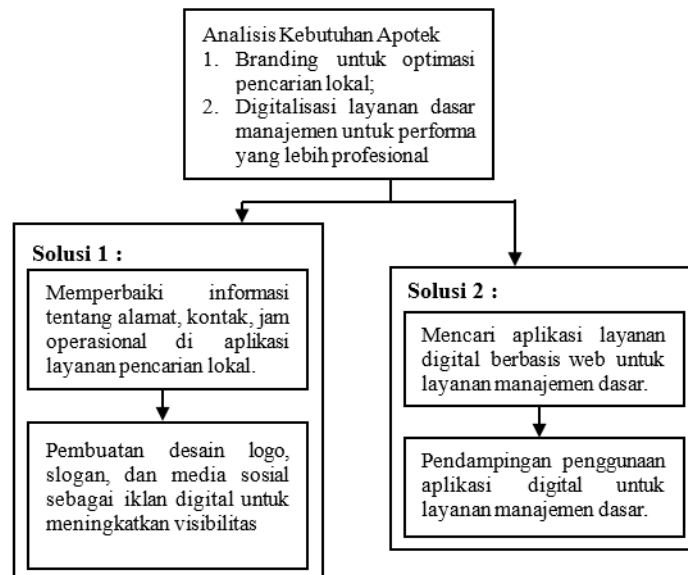
platform digital yang mendukung pengelolaan resep, pemantauan stok obat secara real-time, serta program kesehatan berbasis komunitas (Rero et al., 2025). Selain meningkatkan kualitas layanan, strategi ini juga memperkuat sinergi dalam sektor kesehatan dan membuka peluang bisnis baru, seperti integrasi layanan pengobatan dan program promosi kesehatan terpadu (Priyono & Yuniar, 2021). Transformasi digital yang terencana tidak hanya meningkatkan efisiensi manajemen tetapi juga membantu apotek memanfaatkan peluang eksternal melalui kolaborasi strategis. Dengan pendekatan studi kasus, hasil penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi Apotek Sugih Waras dan unit kesehatan lain dalam menghadapi tantangan sektor kesehatan berbasis teknologi.

Metode

Metode yang digunakan pada aktivitas ini yakni pendampingan mitra, dalam hal ini penggunaan aplikasi digital pada aktivitas *branding* dan manajemen. Pendampingan sendiri dapat didefinisikan sebagai proses partisipatif dan terstruktur yang dilakukan oleh pendamping dan/atau fasilitator untuk membantu masyarakat atau kelompok dalam mengidentifikasi masalah, mengembangkan potensi, dan meningkatkan kapasitas manajerial dan operasional internal (Nurrisa & Hermina, 2025). Melalui berbagai macam jenis pendekatan kolaboratif seperti pelatihan, bimbingan teknis, diskusi kelompok, dan evaluasi bersama, pendampingan bertujuan untuk memberdayakan apotek agar mampu mengelola usaha secara lebih profesional, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan konsumen (Malahati et al., 2023). Proses ini tidak hanya menekankan pada transfer pengetahuan, tetapi juga penguatan sistem kerja dan peningkatan daya saing apotek di tengah dinamika sektor kesehatan dan pasar lokal. Gambaran besar pelaksanaan kegiatan pendampingan dapat dilihat pada gambar 1.

Pelaksanaan pendampingan di Apotek Sugih Waras diawali dengan analisis kebutuhan melalui diskusi dan observasi, yang menunjukkan bahwa lokasi apotek di dalam perumahan menghambat visibilitas bagi warga sekitar, meskipun akses jalan cukup baik. Selain itu, keterbatasan teknologi juga menjadi kendala dalam manajemen apotek, seperti laporan keuangan dan sistem penagihan yang lebih profesional (Nasri et al., 2024). Untuk mengatasi kendala tersebut, penguatan *branding* menjadi solusi utama, dengan logo, slogan, dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi digital marketing yang efektif dan terjangkau. Selain itu, digitalisasi manajemen dilakukan untuk meningkatkan kualitas kerja sama dan pemantauan laba-rugi melalui aplikasi pihak ketiga yang tersedia gratis, sehingga operasional

apotek lebih modern dan efisien (Harini et al., 2023). Pendampingan berlangsung selama tiga bulan, dari Februari hingga April 2025, dengan fokus pada strategi *branding*, optimalisasi digital marketing, dan penggunaan aplikasi berbasis web. Tujuan utama adalah meningkatkan kapasitas pengelola apotek dalam menerapkan digitalisasi serta memperkuat profesionalisme dalam menjalin kerja sama dengan pihak eksternal melalui solusi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan apotek.



