

**LAPORAN HASIL PENELITIAN**  
**PROSPEK APOTEK *ONLINE* DI MASA PANDEMI COVID 19**



Peneliti:

**Hamka Halkam, SE., MBA**  
**Dosen Program Studi Manajemen**

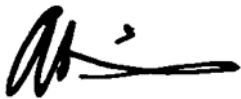
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA YAI  
JANUARI 2022

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN  
DOSEN FEB UPI Y.A.I**

---

1.	a.	Judul Penelitian	:	PROSPEK APOTEK <i>ONLINE</i> DI MASA PANDEMI COVID 19
	b.	Bidang Ilmu	:	Ekonomi
	c.	Kategori Penelitian	:	Sendiri
2.	Nama Peneliti			
	a.	Nama Lengkap	:	Hamka Halkam, SE., MBA
	b.	Jenis Kelamin	:	Laki-laki
	c.	Golongan Pangkat	:	III B
	d.	Jabatan Fungsional	:	Asisten Ahli
	e.	Jurusan	:	Manajemen
	f.	Pusat Penelitian	:	Universitas Persada Indonesia Y.A.I
3.	Lokasi Penelitian		:	Jakarta
4.	Jangka Waktu Penelitian		:	4 (empat) bulan
5.	Biaya Penelitian		:	Rp6.900.000,-

Mengetahui  
Kepala LPPM FEB UPI Y.A.I



Dr. Abdullah Muksin, S.Pd., MM  
NIDN: 0305056301

Jakarta, Januari 2022

Peneliti



Hamka Halkam, SE., MBA  
NIDN: 0305046606

Mengetahui  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YAI  
Dekan



Dr. Marhalinda, SE., MM  
NIDN: 0325036102

## ABSTRAK

Aktivitas perdagangan secara daring melalui internet (*e-commerce*) mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta jiwa di awal tahun 2021 atau sebesar 73,7% dari total populasi Indonesia. Peningkatan jumlah pengguna internet ini seiring dengan meningkatnya aktivitas belanja secara daring (*online*). Sebanyak 158,4 juta (87,1%) pengguna internet usia 16 – 64 tahun melakukan pembelian produk secara *online* pada bulan Desember 2020 (Hootsuite, 2021).

Peningkatan transaksi *e-commerce*, perkembangan industri farmasi dan peningkatan permintaan obat di dalam negeri memicu peningkatan bisnis apotek *online*, khususnya selama Pandemi Covid 19. Pada tahun 2021, nilai transaksi apotek *online* sekitar 2-3% dari industri farmasi atau senilai Rp2,83 triliun – Rp4,25 triliun. Karena itu, potensi bisnis apotek *online* di Indonesia masih sangat menjanjikan.

**Kata Kunci:** apotek *online*, *e-commerce*, industri farmasi

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillahirrabbi'l'alamin, Peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penelitian ini dapat terlaksana.

Pandemi Covid-19 masih terjadi hingga kini. Pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat guna mengendalikan penularan virus corona penyebab terjadinya pandemi tersebut. Pembatasan dampak mobilitas tersebut membuat masyarakat beralih ke transaksi *online* guna memenuhi kebutuhannya. Tidak terkecuali dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas obat-obatan dan layanan kesehatan lainnya. Jika selama ini masyarakat membeli obat atau menebus resep dengan mengunjungi apotek secara langsung, dalam masa pandemi ini, masyarakat mulai melakukan hal tersebut secara *online*.

Dampak dari hal di atas, pengusaha apotek semakin banyak menawarkan produk mereka secara *online*. Para pengusaha berlomba untuk menawarkan pelayanan yang cepat, mudah, aman, dan nyaman guna memenuhi kebutuhan obat-obatan bagi masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan dan prospek bisnis apotek *online* selama masa pandemi Covid-19.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih memerlukan penyempurnaan agar penelitian dapat lebih sempurna dan komprehensif. Karena itu, Peneliti mengharapkan adanya masukan dan kritikan yang membangun dari semua pihak guna penyempurnaan hasil penelitian ini.

Terima kasih.

Peneliti

Hamka Halkam, SE., MBA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Pembatasan Masalah.....	3
1.4. Perumusan Masalah.....	3
1.5. Tujuan Penelitian.....	3
1.6. Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1. Pengertian Apotek.....	5
2.2. Obat.....	5
2.2.1. Pengertian Obat.....	5
2.2.2. Penggolongan Obat.....	6
2.2.3. Daftar Obat Wajib Apotek.....	9
2.3. <i>E-Commerce</i> .....	11
2.3.1. Pengertian.....	11
2.3.2. Faktor Pendukung.....	11
2.3.3. Jenis Transaksi.....	12
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	15
3.1. Data yang Dibutuhkan.....	15
3.2. Sumber Data .....	15
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	16
3.4. Teknik Analisa Data .....	16

<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>17</b>
4.1.	Perkembangan Bisnis Apotek <i>Online</i> di Indonesia .....	17
4.1.1.	Permintaan Obat.....	17
4.1.2.	Perkembangan Industri Farmasi .....	18
4.1.3.	Perkembangan Apotek <i>Online</i> .....	18
4.1.3.1.	Pelaku Bisnis Apotek <i>Online</i> .....	19
4.1.3.2.	Regulasi Bisnis Apotek <i>Online</i> .....	20
4.2.	Nilai Transaksi Apotek <i>Online</i> .....	21
4.3.	Potensi Bisnis Apotek <i>Online</i> .....	22
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>25</b>
5.1.	Kesimpulan .....	25
5.2.	Saran .....	25
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>26</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

