

Prospek Pengembangan Apotek Spesialis Ibu dan Anak Di Jakarta Timur, DKI Jakarta

Oleh :

Karuma Barza A., Masruchin, D. Henky Lesmana

Magister Ilmu Kefarmasian (*Konsentrasi Bisnis Farmasi*),

Fakultas Farmasi, Universitas Pancasila

karumabarza@outlook.com

ABSTRACT

The research was purposued to find out public perception and potention towards pharmacy with women-children's concept in East Jakarta. This research is a descriptive explorative study conducted in East Jakarta in January – March 2017 by distributing questionnaires containing marketing mix and public acceptance to 100 respondents at pharmacy and women-children's hospital and doing Focus Group Discussion. This research showed results of: the concept of women-children's pharmacy can be accepted by public in East Jakarta. 91% respondents agreed with women-children's pharmacy concept and 54% respondents stated they would not going to conventional pharmacy anymore for women-children's health needsby considering the marketing mix aspects. Because of this reason the pharmacy specialist concept had potential to be developed in Indonesia especially in East Jakarta. The pharmacist must has the advanced knowledge to optimize outcomes for pediatric patients by providing patient care to children, including providing alternative dosage forms and specialized drug therapy monitoring required for pediatric patients. Moreover, the pharmacist in this concept has a role to advocating and educating children and their families about medications, promoting wellness, health, and other activities that advance knowledge for both the patient's parents and other health care providers.

Keywords: *Specialist Pharmacy, Women and Children, Public Perception, Marketing Mix, Service Marketing Concept*

PENDAHULUAN

Pembangunan kesehatan dan gizi yang beroorientasi pada pembangunan manusia berkelanjutan (*sustainable development for mankind*) dilandasi oleh kesadaran mengenai pentingnya investasi kesehatan bagi kemajuan bangsa dan negara. Tanpa kesehatan, tidak akan ada sumber daya manusia (SDM) yang intelektual dan produktif yang merupakan kunci untuk keberhasilan suatu bangsa. Investasi kesehatan harus dimulai sejak awal dan

dilakukan secara simultan diseluruh tahapan kehidupan mulai dari calon ibu hamil, ibu hamil, fetus, neonatus (0-1 bulan), bayi (1-12 bulan), anak usia dini (1-5 tahun), anak-anak (6-12 tahun, dan remaja (13-18 tahun) (Syafiq A.,2005).

Indonesia merupakan sebuah negara berkembang yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa dan angka tersebut terus bertambah pada tiap tahunnya. Provinsi DKI Jakarta merupakan ibukota negara dan juga merupakan pusat

bisnis, politik dan budaya, di samping itu DKI Jakarta yang memiliki angka kepadatan penduduk cukup tinggi dibandingkan provinsi lainnya yaitu sekitar 15.052 jiwa/km² ini merupakan pasar yang sangat baik untuk berinventasi. Khususnya di Kota Administrasi Jakarta Timur dimana penelitian ini dilakukan memiliki jumlah penduduk paling banyak diantara kota administrasi lainnya di DKI Jakarta (BPS DKI Jakarta,2015).

Pada masa tumbuh kembang anak perubahan terjadi secara berangsur-angsur dan bertambah sempurnanya fungsi alat tubuh, meningkat dan meluasnya kapasitas seseorang melalui pertumbuhan, kematangan atau kedewasaan dan pembelajaran (Wong,2000). Secara garis besar tahap tumbuh kembang anak dibagi menjadi dua, yaitu usia 0-6 tahun dan di atas 6 tahun. Pada usia 0-6 tahun seorang anak mengalami pertumbuhan fisiologis yang pesat, sedangkan pada usia di atas 6 tahun seorang anak melalui tahap pematangan menuju kedewasaan (Soetjiningsih,1995).

Sebagai salah satu tenaga kesehatan, apoteker juga berperan dalam mengoptimalkan tumbuh kembang anak terutama untuk kebutuhan fisik-biomedis (ASUH), dimana selama ini peran tersebut dilakukan oleh posyandu dan dokter. Rumah sakit ibu dan anak (RSIA) yang

telah ada selama ini lebih mengutamakan pelayanan kesehatan kuratif dan rehabilitatif, hal ini dapat dilihat pada pedoman pelayanan kesehatan anak di rumah sakit. Untuk menunjang pelayanan kesehatan terhadap tumbuh kembang anak maka apoteker dapat berperan mengoptimalkannya, salah satunya yaitu dengan program apotek spesialis ibu dan anak.