Gambar 1. Gambaran Pelaksanaan Pendampingan

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program kegiatan dilakukan secara paralel untuk memastikan efisiensi dan fleksibilitas dalam proses digitalisasi. Pendekatan ini diambil karena aktivitas di apotek bersifat dinamis dan sering kali tidak dapat diprediksi. Dengan melaksanakan kegiatan secara paralel, setiap langkah digitalisasi dapat disesuaikan dengan kondisi operasional apotek, sehingga implementasi program tidak mengganggu aktivitas sehari-hari. Pendekatan ini juga memungkinkan pengelola apotek untuk mengutamakan kebutuhan yang mendesak sambil tetap menjalankan proses pengembangan secara bertahap dan terintegrasi.

Di setiap tahapan pelaksanaan program, selalu dilakukan konsultasi mendalam dengan pihak manajemen apotek. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil bersifat teknis dan sesuai dengan kebutuhan operasional apotek. Dengan melibatkan manajemen, program dapat disesuaikan secara rinci berdasarkan aktivitas sehari-hari dan sumber daya yang tersedia. Pendekatan kolaboratif ini tidak hanya meningkatkan relevansi setiap

langkah, tetapi juga memaksimalkan efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan pengembangan yang telah direncanakan.



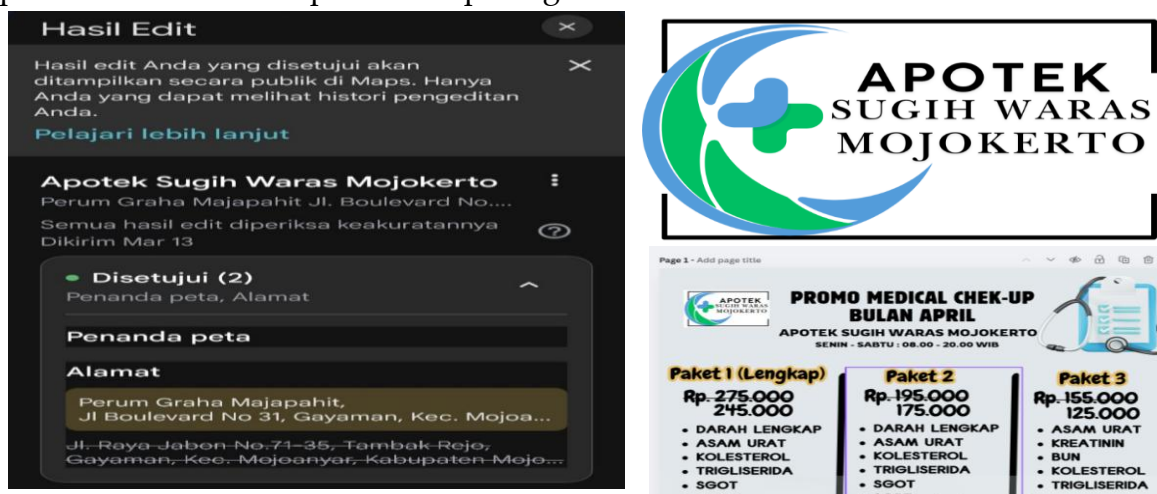
Gambar 2. Diskusi Awal untuk Wawancara dan Observasi dengan Pemilik Apotek Sugih Waras Mojokerto

Optimasi layanan pencarian lokal dimulai dengan memastikan alamat apotek di Google sesuai dengan lokasi sebenarnya agar pelanggan mudah menemukannya dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan (Nasri et al., 2024). Saat penelusuran, ditemukan perbedaan alamat terdaftar dengan lokasi asli, sehingga dilakukan penyesuaian agar informasi lebih akurat. Branding menjadi langkah berikutnya, dengan desain logo dan slogan yang memperkuat identitas apotek serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaannya (Savero, 2024). Pembuatan logo tersebut tentunya juga merupakan hasil diskusi bersama dengan pemilik apotek agar menggambarkan visi dan misi dari apotek. Logo dibuat dengan simbol bulan sabit yang mencerminkan kepedulian dan kesehatan, serta tanda plus yang melambangkan layanan medis. Tulisan "Apotek Sugih Waras Mojokerto" memperkuat kesan lokal dan kedekatan dengan masyarakat sekitar. Hasil dari penyesuaian lokasi, desain logo, dan penggunaan logo yang mulai digunakan pada konten promosi dapat dilihat pada gambar 3.