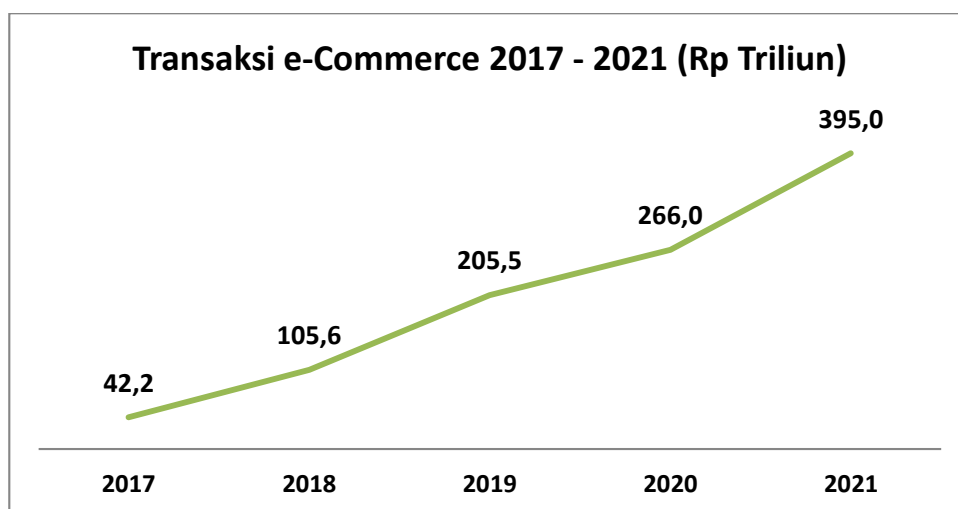
### 1.1. Latar Belakang

Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang berarti dalam beberapa tahun terakhir. Di awal tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta jiwa, meningkat sebesar 15,5% (27 juta jiwa) dibanding tahun 2020. Dengan populasi sebesar 274,9 juta jiwa, maka penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% di awal tahun tersebut (kompas.com: Feb 2021). Jumlah ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya.

Peningkatan jumlah pengguna internet di atas seiring dengan meningkatnya aktivitas belanja secara daring (*online*). Pada Desember 2020, dari 181.9 juta populasi pengguna internet usia 16 – 64 tahun, sebanyak 158,4 juta (87,1%) melakukan pembelian produk secara *online* (Hootsuite, 2021). Aktivitas perdagangan secara daring melalui internet (*e-commerce*) mengalami peningkatan yang sangat signifikan.

Grafik berikut memperlihatkan nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2017 – 2021. Nilai transaksi pada tahun 2021 merupakan angka perkiraan.

Grafik 1.1. Nilai Transaksi e-Commerce Indonesia, 2018 – 2021.



Sumber: Bank Indonesia, 2021

Bank Indonesia (BI) memperkirakan nilai transaksi e-commerce pada tahun 2021 sebesar Rp 395 triliun, atau tumbuh 48,4% yoy (*year on year*). Nilai transaksi e-commerce pada tahun 2017 sebesar Rp 42,2 triliun, tahun 2018 sebesar Rp105,6 triliun (naik 150,24% yoy), tahun2019 sebesar Rp205,5 triliun (naik 94,69% yoy), dan tahun 2020 sebesar Rp266 triliun (naik 29,44% yoy).

Belanja melalui internet (*e-commerce*) dirasakan konsumen lebih praktis, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, menghemat waktu, banyak pilihan baik produk maupun penjual, dan harga yang lebih murah di banding *off line*. Dari sisi produsen, peluang ini dimanfaatkan dengan membuat portal (situs) untuk berjualan atau berjualan pada marketplace (sebuah media yang memfasilitasi proses jual beli yang berasal dari beragam toko) seperti Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Shopee, atau JnD serta memanfaatkan media sosial seperti facebook, whatsapp, atau instragram. Transaksi *e-commerce* juga semakin mudah dengan banyak perusahaan jasa pengiriman barang, seperti Gojek, Grab, Pos, JNE, SiCepat, dll.

Seiring dengan peningkatan transaksi e-commerce di atas, bisnis apotek *online* di Indonesia diproyeksikan akan terus berkembang. Perkembangan ini juga sejalan dengan perkembangan industri farmasi dan peningkatan penjualan obat di dalam negeri. Karenanya, banyak apotek yang mengembangkan usahanya dengan melakukan penjualan secara on-line.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud meneliti mengenai perkembangan bisnis apotek *online* dalam beberapa tahun terakhir, terutama di saat pandemi Covig 19 yang masih berlangsung hingga kini.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:



1. Peningkatan penggunaan internet mempengaruhi aktivitas belanja obat secara *online* (e-commerce)
2. Apotek *online* dapat menjadi solusi untuk mengakses kebutuhan obat masyarakat yang lebih mudah, cepat, murah, dan aman.
3. Pelaku apotek *online* mesti menjamin keaslian dan keamanan obat yang ditawarkan.
4. Pemerintah harus mengatur dan mengawasi transaksi obat secara *online* agar berjalan dengan baik dan aman.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Penulis membatasi masalah pada penelitian ini pada potensi bisnis apotek *online*..

### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah pokok yang dirumuskan pada penelitian ini adalah bagaimana potensi bisnis apotek *online* pada masa pandemi.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perkembangan bisnis apotek *online* di Indonesia, terutama pada masa pandemi Covid-19
2. Mengetahui besaran nilai transaksi pembelian obat di apotek secara *online*.
3. Menganalisa potensi bisnis apotek *online* di Indonesia

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat atau kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah dapat menjadi masukan dalam upaya pengambilan kebijakan dalam mengatur bisnis apotek *online*.
2. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan landasan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Apotek**

Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (PMK RI) mendefinisikan apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh Apoteker. Sedangkan Apoteker adalah sarjana farmasi yang telah lulus sebagai Apoteker dan telah mengucapkan sumpah jabatan Apoteker. Menurut Peraturan ini, apotek menyelenggarakan fungsi pengelolaan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai; dan pelayanan farmasi klinik (termasuk di komunitas).

Sediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika. Alat kesehatan adalah instrumen, aparatus, mesin dan/atau implan yang tidak mengandung obat yang digunakan untuk mencegah, mendiagnosis, menyembuhkan dan meringankan penyakit, merawat orang sakit, memulihkan kesehatan pada manusia, dan/atau membentuk struktur dan memperbaiki fungsi tubuh. Bahan medis habis pakai adalah alat kesehatan yang ditujukan untuk penggunaan sekali pakai yang daftar produknya diatur dalam peraturan perundang-undangan. Peraturan ini mengharuskan apotek menjamin ketersediaan sediaan farmasi, alat kesehatan dan bahan medis habis pakai yang aman, bermutu, bermanfaat, dan terjangkau.

#### **2.2. Obat**

##### **2.2.1. Pengertian Obat**

Obat adalah zat apa pun yang menyebabkan perubahan fisiologi atau psikologi organisme saat dikonsumsi ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)). UU No. 36/2009, mendefinisikan obat adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis,

prevention, cure, recovery, health improvement and contraception, for humans. Meanwhile, traditional medicine is a material or mixture of materials that are plant, animal, mineral, simple (galenic), or a mixture of these materials that have been used for treatment, and can be applied according to the norms that apply in society (UU No. 36/2009 on Health).

### 2.2.2. Classification of Drugs

National Drug Information Center (PIONAS) National Drug and Food Agency of the Republic of Indonesia (Badan POM RI), classifies drugs into three types, namely: over-the-counter, limited over-the-counter, and hard drugs (pionas.pom.go.id).

**Over-the-counter** is a drug that is sold freely in the market and can be bought without a doctor's prescription. A special sign for over-the-counter drugs is a green circle with a black border.



**Limited over-the-counter** is a drug that is sold freely and can be bought without a doctor's prescription, but accompanied by a warning sign. A special sign for this drug is a blue circle with a black border.



In addition to these special signs, limited over-the-counter drugs are also given a warning sign for proper use so that the drug is safe for self-treatment. The warning sign is a square with a black background and white letters, consisting of 6 types, namely:

P. No.1  
Awat! Obat Keras.  
Baca aturan pakainya

P. No. 2  
Awat! Obat Keras  
Hanya untuk kumur jangan ditelan

P. No.3  
Awat! Obat keras  
Hanya untuk bagian luar badan

P. No. 4  
Awat! Obat keras  
Hanya untuk dibakar

P.No.5  
Awat! Obat Keras  
Tidak boleh ditelan

P. No.6  
Awat! Obat keras  
Obat wasir, jangan ditelan.

**Obat Keras** adalah obat yang hanya dapat diperoleh dengan resep dokter. Tanda khusus obat ini adalah lingkaran bulat merah dengan garis tepi berwarna hitam, dengan huruf K ditengah yang menyentuh garis tepi. Obat ini hanya boleh dijual di apotik dan harus dengan resep dokter pada saat membelinya.



Obat juga dapat dibagi ke dalam jenis obat OTC (*Over The Counter*) dan obat etikal (*ethical*). Jenis obat OTC terbagi atas: obat bebas dan obat bebas terbatas. Obat etikal adalah obat yang harus diperoleh dengan resep dokter dan hany bisa dibeli di apotek. Jenis obat etikal, yaitu:

- Daftar G atau Obat Keras, seperti: antibiotika, anti diabetes, anti hipertensi, dan lainnya.

- Daftar O atau Obat Bius adalah golongan obat-obat narkotika
- Obat Keras Tertentu (OKT) atau psikotropik, seperti: obat penenang, obat sakit jiwa, obat tidur, dan lainnya.
- Obat Wajib Apotik, yaitu Obat Keras yang dapat dibeli dengan resep dokter, namun dapat pula diserahkan oleh apoteker kepada pasien di apotik tanpa resep dokter dengan jumlah tertentu, seperti anti histamine, obat asma, pil anti hamil, beberapa obat kulit tertentu, dan lain-lain.

Perbedaan obat OTC dan obat etikal dapat dilihat pada tabel berikut ([www.honestdocs.id](http://www.honestdocs.id)).