Apotek spesialis adalah sebuah apotek yang khusus untuk fokus terhadap penyakit tertentu atau pelayanan tertentu. Di beberapa negara maju telah terdapat apotek yang memiliki spesialisasi terhadap kesehatan anak salah satunya yaitu di Amerika, di negara ini terdapat '*pediatric pharmacy*' yang telah memiliki sertifikasi dengan tugas utama untuk memastikan penggunaan obat yang aman dan efektif dan hasil terapi obat yang optimal pada pasien berusia sampai 18 tahun, serta melakukan kegiatan penyuluhan untuk meningkatkan pengetahuan orang tua terkait kesehatan anak (BPS,2017).

Di Jakarta Timur terdapat lima penyakit yang diperhatikan secara khusus, yaitu TB paru BTA+, demam berdarah dengue (DBD), diare, pneumonia balita, dan HIV & AIDS. Dari lima penyakit tersebut beberapa diantaranya merupakan penyakit yang sebagian besar penderitanya merupakan anak-anak, yaitu diare dan

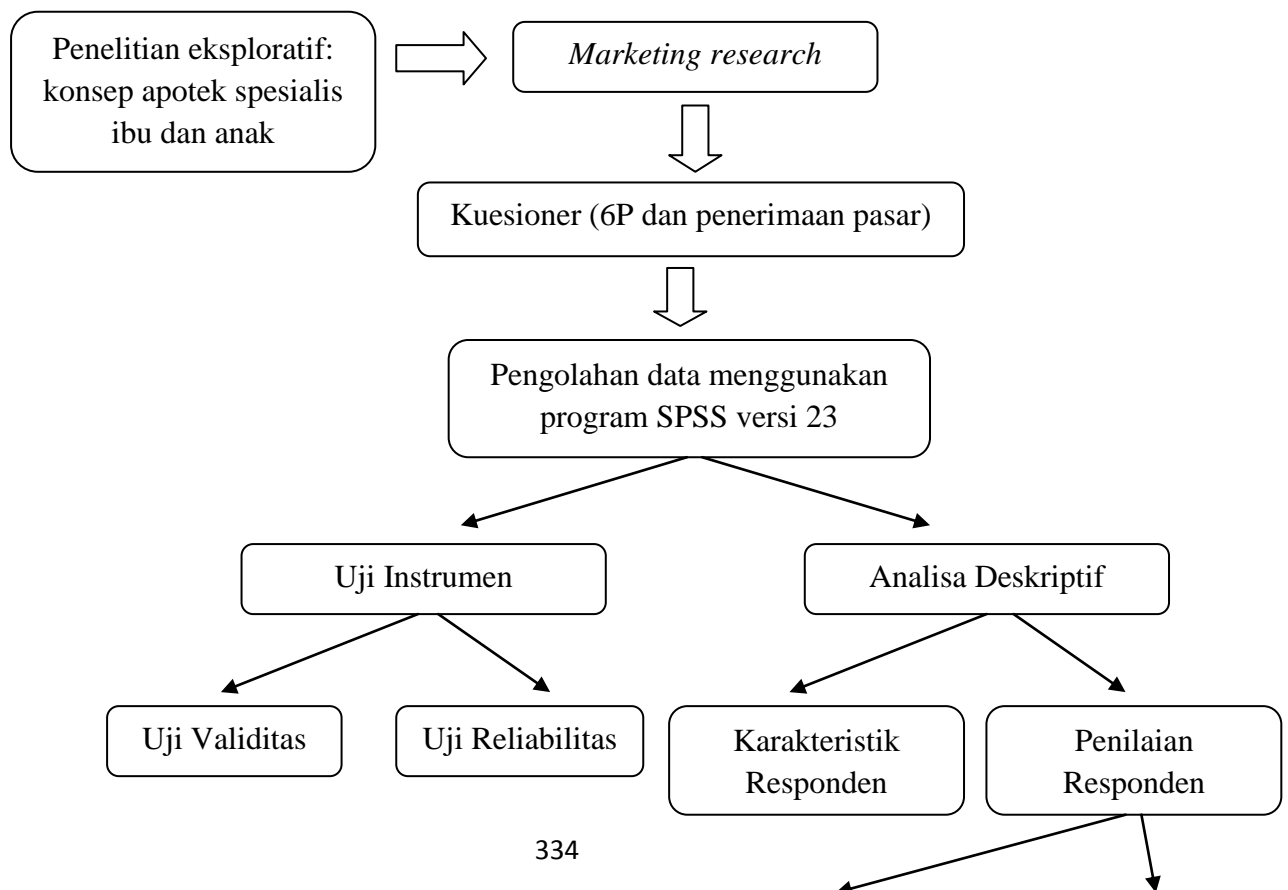
pneumonia balita. Di Jakarta Timur terdapat 83.720 kasus diare dari 241.294 kasus diare yang ada di DKI Jakarta, sedangkan penyakit pneumonia balita di Jakarta Timur diperkirakan berjumlah 10 persen dari jumlah balita yang ada. Pneumonia merupakan penyebab kematian nomor dua pada balita (13,2%) setelah diare (17,2%). Peneliti berharap dengan adanya apotek spesialis ibu dan anak maka apoteker dapat berperan aktif dalam pelayanan kesehatan preventif, promotif dan kuratif terhadap kesehatan ibu dan anak khususnya di kota Jakarta Timur (DinKes DKI Jakarta,2012).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan masyarakat Jakarta