Setelah profil apotek disiapkan, *branding* digital dilakukan melalui Instagram dengan akun bisnis yang memuat konten layanan, promosi, edukasi kesehatan, dan interaksi dengan pelanggan. Strategi ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Profil Instagram dilengkapi dengan tautan *WhatsApp* untuk mempermudah komunikasi langsung. Dalam 30 hari terakhir, akun Instagram mencatat 40 postingan terkait

dengan edukasi kesehatan dan informasi dasar apotek serta layanan, 72 pengikut yang didapatkan secara organik, dan lebih dari 40.000 tayangan, menunjukkan keterlibatan masyarakat yang baik dan potensi besar bagi strategi digital marketing (Harini et al., 2023).

Untuk memaksimalkan desain kreativitas dari konten di Instagram, konten dibuat dengan aplikasi Canva untuk meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat identitas *branding*, sekaligus mengoptimalkan waktu pembuatan konten tanpa memerlukan keahlian desain mendalam. Tampilan profil Instagram dan pembuatan konten dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 3. Penyesuaian Lokasi Apotek pada Google, Desain dan Penggunaan Logo pada Konten Promosi Layanan Apotek



Gambar 4. Tampilan Profil Akun Instagram dan Hasil Konten Informasi Layanan Apotek Melalui Canva

Praktik digitalisasi pada layanan dasar Apotek Sugih Waras Mojokerto mencakup komunikasi profesional yang tergambarkan pada aktivitas bisnis yang saat ini baru saja dibangun bersama dengan salah satu klinik di Mojokerto. Untuk meningkatkan penguatan manajemen pelayanan, baik dalam aspek kerjasama


maupun pemantauan keuangan laba-rugi, penggunaan aplikasi pihak ketiga yang tersedia secara gratis menjadi pilihan strategis. Pertimbangan ini didasarkan pada kebutuhan untuk memulai langkah awal dalam pembelajaran praktik digitalisasi manajemen, yang memungkinkan pengelola untuk memahami sistem digital secara bertahap tanpa membebani sumber daya keuangan. Sistem pencatatan manual di apotek cenderung menyebabkan kesalahan administratif yang sering terlewatkan. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi kebutuhan yang mendesak dalam meningkatkan akurasi dan efisiensi. Selain itu, aplikasi gratis diharapkan dapat memenuhi layanan dasar yang dibutuhkan, seperti pencatatan transaksi, laporan keuangan, dan pengelolaan inventori, sehingga memberikan efisiensi yang signifikan dalam operasional apotek.

Pada proses seleksi aplikasi untuk mendukung digitalisasi manajemen, dua opsi utama yang dipertimbangkan adalah *Vmedis* dan *Paper.id*. Setelah dilakukan penelaahan lebih lanjut, *Paper.id* dipilih sebagai solusi yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan awal apotek. Meskipun *Vmedis* menawarkan fungsi yang sangat lengkap, khususnya di bidang kesehatan, biaya yang diperlukan untuk aksesnya berada di luar kemampuan keuangan apotek saat ini. Selain itu, konsep yang diusung oleh *Vmedis* lebih cocok untuk unit kesehatan dengan posisi pasar yang kuat dan omset tinggi.