Tabel 2.1. Perbedaan Obat OTC dan Obat Etikal

<b>Obat OTC</b>	<b>Obat Etikal</b>
Tidak membutuhkan resep dokter, karena dari singkatannya OTC adalah <i>Over The Counter</i> yang berarti bisa dibeli secara bebas di toko atau supermarket	Membutuhkan resep dokter saat ingin membelinya dari apotek
Bisa dibeli secara bebas, seperti di warung, supermarket, atau toko	Harus dibeli di apotek disertai dengan resep dokter yang jelas
Bisa diberikan untuk orang banyak tanpa spesifikasi. Namun, harus diperhatikan bahwa penggunaan obat tetes mata jangan digunakan bersamaan karena dapat meningkatkan risiko penularan	Diresepkan dan diberikan khusus untuk satu orang saja berdasarkan diagnosa yang ditentukan oleh dokter kepada pasien
Dibeli berdasarkan diagnosa sendiri tanpa pergi ke dokter atau ke rumah sakit tertentu. Contohnya saat seseorang sakit gigi akan membeli ponstan, atau saat merasa pusing ia akan membeli panadol	Untuk membeli obat resep dokter, dibutuhkan diagnosa dan surat keterangan mengenai penyakit yang diderita secara jelas dari dokter
Obat-obatan OTC cukup aman dan memiliki	Memiliki efek samping yang lebih besar

efek samping yang minimal	dibandingkan dengan obat-obatan OTC. Karena itulah, dibutuhkan resep dokter dan spesifikasi untuk satu pasien saja
Digunakan untuk mengobati penyakit- penyakit ringan	Digunakan untuk mengobati penyakit ringan, tapi juga bisa digunakan untuk penyakit yang lebih berat
Bisa berbahaya jika salah digunakan	Bisa berbahaya jika disalahgunakan
Harga obat-obatan yang dijual bebas umumnya lebih murah, Namun ada juga obat-obatan OTC yang lebih mahal dibandingkan dengan obat-obatan generik	Harga obat-obatan yang diresepkan dokter umumnya lebih mahal, karena kandungannya mahal maupun adanya hak paten dari perusahaan yang mengeluarkannya

Sumber: [www.honestdocs.id](http://www.honestdocs.id)

### 2.2.3. Daftar Obat Wajib Apotek (DOWA)

Obat Wajib Apotek adalah beberapa obat keras yang dapat diserahkan tanpa resep dokter, namun harus diserahkan oleh apoteker di apotek. DOWA dikeluarkan berdasarkan keputusan Menteri Kesehatan. Hingga kini, Menteri Kesehatan telah menerbitkan tiga PMK yang mencantumkan dengan DOWA, yaitu:

1. Keputusan Menteri Kesehatan nomor 347/ MenKes/SK/VII/1990 tentang Obat Wajib Apotek berisi Daftar Obat Wajib Apotek No. 1;
2. Keputusan Menteri Kesehatan nomor 924/ Menkes / Per / X / 1993 tentang Daftar Obat Wajib Apotek No.2;
3. Keputusan Menteri Kesehatan nomor 1176/Menkes/SK/X/1999 tentang Daftar Obat Wajib Apotek No.3.

Obat juga dapat digolongkan berdasarkan istilah berikut (krakataumedika.com):

**Obat Esensial.** Obat esensial adalah obat terpilih yang paling diperlukan untuk pelayanan kesehatan, mencakup upaya diagnosis, profilaksis, terapi dan rehabilitasi, yang diupayakan tersedia pada unit pelayanan kesehatan sesuai dengan fungsi dan tingkatnya, misalnya: obat TBC, antibiotik, vaksin, obat generik, dan lain-lain.

**Obat Generik.** Obat yang dipasarkan dengan menggunakan nama zat aktifnya yang ditetapkan oleh farmakope Indonesia dan INN (International Non-proprietary Names) dari WHO, misalnya: amoksisilin, metformin dan lain-lain. Obat generik tidak memakai nama dagang maupun logo produsen obat tersebut, sehingga produsen tidak memerlukan biaya promosi. Kebijakan obat generik adalah salah satu kebijakan untuk mengendalikan harga obat.

**Obat Nama Dagang (*Branded Drugs*).** Obat nama dagang adalah obat dengan nama sediaan yang ditetapkan pabrik pembuat dan terdaftar di departemen kesehatan negara yang bersangkutan, obat nama dagang disebut juga obat merek terdaftar. Contoh: amoksan, diafac, pehamoxil, dan lain-lain.

**Obat Paten.** Obat Paten adalah hak paten yang diberikan kepada industri farmasi pada obat baru yang ditemukannya berdasarkan riset. Industri farmasi tersebut diberi hak paten untuk memproduksi dan memasarkannya, setelah melalui berbagai tahapan uji klinis sesuai aturan yang telah ditetapkan secara internasional. Obat yang telah diberi hak paten tersebut tidak boleh diproduksi dan dipasarkan dengan nama generik oleh industri farmasi lain tanpa izin pemilik hak paten selama masih dalam masa hak paten.



**Obat Jadi.** Obat jadi adalah obat dalam keadaan murni atau campuran dalam bentuk serbuk, emulsi, suspensi, salep, krim, tablet, supositoria, klisma, injeksi dll yang mana bentuk obat tersebut tercantum dalam farmakope Indonesia.

**Obat Tradisional.** Obat tradisional adalah obat jadi yang berasal dari tumbuhan, hewan, dan mineral atau sediaan galenik, obat berdasarkan pengalaman empiris turun temurun.

### **2.3. E-Commerce**

#### **2.3.1. Pengertian**

Secara umum *electronic commerce* (perdagangan elektronik), disingkat *e-Commerce*, adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui internet ([www.investopedia.com](http://www.investopedia.com)). Pengertian e-commerce yang lebih luas adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik, seperti: internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)). E-commerce dapat juga diartikan sebagai suatu proses bisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik.