Timur untuk konsep baru apotek spesialis ibu dan anak dan untuk mengetahui peluang bisnis konsep apotek spesialis ibu dan anak serta mengidentifikasi strategi pemasaran jasa yang tepat dengan mengadaptasi penerimaan masyarakat terhadap konsep apotek spesialis ibu dan anak.

Penelitian ini dilakukan dengan pembuatan kuesioner yang mencakup aspek-aspek bauran pemasaran dan penerimaan pasar yang kemudian diberikan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan apotek dan RSIA di Jakarta Timur. Data kuesioner kemudian akan dianalisa untuk mengetahui penerimaan dan strategi pengembangan yang tepat.

BAHAN DAN METODE



Tabel 1. Definisi Operasio

Konsep Apotek
 Spesialis Ibu dan
 Anak

Strategi
 Pengembangan
 Apotek

Variabel	Dimensi	Indikator	
Produk (X1)	Variasi produk	1. Produk Kuratif	Ordinal
		2. Produk preventif untuk ibu	Ordinal
		3. Produk preventif untuk anak	Ordinal
		4. Produk kesehatan kulit untuk ibu	Ordinal
		5. Produk kesehatan kulit untuk anak	Ordinal
		6. Penunjang kesehatan lainnya	Ordinal
Harga (X2)	Penetapan harga	1. Harga terjangkau	Ordinal
		2. Harga premium	Ordinal
		3. Harga kompetitif	Ordinal
Proses (X3)	Kualitas pelayanan	1. Keramahan	Ordinal
		2. <i>Reliability</i>	Ordinal
		3. Kecepatan pelayanan	Ordinal
		4. Pemberian solusi	Ordinal
		5. Pemberian konseling	Ordinal
		6. Waktu konseling yang tepat	Ordinal
		7. Empati	Ordinal
		8. Kelengkapan produk	Ordinal
	Layanan penunjang	1. Layanan antar jemput obat resep	Ordinal
		2. Layanan 24 jam	Ordinal
		3. Program timbang berat badan anak	Ordinal
		4. Layanan KIE	Ordinal
Kejelasan batas waktu	1. Waktu tunggu pelayanan obat resep	Ordinal	
	2. Waktu tunggu layanan pesan antar	Ordinal	
SDM (X4)	Ketersediaan SDM	1. Kriteria apoteker yang tersedia	Ordinal
	Tenaga profesi penunjang	1. Tenaga profesi dokter umum	Ordinal
		2. Tenaga profesi dokter spesialis anak	Ordinal
		3. Tenaga profesi dokter spesialis kandungan	Ordinal
Promosi (X5)	Periklanan	1. Penyebaran brosur	Ordinal
		2. Pemasangan spanduk	Ordinal
		3. Iklan majalah	Ordinal
	Pemasaran langsung	1. Penyuluhan kesehatan oleh apoteker	Ordinal

Tempat (X6)	Keberadaan penjualan	1. Jarak tempat pembelian	Ordinal
		2. Sarana dan prasarana	Ordinal
Penerimaan pasar (Y)	Persepsi masyarakat	1. Pengetahuan tentang apotek spesialis	Ordinal
		2. Persetujuan konsep apotek spesialis ibu an anak	Ordinal
		3. Konfirmasi penerimaan apotek spesialis ibu dan anak	Ordinal

Penarikan sampel digunakan teknik *purposive sampling*, dimana responden yang dipilih adalah berdasarkan penilaian peneliti bahwa responden tersebut adalah pihak yang paling tepat untuk dijadikan sampel penelitian. Responden diwawancara secara mendalam secara *interview (indept interview)*. Responden yang diwawancara adalah orang tua pasien anak di wilayah Jakarta Timur, dimana responden dibacakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner dan kemudian responden mengisi jawaban yang terdapat pada kuesioner.