Gambar 5. Tampilan Aplikasi Manajerial *Paper.id*

Sebaliknya, *Paper.id* memberikan akses gratis untuk layanan manajemen dasar yang sangat dibutuhkan oleh apotek, seperti pencatatan keuangan dan pengelolaan laba-rugi. Meskipun ada beberapa layanan aplikasi yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan spesifik apotek, namun fleksibilitas dan efisiensi yang ditawarkan menjadi pilihan yang lebih tepat untuk langkah awal pembelajaran praktik digitalisasi tanpa harus membebani sumber daya keuangan apotek. Tampilan aplikasi *Paper.id* dapat dilihat pada gambar 5. Sejalan dengan tujuan awal yakni untuk melakukan digitalisasi pada layanan manajemen dasar, maka pemanfaatan aplikasi tersebut juga harus dilihat dari segi fungsionalnya. *Paper.id* memberikan hasil invoice dan laporan laba rugi pada gambar 6 yang menunjukkan bahwa aplikasi ini telah mampu memenuhi kebutuhan utama apotek, yaitu penyusunan dokumen transaksi yang rapi, profesional, dan mudah dipahami. Invoice yang dihasilkan menampilkan identitas apotek secara jelas, lengkap dengan informasi kontak, sehingga mendukung citra profesional dalam setiap transaksi. Di sisi lain, laporan laba rugi yang terstruktur sederhana dan spesifik pada kategori pendapatan memberikan kemudahan bagi pengelola apotek dalam memantau performa keuangan secara berkala. Tampilan ini sudah disesuaikan dengan kebutuhan operasional Apotek Sugih Waras, yang memerlukan sistem pelaporan yang tidak kompleks namun tetap akurat, sehingga memungkinkan evaluasi keuangan yang cepat serta mendukung perencanaan bisnis ke depan.

 Apotek Sugih Waras Perum Graha Majapahit Jl. Boulevard No.31, Gayaman, Kec. Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, Kab. Mojokerto Jawa Timur, 61364 Indonesia No. Telepon Pengguna: 6281357462914 sugihwaras@paper.id sugihwaras@gmail.com	
INVOICE / RECEIPT <i>Kuitansi / lagihan</i>	
Delivered/ Charge To: Klinik Mata Majapahit Diturunkan/ Ditagihkan: Klinik Mata Majapahit	Invoice Number : FO08/IV/2025 Nomor Invoice PO / SPK Number Nomor PO / SPKA Date : 08-04-2025 Tanggal Due Date : 20-05-2025 Jatuh Tempo

Laporan Laba Rugi Apotek Sugih Waras Periode Laporan : 2025-01-01 Sampai 2025-04-21	
Tipe Akun	
Pendapatan	
Pendapatan	2.398.900,00
Penjualan Umum - 4101	2.398.900,00
Pendapatan Jasa - 4102	0,00
Penjualan Produk - 4103	0,00
Pendapatan Pengiriman - 4110	0,00

Gambar 6. Hasil Bentuk Invoice dan Laporan Laba-Rugi Penjualan dari Aplikasi *Paper.id*

Pemanfaatan aplikasi, baik untuk pembuatan konten layanan maupun untuk manajemen operasional, perlu disosialisasikan kepada pengelola apotek yang ada saat ini. Proses pendampingan tidak hanya berfokus pada praktik teknis yang dilakukan oleh tim pendamping, namun juga mencakup transfer pengetahuan dan keterampilan kepada tim pelaksana di apotek. Pendekatan ini bertujuan agar praktik baik yang sudah dirancang dapat diterapkan secara mandiri oleh pengelola apotek, sehingga mampu memperkuat manajemen yang ada serta memastikan keberlanjutan

dari program digitalisasi yang telah dijalankan. Dengan demikian, apotek dapat berkembang lebih mandiri dan profesional dalam pelayanan serta operasionalnya. Salah satu proses pendampingan terhadap aplikasi dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Pendampingan Penggunaan Aplikasi pada Penanggungjawab Apotek

Proses digitalisasi dan penguatan manajemen apotek harus dilakukan secara terus-menerus untuk memastikan terciptanya budaya kerja yang baik dan berdampak positif bagi keberlangsungan apotek (Prastiyo & Hati, 2024). Konsistensi dalam menjalankan praktik-praktik yang sudah dirancang, seperti *branding*, *digital marketing*, dan penggunaan aplikasi manajemen, akan membangun pola kerja yang efisien dan profesional. Pendekatan berkelanjutan ini tidak hanya membantu apotek beradaptasi dengan perkembangan zaman, tetapi juga memperkuat kepercayaan pelanggan serta mitra kerja. Dengan menciptakan budaya yang berorientasi pada inovasi dan peningkatan layanan, apotek dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.