#### **2.3.2. Faktor Pendukung**

Beberapa faktor pendukung perkembangan e-commerce, antara lain ([www.unpas.ac.id](http://www.unpas.ac.id)):

- Cakupan yang luas
- Proses transaksi yang cepat
- e-commerce dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik

- e-commerce dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah dan informatif
- e-commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.

### **2.3.3. Jenis Transaksi**

Transaksi e-commerce terdiri dari beberapa jenis, yaitu (www.jurnal.id):

#### **1. *Business to Business (B2B)***

B2B adalah transaksi baik secara elektronik maupun fisik antara bisnis yang satu dengan bisnis lainnya. Pelaku jenis transaksi ini merupakan kelompok pengusaha, bukan konsumen perorangan. Misalnya produsen bahan baku kulit sintetis dengan pengusaha pembuat tas dan sepatu.

#### **2. *Business to Consumer (B2C)***

Transaksi B2C dilakukan secara langsung antara produsen barang dan jasa dengan konsumen akhir. Operasi B2C seperti toko eceran yang menjual barang secara eceran, namun proses transaksinya dilakukan secara *online* dan memiliki gudang untuk persediaan barang. Contohnya Lazada, Amazon, dan Traveloka.

#### **3. *Consumer to Consumer (C2C)***

C2C adalah transaksi barang atau jasa yang dilakukan dari konsumen ke konsumen. C2C terbagi dalam dua model, yaitu: *marketplace* dan *classified*. Pada model *marketplace*, konsumen sebagai penyedia barang dan jasa membutuhkan sebuah *platform* sebagai wadah transaksi. Konsumen yang bertindak sebagai penjual dapat mem-*posting* berbagai produk untuk dibeli oleh konsumen lainnya di *platform* tersebut. Contohnya Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee.

Pada model *classified*, penjual dan pembeli diberikan kebebasan untuk bertransaksi secara langsung. *Website* yang tersedia berfungsi hanya untuk mempertemukan penjual dan pembeli namun tidak memfasilitasi transaksi jual beli *online*, contohnya OLX dan Kaskus. Metode transaksi yang kerap dilakukan ada melalui *cash on delivery* (COD).

#### **4. *Consumer to Business (C2B)***

Transaksi C2B dilakukan dari konsumen kepada perusahaan. Pada C2B, individu menawarkan produk atau jasa ke perusahaan yang membutuhkan, misalnya *content writer* yang menawarkan kemampuan menulisnya kepada perusahaan yang membutuhkan. Situs *freelancer.com* merupakan situs populer yang menjadi wadah bagi para *freelancer* untuk menawarkan keahliannya kepada pihak yang membutuhkan.

#### **5. *Business-to-Administration (B2A)***

B2A atau Business-to-Government (B2G) adalah jenis e-commerce dimana perusahaan menawarkan barang dan jasa kepada lembaga pemerintah. Barang dan jasa yang ditawarkan merupakan barang atau jasa yang dibutuhkan untuk operasional dan proyek pemerintah yang dilakukan melalui proses tender.

#### **6. *Consumer-to-Administration (C2A)***

C2A atau Consumer-to-Government (C2G) merupakan proses transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu kepada lembaga pemerintah, misalnya pembayaran pajak dan iuran BPJS.

Transaksi B2A dan C2A bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan penggunaan layanan baik pemerintah maupun individu dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi.

### **7. *Online-to-Offline (O2O)***

Transaksi ini merupakan jenis transaksi baru di mana produsen menggunakan dua saluran, baik *online* maupun *offline*. Pihak produsen akan melakukan promosi, menemukan konsumen, menarik konsumen serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan layanan perusahaan melalui jaringan *online*, kemudian diteruskan dengan melakukan pembelian atau transaksi secara *offline*. O2O juga berhubungan dengan aktivitas pemesanan secara *online* dan melakukan pengambilan barang di toko *offline*. Jenis transaksi ini banyak digunakan pada sektor transportasi, seperti Gojek dan Grab, dan juga penyediaan akomodasi, seperti: Airbnb dan Airy.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penggunaan analisa deskriptif terhadap data-data dan informasi yang diperoleh dan memaparkan temuan yang ada kemudian menyusunnya secara sistematis guna memperoleh hasil akhir penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara obyektif.

#### **3.1. Data yang Dibutuhkan**

Data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain: jumlah apotek *online*, permintaan obat secara *online*, jumlah transaksi bisnis apotek *online*, dan data-data dan informasi lainnya yang mendukung dan berguna bagi penelitian ini. Data yang digunakan adalah data-data dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2016 – 2020). Data-data yang diperoleh akan dikumpulkan untuk diolah dan dianalisis menjadi hasil penelitian.

#### **3.2. Sumber Data**

Data-data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, media massa, dokumen resmi, situs internet resmi, dan sumber data lain yang mendukung dan penting bagi penelitian ini. Data-data tersebut terutama diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Kesehatan, Bank Indonesia, organisasi dan lembaga penelitian, dan dari kementerian/lembaga lainnya.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kajian pustaka dengan cara menghimpun, menelaah, memilah dan mengolah data dan informasi yang relevan yang diperoleh dari sumber data.