Didalam menentukan suatu populasi dan sampel pada suatu penelitian adalah merupakan hal yang kritis bagi suatu penelitian karena akan memengaruhi kualitas dari hasil penelitian tersebut. Sampel yang diambil oleh peneliti untuk menjawab kuesioner didasarkan pada kriteria inklusi dan eksklusi yaitu:

1. Kriteria Inklusi

Kriteria inklusi adalah kriteria dimana subjek penelitian dapat mewakili dalam sampel penelitian yang memenuhi syarat sebagai sampel (Notoatmodjo, 2002), yaitu:

- a. Ibu hamil
- b. Memiliki anak
- c. Pernah membeli obat, suplemen, atau penunjang kesehatan lainnya untuk anak di apotek.
- d. Berdomisili di Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta.
- e. Bersedia menjadi responden penelitian.

2. Kriteria Eksklusi

Kriteria eksklusi disebut juga kriteria penolakan adalah keadaan yang menyebabkan subyek yang memenuhi kriteria inklusi tadi sehingga tidak dapat diikutsertakan dalam penelitian.

Kriteria eksklusi penelitian ini adalah:

- a. Memiliki anak yang telah berumur di atas 17 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada uji instrumen dari hasil uji dinyatakan bahwa keseluruhan instrumen valid dan memiliki nilai Cronbach Alpha

lebih dari 0,6 pada uji reliabilitas, sehingga dengan ini instrumen dapat digunakan dalam penelitian. Dari karakteristik responden didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Proporsi
Jenis Kelamin		
Laki-laki	16	16%
Perempuan	84	84%
Usia (Tahun)		
< 20	3	3%
20 - 30	36	36%
30 - 40	45	45%
> 40	16	16%
Pekerjaan		
Pegawai Negeri Sipil	17	17%
Pegawai Swasta	39	39%
Lain-lain	44	44%
Pendidikan Terakhir		
SD	2	2%
SMP	1	1%
SMA	31	31%
Diploma	22	22%
S1	42	42%
S2	2	2%
Usia Anak		
Dalam Kandungan	6	6%
0 - 1 Bulan	7	7%
1 - 12 Bulan	28	28%
1 - 5 Tahun	34	34%
5 - 10 Tahun	18	18%
10 - 17 Tahun	7	7%
Biaya rata-rata kesehatan ibu dan anak tiap bulan		
< 500 Ribu	11	11%
500 Ribu - 1 Juta	21	21%
1 - 1,5 Juta	21	21%
1,5 - 2 Juta	28	28%
> 2 Juta	19	19%
Frekuensi kunjungan apotek tiap bulan		
Tidak Pernah	4	4%
< 3 Kali	45	45%
3 - 5 Kali	48	48%
5 - 10 Kali	3	3%
Produk yang sering dibeli		
Obat-obatan	36	36%
Suplemen	39	39%

Karakteristik responden akan memberikan gambaran dari bauran pemasaran dan *quality service* yang paling mempengaruhi penerimaan masyarakat Jakarta Timur terhadap konsep baru apotek spesialis ibu dan anak. Peneliti melakukan *screening* pada responden untuk mengetahui bahwa responden yang dipilih mempunyai opini tentang apotek khususnya apotek spesialis ibu dan anak, sehingga responden tersebut tepat untuk dijadikan objek penelitian ini.

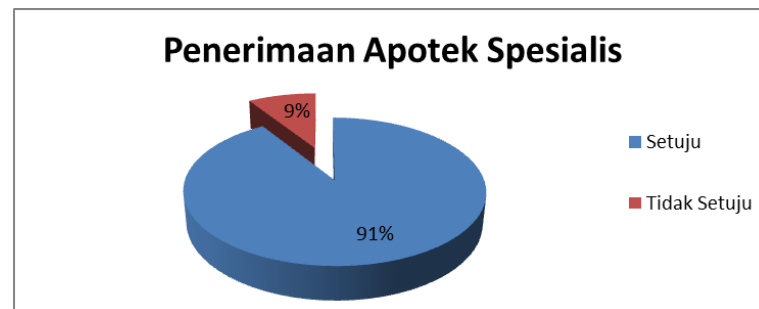
Dari data penelitian penilaian responden

terhadap konsep baru apotek spesialis ibu dan anak didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Konsep apotek apesialis

Hanya 10% responden yang mengaku mengetahui konsep apotek spesialis dari hasil interview yang tidak tertulis pada kuesioner, responden menggambarkan apotek spesialis sebagai apotek yang memiliki praktik dokter spesialis di dalamnya.

2. Penerimaan apotek spesialis



Gambar 1. Penerimaan Apotek Spesialis

Jika dilihat dari Gambar.1 bahwa 91% responden setuju dengan adanya konsep apotek spesialis ibu dan anak, dan 9% diantaranya yang didominasi oleh responden laki-laki menyatakan tidak setuju karena menganggap apotek konvensional sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan kesehatan ibu dan anak.