Gambar 8. Evaluasi dan Diskusi Tentang Aktivitas Pelayanan di Apotek

Proses ini dapat didukung melalui diskusi-diskusi yang diadakan dalam even-even tertentu untuk mengelaborasi poin-poin penting dalam setiap tahapannya. Diskusi tersebut memberikan kesempatan bagi tim pengelola apotek untuk berbagi pandangan, mengevaluasi langkah-langkah yang telah dilakukan, dan merancang strategi baru yang lebih efektif. Dengan adanya forum seperti ini, proses digitalisasi dan penguatan manajemen dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan kebutuhan apotek, sekaligus menciptakan budaya kolaborasi yang berdampak positif bagi perkembangan apotek ke depannya. Dengan sinergi yang kuat antara penanggungjawab apotek, pemilik apotek, dan tim pendamping diharapkan akan tercipta fondasi yang kokoh untuk melangkah menuju pelayanan kesehatan yang lebih modern dan profesional. Salah satu bentuk elaborasi yang dilakukan oleh tim Apotek Sugih Waras bersama dengan tim pendamping dapat dilihat pada gambar 8.

Dengan selesainya tahapan ini, hasil dan pembahasan yang telah dirumuskan menjadi fondasi penting dalam pengembangan Apotek Sugih Waras Mojokerto. Kesuksesan implementasi program tidak terlepas dari dedikasi dan kerja sama yang erat dari tim inti manajemen apotek. Semoga langkah-langkah yang telah dijalankan ini dapat menjadi awal yang baik dalam menciptakan budaya kerja yang inovatif, efisien, dan berdampak positif bagi keberlanjutan apotek di masa depan. Semoga sinergi ini menjadi inspirasi untuk menciptakan budaya kerja yang berkelanjutan, mengokohkan posisi Apotek Sugih Waras Mojokerto sebagai pilihan utama layanan kesehatan di Mojokerto, serta membawa manfaat yang lebih besar bagi komunitas sekitar.

Kesimpulan

Pengembangan Apotek Sugih Waras Mojokerto telah membuktikan pentingnya sinergi, inovasi, dan adaptasi dalam menghadapi tantangan di industri layanan kesehatan. Berbagai hasil utama yang dicapai meliputi perbaikan identitas apotek melalui koreksi alamat Google dan pembuatan logo serta slogan baru, implementasi digital marketing melalui Instagram yang berhasil mencapai 40 postingan, 72 pengikut, dan lebih dari 40.000 tayangan dalam 30 hari, serta digitalisasi manajemen operasional dengan pemanfaatan aplikasi berbasis web untuk pencatatan transaksi, laporan keuangan, dan pengelolaan laba rugi secara profesional. Selain itu, program pendampingan selama tiga bulan juga berhasil meningkatkan keterampilan teknis pengelola apotek dalam penggunaan teknologi, memperkuat budaya kerja modern, serta membangun pola kolaborasi yang konsisten. Dengan penguatan

branding, digitalisasi manajemen, dan optimalisasi pelayanan ini, apotek berhasil membangun fondasi kuat untuk menyediakan layanan yang lebih profesional, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang terstruktur dan berorientasi pada tujuan dapat memberikan dampak positif secara menyeluruh, dengan dedikasi serta kolaborasi erat antara pengelola apotek dan tim pendamping sebagai faktor utama. Untuk memastikan keberlanjutan pengembangan, digitalisasi dan penguatan manajemen harus dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan, termasuk melalui diskusi rutin dan acara khusus untuk mengevaluasi capaian, mengidentifikasi tantangan baru, serta merumuskan strategi inovatif. Pengelola apotek perlu terus beradaptasi dengan teknologi terbaru, memperkuat budaya kerja berbasis data, serta menyelesaikan proses reklame dan pendaftaran logo sebagai merek dagang yang masih menghadapi kendala administratif. Dengan komitmen tinggi terhadap peningkatan layanan dan semangat kerja sama yang kuat, Apotek Sugih Waras Mojokerto dapat semakin berkembang sebagai pilihan utama bagi masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Dengan penuh rasa syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, dan ilmu yang telah diberikan sehingga setiap langkah dalam program ini dapat dijalankan dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pemilik Apotek Sugih Waras Mojokerto atas kerja sama, dedikasi, dan visi yang luar biasa dalam mendukung upaya penguatan manajemen dan digitalisasi apotek. Tidak lupa, kepada seluruh pihak yang ada di Apotek Sugih Waras Mojokerto, kami sangat menghargai kerja sama, semangat, dan kontribusi aktif yang telah diberikan dalam setiap tahapan kegiatan, yang semoga membawa manfaat besar dan menjadi awal yang baik untuk kemajuan bersama di masa mendatang.