### **3.4. Teknik Analisis Data**

Data-data yang telah dikumpulkan akan direduksi dengan cara dianalisis secara seksama, ditipologikan ke dalam kelompok-kelompok dan disaring guna mendapatkan pola umum atau fenomena dari data tersebut. Data-data ini kemudian disajikan, baik dalam bentuk grafik, tabel, diagram, dan bentuk-bentuk lainnya agar mudah dipahami dan selanjutnya dibuat kesimpulan akhir.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

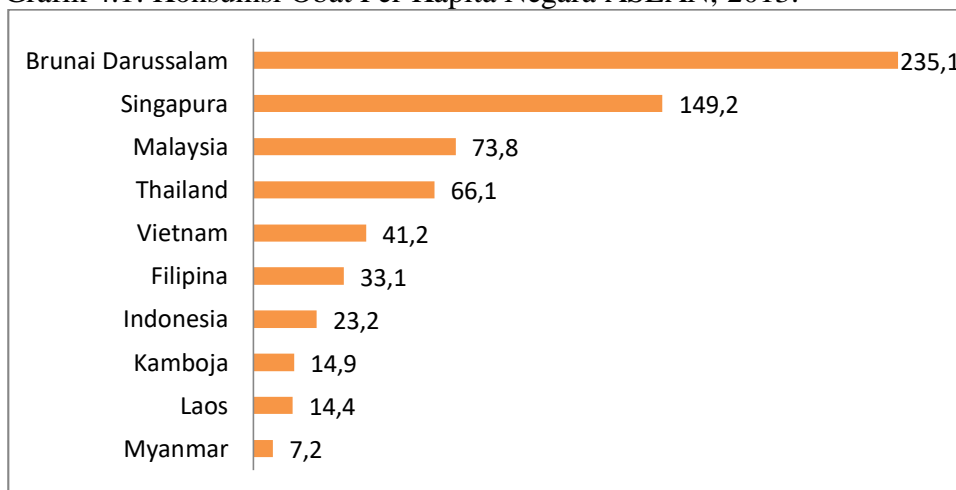
#### 4.1. Perkembangan Bisnis Apotek *Online* di Indonesia

##### 4.1.1. Permintaan Obat

Obat merupakan kebutuhan esensial bagi setiap orang. Permintaan obat akan meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk pada suatu negara. Permintaan obat tidak dipengaruhi dengan kondisi ekonomi. Namun, Indonesia masih termasuk negara dengan konsumsi obat per kapita yang tergolong rendah.

Kementerian Perindustrian melaporkan bahwa Indonesia termasuk negara dengan konsumsi obat per kapita terendah di antara negara-negara ASEAN. Laporan tersebut melaporkan bahwa konsumsi obat Indonesia sebesar USD23,2 per kapita, jauh di bawah negara tetangga Malaysia yang berjumlah USD73,8 per kapita (Industri Farmasi Nasional Buku Analisis Pembangunan Industri - Edisi II 2021). Grafik berikut memperlihatkan konsumsi obat per kapita negara-negara ASEAN pada tahun 2013.

Grafik 4.1: Konsumsi Obat Per Kapita Negara ASEAN, 2013.



Sumber: Kementerian Perindustrian, 2021

Berdasarkan Laporan tersebut, konsumsi obat per kapita Indonesia yang rendah disebabkan oleh daya beli masyarakat yang rendah dan pola konsumsi obat di Indonesia yang berbeda dengan negara-negara ASEAN lainnya. Negara-negara ASEAN lain seperti Malaysia, lebih mengarah pada penggunaan obat paten yang harganya jauh lebih mahal dibanding obat *branded generic*.

#### **4.1.2. Perkembangan Industri Farmasi**

Industri farmasi berkembang seiring dengan peningkatan permintaan obat masyarakat. Pada tahun 2016 industri farmasi Indonesia sebesar Rp65,9 triliun dan diperkirakan mencapai Rp141,54 triliun pada tahun 2021 atau mengalami peningkatan yang cukup berarti sebesar 47% (beritasatu.com). Pertumbuhan industri farmasi ini akan terus berlanjut dengan mengingat konsumsi obat per kapita Indonesia yang masih tergolong rendah dan dengan berjalannya program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang dilaksanakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS).

Perkembangan industri farmasi juga dikarenakan oleh peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan dan pola hidup sehat yang mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi obat-obatan penunjang kesehatan, peningkatan pendapatan masyarakat yang meningkatkan daya beli masyarakat terhadap obat-obatan dan suplemen kesehatan.

#### **4.1.3. Perkembangan Apotek *Online***

Bisnis apotek *online* di Indonesia diperkirakan akan terus mengalami perkembangan. Hal ini seiring dengan meningkatnya transaksi *e-commerce* dan juga sejalan dengan semakin berkembangnya industri farmasi dan meningkatnya penjualan obat di dalam negeri.

Saat ini, hampir sebagian besar pelaku usaha apotek mengembangkan usaha dengan memperluas operasi penjualan produk melalui penjualan secara on-line. Penjualan dilakukan



melalui web seperti: jaringan apotek Kimia Farma dan Apotik K24 dan apotek milik pribadi seperti: [www.klik-apotek.com](http://www.klik-apotek.com) dan [www.farmaku.com](http://www.farmaku.com) menggunakan aplikasi Pro-sehat, Obat24, ApotikAntar, go-med, ApotekMart, atau Medive, serta menjual pada *marketplace* yang ada. Para pelaku usaha apotek lebih cenderung untuk membuka apotek *online* dibandingkan dengan membuka cabang baru karena pertimbangan biaya yang lebih murah dan jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Apotek *online* pada tahun 2021 tumbuh sekitar 10% dan memberikan kontribusi terhadap industri farmasi baru sekitar 2-3%. Nilai transaksi Penjualan obat secara *online* ini diperkirakan akan tetap tumbuh dan semakin besar selain dikarenakan faktor pandemi dan juga karena masyarakat merasakan merasa nyaman dan banyak keuntungan yang didapatkan dengan membeli secara *online*.