3. Produk yang dijual

Dengan skala penilaian 1 sampai 10, produk obat-obatan (8,55) menempati urutan pertama sebagai produk yang paling diharapkan responden untuk disediakan, disusul oleh produk nutrisi anak (8,38), perlengkapan bayi (8,32), produk *skin care* anak (8,22), produk nutrisi ibu (8,17), dan produk *skin care* ibu (7,87). Data mengenai ketersediaan produk yang diharapkan responden ini

merupakan referensi yang penting ketika ingin membangun apotek spesialis ibu dan anak karena persepsi pelanggan terhadap apotek spesialis ini adalah berperan utama untuk memberikan pelayanan kesehatan kuratif, sedangkan berdasarkan *Board of Pharmacy Specialities* prospek sebuah apotek spesialis ibu dan anak ini lebih ditujukan untuk pelayanan kesehatan promotif dan preventif untuk menunjang pelayanan kuratif yang selama ini telah dilakukan oleh rumah sakit ibu dan anak agar dapat menekan angka kesakitan pada pasien anak di Jakarta Timur, dengan demikian apotek spesialis ibu dan anak dapat membuat suatu diferensiasi di bisnis perapotekan.

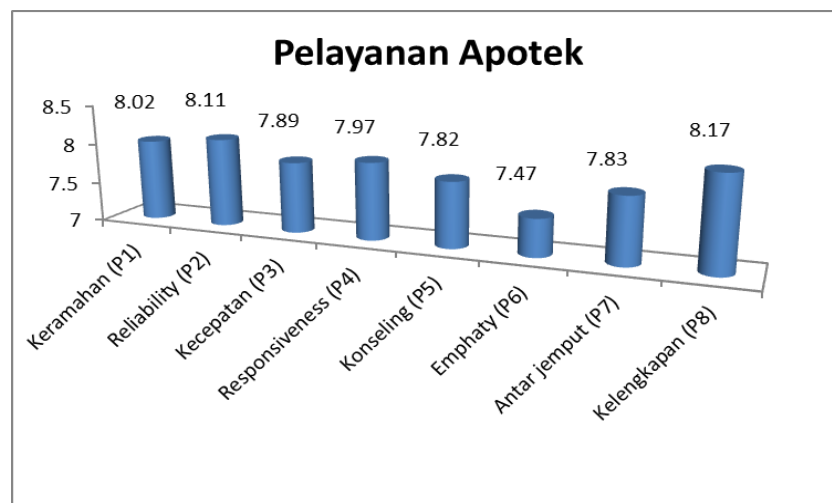
4. Harga produk

Secara umum responden menginginkan harga produk yang 10% lebih murah dibandingkan dengan apotek konvensional, dan hanya 16% responden yang setuju apabila konsep apotek spesialis ibu dan anak menetapkan harga

lebih mahal 10% dari apotek konvensional.

Untuk memperdalam hasil penelitian mengenai harga produk yang nantinya disediakan oleh apotek spesialis ibu dan anak maka dibuat sebuah *Focus Group Discussion* (FGD) untuk membahas tentang bagaimana tanggapan responden apabila harga produk di apotek spesialis ini lebih mahal dibandingkan dengan apotek konvensional. Dari hasil FGD yang dilakukan didapatkan hasil bahwa responden berkesan apabila harga di apotek spesialis ini lebih mahal dibandingkan apotek konvensional dengan catatan mereka mendapatkan beberapa pelayanan yang jarang didapatkan di apotek apotek konvensional seperti, pegawai yang kompeten dibidang kesehatan ibu dan anak khususnya, sarana prasarana yang menarik, memiliki fasilitas pendukung seperti toilet, tempat bermain anak, dan ruang menyusui.

5. Pelayanan apotek



Gambar 2. Pelayanan Apotek

Secara keseluruhan 8 indikator yang dihitung dengan statistik memiliki perbedaan yang signifikan, namun untuk 5 indikator dengan nilai paling besar tidak terdapat perbedaan yang signifikan dengan skala penilaian 1 sampai 10. Apabila dilihat dari data pelayanan yang menurut responden paling penting 8 indikator pelayanan ini apabila dihitung dengan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dapat diketahui 3 prioritas pelayanan yang diharapkan menurut responden paling penting, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

P2 : Tidak pernah terjadi kesalahan dalam memberikan obat serta informasinya (*Reliability*) dengan bobot 0,1739 dan persentase 17,39%