Referensi

Afifah, T. N., Putri, S., Erinaputri, N., Maghfiroh, S. A., Yusuf, H. A., Adristi, K., Heri Iswanto, A., Kesehatan, F. I., Masyarakat, K., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Jakarta, ". (2023). Analisis Pengaruh Pemilihan Lokasi Apotek Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Kesehatan Dan Gizi (JIG)*, 1(3), 65–77. <https://doi.org/10.55606/jikg.v1i3.1384>

- Disyandi, W., Sumaryono, W., Widyastuti, S., & Lesmana, H. (2019). Bauran Pemasaran Tentang Konsep Apotek Modern Serta Strategi Pemasarannya. *JRB- Jurnal Riset Bisnis*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.35592/jrb.v3i1.975>
- Hadning, I., Ghozali, M. T., Esha, P., Dewi, N., Wibowo, A. E., Utami, P., Octavia, M., Samad, A., Rohimatul, F., Putri, A., Farmasi, P. S., Yogyakarta, U. M., Brawijaya, J., & Kasihan, T. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Untuk Peningkatan Omzet Apotek di Era Pandemi. *Prosiding Seminar ...*, 901–906. https://www.academia.edu/download/107947771/946_Article_Text_3181_1_10_20221223.pdf
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Jumrah, Saleh, N., & Wahyuni, S. (2025). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan di Apotek Wonomulyo. *JURNAL E-BUSSINESS*, 4(2), 99–104.
- Malahati, F., B. A. U., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif : Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Masula, F., & Hermawan, A. (2024). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI AWAL PENERAPAN E-COMMERCE PADA KEGIATAN. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen (JISE)*, 2(3), 44–57.
- Nasri, N., Miracelova, R. A. I., & Lie, S. (2024). Application of pharmacy management systems and digital marketing : Impact on highly efficiency and increased turnover. 2.
- Novena, T., & Tesmanto, J. (2024). The Effect of Marketing Strategy on Increasing Competitiveness at Sehati Farma Pharmacy Jati Rahayu Pondok Melati Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Saing pada Apotek Sehati Farma Jati Rahayu Pondok Melati. 2(2), 119–133.
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)* . *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)*, 02(03), 793–800.
- Oktapiani, R., Indriyani, L., Pangestu, I., Kartikasari, R., & Nurfauziah, R. (2023). Sistem Informasi Penjualan Pada Apotek Puri Kasih. *JUSTIKA : Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 3(1), 19–24. <https://doi.org/10.31294/justika.v3i1.1788>

- Prastiyo, A., & Hati, A. K. (2024). Pelatihan Digitalisasi Farmasi Ikatan Apoteker Indonesia (Iai) Pc Kota Salatiga. *Abdi Makarti*, 3(2), 111–121. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/abdihakarti/article/view/722>
- Pratama, M. W., Hasan, D., & Putriana, L. (2022). Analisis Strategi Dalam Menjalankan Bisnis Apotek dan Meningkatkan Omzet Pada Masa Pandemi Covid 19. *Poltekita: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 16(3), 352–361. <https://doi.org/10.33860/jik.v16i3.1391>
- Pratiwi, R. I., & Prabandari, S. (2018). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Obat Bebas Di Apotek “Nurbunda” Dari Perspektif Etika Kefarmasian. *Parapemikir: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 7(1), 187–191. <https://doi.org/10.30591/pjif.v7i1.740>
- Priyono, T. D. S. A., & Yuniar, P. F. (2021). ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI APOTEK X KEDIRI. *Java Health Journal*, 8(3), 1–9.
- Rero, T. C., Rengga, A., Ayu, C., & Nuwa, W. (2025). Implementasi Penetapan Strategi Dalam Peningkatan Penjualan Pada Apotek Winola Medika. 12(1).
- Savero, M. R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Digital pada Apotek Pendidikan Sekolah Farmasi ITB. 5(10), 3794–3803.
- Yuwana, S. I. P., & Fadah, I. (2022). SWOT Analysis: Marketing Strategy Of Apotek Sawojajar Mas To Increase Sales And Competitiveness. *Journal of Management and Business Innovations*, 4(02), 30. <https://doi.org/10.30829/jombi.v4i02.12924>