Faktor lain yang memicu peningkatan transaksi obat *online* adalah ketidakmerataan lokasi apotek di Indonesia, mayoritas apotek berada di Pulau Jawa, sehingga dengan adanya layanan *online* memudahkan akses bagi penduduk Indonesia, dimana pun berada, untuk membeli obat. Selain itu, muncul segmen baru yang yaitu kaum millennial yang cukup mendominasi pada usaha ini.

#### 4.1.3.1. Pelaku Bisnis Apotek *Online*

Saat ini ada dua cara untuk memasuki pasar usaha apotek *online*, yakni: membuat portal sendiri atau masuk dalam *marketplace*. *Marketplace* adalah portal (*website*) yang dibuat untuk mempertemukan penjual dan pembeli –lapak. Beberapa pelaku usaha apotek *online* yang sudah cukup terkenal saat ini, antara lain:

1.	K24 Klik	<a href="http://www.k24klik.com">www.k24klik.com</a>	Apotek K24
2.	Kalbe Store	<a href="http://www.kalcare.com">www.kalcare.com</a>	Kalbe Farma

3.	Kimia Farma Mobile	Google Play, App Store	Kimia Farma
4.	Apoplus	Google Play, App Store	PT Fors Fortis Indonesia
5.	Medicastore	medicastore.com	PT Clinisindo Putra Perkasa
6.	Klik-Apotek	Klik-Apotek.com	PT Hexpharm Jaya Laboratories
7.	Apotek Alfa Med	www.alfamedika.co.id	Apotek Alfa Medika
8.	Goapotik	goapotik.com (marketplace)	PT Global Urban Esensial
9.	PharmaNet B2B	Google Play (marketplace)	Smart Dev
10.	NJA <i>Online</i>	Google Play	PT Nutrindo Jaya Abadi (Pharos Group)
11.	Lifepack	Lifepack.id	Lifepack & Jovee

Perkembangan yang bagus dan menarik dalam bisnis apotek *online* adalah penyedia jasa konsultasi dengan dokter dan apoteker yang dilakukan oleh pelaku usaha ini. Hal ini dimaksudkan guna memberikan pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kredibilitas apotek *online*.

#### **4.1.3.2. Regulasi Bisnis Apotek *Online***

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah mengeluarkan Peraturan Nomor 8 tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan Secara Daring. Peraturan ini memaparkan bahwa pelayanan obat secara daring dapat dilakukan dengan sistem elektronik yang dimiliki oleh apotek atau yang disediakan oleh Penyelenggara Sistem Elektronik Farmasi (PSEF). Secara garis besar peraturan tersebut mengatur, antara lain:

- Peredaran Obat secara daring hanya dapat dilaksanakan untuk Obat yang termasuk dalam golongan Obat bebas, Obat bebas terbatas dan Obat keras sebagaimana diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Peredaran obat tersebut di atas hanya boleh dilakukan oleh apotek melalui sistem daring sendiri atau PSEF (Penyelenggara Sistem Elektronik Farmasi). PSEF adalah badan hukum yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.
- Apotek dilarang melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk Obat
- Peredaran Pangan Olahan untuk Keperluan Medis Khusus (PKMK) secara daring hanya dapat dilakukan oleh Apotek. PKMK adalah Pangan Olahan yang diproses atau diformulasi secara khusus untuk manajemen diet bagi orang dengan penyakit/gangguan tertentu.
- Peredaran Obat dan PKMK secara daring dilarang melalui Media Sosial, Daily Deals, dan Classified Ads.

Apotek mesti menjamin keamanan dan mutu obat, memberikan informasi produk dan aturan penggunaan obat, obat harus dalam wadah tertutup dan dijamin kerahasiannya, serta memastikan obat sampai tujuan. Disamping itu, apotek mesti mendokumentasikan serah terima obat dan mendokumentasikan serah terima obat dan mengarsipkan semua data informasi transaksi elektronik yang dapat ditelusuri dalam batas waktu 5 tahun. Resep asli wajib diserahkan saat penyerahan obat (Saran Akademisi).

#### **4.2. Nilai Transaksi Apotek *Online***

Nilai transaksi apotek *online* dapat dilihat dari kontribusi usaha ini terhadap industri farmasi. Pada tahun 2021 kontribusi apotek *online* terhadap industri farmasi baru sekitar 2-

3%. Dengan perkiraan besaran industri farmasi pada tahun 2021 mencapai Rp141,54 triliun, maka nilai transaksi apotek *online* pada tahun tersebut sekitar Rp2,83 triliun – Rp4,25 triliun.

Masih kecilnya kontribusi apotek *online* terhadap industri farmasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya: belanja obat secara *online* merupakan hal baru dan baru berkembang sejak beberapa tahun terakhir. Konsumen juga belum terbiasa dengan berbelanja obat secara *online* dan masih memiliki rasa takut atau khawatir berbelanja obat secara *online* karena menganggap masih lebih berisiko dibanding belanja secara offline. Disamping karena ada kekhawatiran yang sangat besar jika obat yang dikonsumsi tidak asli karena akan dapat berakibat besar terhadap kondisi kesehatan konsumen.