P8 : Menyediakan produk untuk pencegahan dan pengobatan penyakit anak secara lengkap dengan bobot 0,1140 dan persentase 11,40%

P4 : Mempunyai solusi yang tepat terhadap keluhan konsumen (*Responsiveness*) dengan bobot 0,1109 dan persentase 11,09%

6. Apotek buka 24 jam

Dari data hasil kuesioner, jumlah responden yang menginginkan apotek

spesialis ibu dan anak beroperasi 24 jam yaitu sebanyak 88%, hal ini dikarenakan sebagian besar usia anak responden di bawah 10 tahun yang memerlukan penanganan cepat pada anak yang sakit ditengah malam. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menghitung biaya operasional apotek serta faktor keamanan apabila beroperasi selama 24 jam setiap harinya. Apabila beroperasi 24 jam maka apotek spesialis ibu dan anak perlu menyiapkan sumber daya manusia yang kompeten dalam melayani pelanggan terutama untuk kasus-kasus yang sering terjadi pada malam hari.

7. Program timbang berat badan menggunakan Kartu Menuju Sehat

Program penimbangan berat badan di apotek spesialis ibu dan anak dengan menggunakan kartu menuju sehat disetujui oleh sebagian besar responden yaitu sebanyak 66% yang merupakan responden dengan usia anak dibawah 5 tahun. Hal ini dapat menjadi informasi penting karena dengan adanya program ini maka dapat meningkatkan pelanggan loyal karena dengan program ini setiap orang tua akan mengontrol tumbuh kembang anak secara berkala.

8. Pemberian konsultasi, informasi, dan edukasi

Dari data mengenai pemberian konseling, informasi dan edukasi dapat diketahui bahwa peran apoteker dimasyarakat belum banyak diketahui. Responden menyatakan bahwa kegiatan tersebut merupakan peran dari profesi dokter terutama dalam pemberian konsultasi (67%) dan edukasi (52%). Hanya kegiatan pemberian informasi (83%) yang dianggap responden merupakan tugas dari profesi apoteker. Ketiga kegiatan tersebut merupakan tugas apoteker di apotek sebagai bagian dari pelayanan kesehatan yang diberikan kepada pelanggan, oleh karena itu apotek spesialis ibu dan anak perlu merekrut apoteker yang memiliki kompetensi yang memadai agar pelanggan apotek spesialis ibu dan anak nantinya percaya bahwa percaya bahwa pemberian konsultasi, informasi dan edukasi oleh apoteker sama baiknya seperti yang dilakukan oleh dokter sesuai dengan bidang profesi masing-masing.

9. Jam konseling

Sebanyak 40% responden yang menginginkan jam konseling di pagi hari dan 36% menginginkan konseling di sore hari. Informasi ini berguna untuk menentukan jadwal praktik

apoteker dan dokter sehingga dapat menurunkan *cost* karena praktik profesi di apotek spesialis ibu dan anak dapat disesuaikan dengan jam konseling yang menurut pelanggan paling tepat.

10. Kecepatan pelayanan resep

Dari data yang didapatkan, diketahui bahwa waktu tunggu maksimal yang ditoleransi oleh responden paling banyak adalah 10-20 menit, dan yang paling lama adalah tidak lebih dari 30 menit. Informasi ini berguna untuk membuat sebuah standar operasi suatu kegiatan penyiapan obat, tata ruang di dalam ruang dispensing pun harus dibuat seefisien mungkin agar dapat meminimalisir ruang gerak sehingga lebih efektif dan efisien.

11. Delivery order

Dengan menggunakan informasi tentang waktu tunggu maksimal dari layanan pesan antar yang ditoleransi responden, maka kita dapat menyusun strategi mengenai layanan pesan antar di apotek spesialis ibu dan anak seperti membatasi radius penerimaan layanan pesan antar agar berada dalam batas toleransi yaitu kurang dari 30 menit, karena apabila radius penerimaan pesan antar terlalu luas maka dapat menyebabkan keterlambatan sehingga

membuat pelanggan menjadi tidak puas, selain itu jam operasional juga patut diperhitungkan karena di wilayah Jakarta Timur memiliki banyak titik kemacetan pada jam tertentu yang dapat menghambat proses pengantaran pesanan pelanggan.

12. Kompetensi apoteker di apotek

Data kompetensi apoteker yang diharapkan, sebanyak 66% responden menyatakan bahwa kompetensi apoteker lebih penting dibandingkan pengalaman kerja apoteker (34%). Data ini dapat dijadikan acuan bagi apotek spesialis ibu dan anak untuk menyediakan apoteker yang memiliki wawasan luas mengenai kesehatan ibu dan anak dan juga dapat menyampaikan informasi serta mengedukasi dengan baik, sehingga nantinya diharapkan dapat menghasilkan pelayanan yang memiliki nilai lebih bagi pelanggan apotek spesialis ibu dan anak.

13. Pemilihan dokter

Dengan skala penilaian 1 sampai 10, praktek dokter spesialis anak (9,01) paling diharapkan oleh responden disusul oleh praktek dokter umum (8,55), dan praktek dokter spesialis kandungan (8,49). Responden yang menginginkan adanya praktek dokter spesialis anak merupakan responden

yang memiliki anak berusia di bawah 5 tahun, sehingga jika nanti apotek spesialis ibu dan anak akan diadakan praktik dokter maka pilihan dokter yang tepat adalah dokter spesialis anak.

14. Materi promosi

Promosi dilakukan untuk memberikan pengenalan terhadap apotek spesialis ibu dan anak yang nantinya menjadi pendatang baru, selain itu promosi juga dilakukan untuk mengenalkan program-program terbaru agar dapat dikenal oleh pelanggan. Promosi disini berisikan tentang informasi apotek, kelebihan dan merupakan *brand awarness* dari masyarakat. Responden memilih materi promosi melalui penyebaran brosur sebagai media promosi favorit diikuti oleh pemasangan spanduk dan media sosial elektronik.

15. Program penyuluhan kesehatan anak oleh apoteker

Dari data yang didapatkan, 87% responden menginginkan adanya program penyuluhan kesehatan yang dilakukan langsung oleh apoteker, maka nantinya diperlukan apoteker yang memiliki pengetahuan cukup serta dapat berkomunikasi dengan baik. Sehingga tingkat kepercayaan pelanggan terhadap apotek spesialis

ibu dan anak dapat meningkat karena informasi yang diberikan bermanfaat bagi tumbuh kembang anak sekaligus menjadi media promosi yang baik untuk apotek spesialis ibu dan anak.

16. Keberadaan penjualan

Dari data mengenai sarana distribusi dengan menggunakan skala penilaian 1 sampai 10, responden lebih mengutamakan kemudahan akses dari apotek spesialis ibu dan anak, dari karakteristik responden 44% merupakan responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga sehingga pemilihan lokasi apotek yaitu di akses antara tempat perniagaan atau

perkantoran cenderung lebih dekat kepada pemukiman masyarakat agar mudah dijangkau oleh masyarakat baik yang bekerja di kantor maupun di rumah tangga. Selain itu, kenyamanan sarana prasarana juga perlu diperhatikan seperti lahan parkir yang memadai, kenyamanan ruang tunggu, intensitas penerangan yang tepat, dan layout yang menarik.

17. Konfirmasi persetujuan apotek spesialis ibu dan anak



Gambar 3. Konfirmasi Persetujuan Apotek Spesialis

Pertanyaan ini diberikan kepada responden untuk mengkonfirmasi persetujuan responden setelah menjawab pertanyaan-pertanyaan sebelumnya, sehingga apakah setelah responden menyetujui pembentukan apotek spesialis ini dan memberikan

pendapat mengenai harapan apotek spesialis ibu dan anak masih akan memilih membeli di apotek konvensional untuk memenuhi kebutuhan kesehatan ibu dan anak. Konsep apotek spesialis ibu dan anak dibuat berdasarkan harapan responden,

yaitu memastikan penggunaan obat yang aman dan efektif dan hasil terapi obat yang optimal khususnya pada pasien berusia sampai 18 tahun. Apoteker yang terdapat di apotek spesialis ibu dan anak perlu memiliki pengetahuan dan pengalaman yang dapat mengoptimalkan kesehatan ibu dan anak, yaitu dengan cara memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien ibu dan anak, termasuk menyediakan bentuk sediaan alternatif dan pemantauan terapi obat yang diperlukan pasien; memberikan edukasi kepada anak-anak dan juga keluarga mereka mengenai pengobatan; mempromosikan pentingnya kesehatan dan aktivitas lain yang dapat meningkatkan pengetahuan kepada pasien dan penyedia pelayanan kesehatan lainnya.

Di Indonesia belum memiliki dasar hukum yang mengatur keberadaan sebuah konsep apotek spesialis sehingga konsep apotek spesialis ibu dan anak tunduk kepada dasar hukum yang dimiliki apotek konvensional yaitu Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 tahun 2017 tentang Apotek.