#### **4.3. Potensi Bisnis Apotek *Online* di Indonesia**

Potensi bisnis apotek *online* di Indonesia sangat menjanjikan yang disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

- **Tingkat penggunaan internet.** Jumlah pengguna internet di Indonesia pada bulan Januari 2021 sebesar 202,6 juta penduduk atau sebesar 73,7% dari total populasi Indonesia. Hal ini menjadi potensi yang sangat besar bagi pelaku usaha apotek sebagai dalam memasarkan produknya.
- **Pengalaman konsumen belanja *online* yang semakin baik.** Selama masa Pandemi Covid 19, konsumen telah memiliki pengalaman melakukan belanja secara *online*. Konsumen menjadi semakin terbiasa dan mulai merasa nyaman dengan berbelanja secara *online*. Beberapa survei menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen akan meneruskan kebiasaan ini meski pandemi telah berakhir.
- **Perbaikan layanan *online*.** Disamping karena tuntutan persaingan dalam bisnis apotek *online*, pelaku bisnis apotek *online* berupaya untuk semakin memperbaiki layanannya guna memberikan pelayanan optimal kepada konsumen. Hal ini tentunya

akan mengakibatkan semakin dimudahkannya konsumen dalam berbelanja *online* dan semakin meningkatkan rasa nyaman dan aman bagi konsumen.

- **Keuntungan Belanja *Online*.** Konsumen mendapatkan beberapa keuntungan melakukan pembelian obat secara *online*, antara lain:
  - Lebih praktis dan hemat waktu, konsumen dapat berbelanja kapan saja dan dimana saja dan tinggal menunggu pesanan datang. Pembelian secara *online* memberikan kemudahan pembelian obat bagi konsumen yang dalam kondisi tidak sehat atau lagi sibuk. Selain itu, konsumen dapat memilih cara pembayaran yang beragam dan mudah.
  - Harga yang lebih murah, konsumen dapat membandingkan harga yang ditawarkan oleh apotek-apotek *online*.
  - Tawaran promosi yang menarik seperti cashback, gratis biaya pengiriman, dan potongan harga.
  - Privasi lebih terjaga, pembelian dilakukan secara tidak langsung sehingga konsumen tidak perlu bertemu penjual
  - Informasi yang lebih lengkap, konsumen memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai obat dengan melakukan pencarian informasi mengenai obat tersebut di internet sebelum memutuskan pembelian

Namun demikian, beberapa kekurangan pada transaksi apotek *online*, antara lain:

- Keraguan atas keaslian obat, karena obat yang dipesan tidak dilihat secara langsung. Hal ini juga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, ada kepuasan tersendiri jika melihat obat secara langsung.

- Sering terjadi penipuan, biasanya dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab dan banyak penjual yang tidak memiliki dasar pengetahuan mengenai obat. Siapapun dapat menjual obat.
- Pada pembelian obat dengan resep, karena resep asli dipegang konsumen, maka konsumen dapat melakukan penebusan obat berulang sehingga dikhawatirkan berdampak pada keselamatan konsumen
- **Perkembangan Keuangan Digital.** Industri keuangan digital semakin berkembang pesat. Sebagian besar pelayanan keuangan saat ini dilakukan secara digital. Transaksi keuangan secara digital semakin mudah, aman dan nyaman. Kondisi ini menyebabkan konsumen beralih ke pembayaran secara digital dalam transaksi keuangan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

- Bisnis apotek *online* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, khususnya selama Pandemi Covid 19, yang dipicu oleh peningkatan transaksi *e-commerce*, perkembangan industri farmasi dan peningkatan permintaan obat di dalam negeri.
- Nilai transaksi apotek *online* sekitar 2-3% dari industri farmasi atau senilai Rp2,83 triliun – Rp4,25 triliun pada tahun 2021.
- Potensi bisnis apotek *online* di Indonesia sangat menjanjikan dengan melihat faktor: pengguna internet di Indonesia yang berjumlah 202,6 juta jiwa (73,7% dari total populasi Indonesia), pengalaman konsumen belanja *online* yang semakin terbiasa dan semakin baik, layanan *online* yang semakin baik, banyaknya keuntungan yang diperoleh konsumen dalam berbelanja secara *online*, dan tuntutan perkembangan keuangan digital.

#### 5.2. Saran

- Perluanya dibuat regulasi dan aturan yang jelas dan tegas dalam mengatur pelaksanaan bisnis apotek *online* sehingga dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha bisnis apotek *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Buletin APJII, edisi 79, Januari 2021.

Hootsuite, We are Social, Indonesian Digital Report 2021, Januari 2021

Kementerian Perindustrian, Membangun Kemandirian Industri Farmasi Nasional, Buku Kimia Farma, Paparan Publik Tahun 2021, PT Kimia Farma Tbk., 28 April 2021.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

<https://www.honestdocs.id>

[www.investopedia.com](http://www.investopedia.com)

<https://www.jurnal.id>

<https://kabarinews.com>

<https://krakataumedika.com>

<https://nasional.kontan.co.id>

<http://pionas.pom.go.id/ioni/pedoman-umum>

<http://www.unpas.ac.id>

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)