Dengan mengadaptasi penerimaan pasar maka dapat ditentukan strategi pengembangan apotek spesialis ibu dan anak yang tepat, yaitu Apoteker yang disediakan di apotek spesialis ibu dan anak adalah apoteker yang berkompentensi di bidang kesehatan ibu dan dan anak,

pelayanan yang difokuskan di apotek spesialis ini yaitu tidak pernah terjadi kesalahan dalam pemberian obat dan informasi, serta menyediakan produk secara lengkap dan dapat memberikan solusi yang tepat terhadap masalah konsumen. Selain pelayanan-pelayanan tersebut apotek spesialis ibu dan anak memberikan layanan 24 jam, program timbang berat badan dengan menggunakan kartu menuju sehat untuk memantau tumbuh kembang balita, terdapat praktik dokter terutama dokter spesialis anak, pelayanan obat resep yang cepat tidak lebih dari 20 menit, terdapat layanan pesan antar dengan waktu tunggu maksimal 30 menit. Apotek spesialis ini akan menetapkan harga yang lebih mahal 10% dari apotek konvensional dan memberikan layanan konseling, informasi dan edukasi yang diberikan oleh dokter dan apoteker dengan waktu pemberian konseling di pagi dan sore hari, hal ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan jam praktik tenaga profesi. Dalam hal promosi apotek spesialis ini akan menerapkan program penyuluhan yang langsung diberikan oleh apoteker, selain itu akan digunakan pula materi promosi berupa brosur dan spanduk sebagai kegiatan promotif untuk memperkenalkan eksistensi dan kualitas apotek spesialis ini, selain itu terdapat alternatif promosi lainnya yaitu

melalui internet baik *website* maupun media sosial.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian deskriptif eksploratif yang dilakukan dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa konsep apotek spesialis ibu dan anak dapat diterima oleh masyarakat Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta.
2. Berdasarkan hasil persepsi masyarakat dapat disimpulkan bahwa apotek spesialis ibu dan anak memiliki potensi untuk dikembangkan di Indonesia khususnya di Kota Jakarta Timur.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik DKI Jakarta. Statistik Daerah Provinsi DKI Jakarta 2015. Jakarta: Bidang Neraca Wilayah dan Analisis-BPS Provinsi DKI Jakarta; 2015.

BPS Specialities. 2017 [diperbaharui 8 Mei 2017; diakses 17 Mei 2017]. Diakses dari:

[3. Strategi pemasaran jasa apotek spesialis ibu dan anak di Jakarta Timur yaitu dengan memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien ibu dan anak, termasuk menyediakan bentuk sediaan alternatif dan pemantauan terapi obat yang diperlukan pasien; memberikan edukasi kepada anak-anak dan juga keluarga mereka mengenai pengobatan; mempromosikan pentingnya kesehatan dan aktivitas lain yang dapat meningkatkan pengetahuan kepada pasien dan penyedia pelayanan kesehatan lainnya.](http://www.bpsweb.org/bps-specialties/Content Outline For The Pediatric Pharmacy Certification Examination. 2015 [diperbaharui Nov 2015; diakses 17 Mei 2017]. Diakses dari: http://www.bpsweb.org/wp-</p></div><div data-bbox=)

[content/uploads/2015/11/content_pediatrics.pdf](http://www.bpsweb.org/content/uploads/2015/11/content_pediatrics.pdf)

Delmas et al. Nilai-nilai Diferensiasi Pada Perusahaan Kecil dan Menengah. Jakarta: 2000.

Hermawan Kartajaya. Hermawan Kartajaya On Marketing. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama; 2002.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Pedoman Gizi Seimbang. Jakarta: Kemenkes RI: 2014.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014

- tentang Upaya Kesehatan Anak. Jakarta: Kemenkes RI; 2014.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Riset Kesehatan Dasar Provinsi DKI Jakarta. Jakarta: Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta; 2012.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian. Jakarta: Kemenkes RI; 2009.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 35 tahun 2014 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek. Jakarta: Kemenkes RI; 2014.
- Kotler Philip. Marketing Managemet, 11th Edition. New Jersey: Northwestern University; 2003, h 200-235.
- Kotler Philip dan Keller kevin lane. Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks; 2007.
- Kembuan PC, Mananeke L, Soegoto AS. Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk Cabang Manado. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 Sept. 2014; h 853-863.
- Kotler Philip dan Susanto AB. Manajemen pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama, Jilid I, Jakarta: Salemba Empat; 2001.
- Nurjannah Bachri. Studi Tentang Penerimaan Publik Dan rencana Pemasaran Konsep Apotek Spesialis Obat-obatan Anti Hipertensi Di Kota Makasar, Sulawesi Selatan (Tesis). Jakarta: Fakultas Farmasi Universitas Pancasila; 2013.
- Niko P, Masruchin, Henky L. Studi Tentang Penerimaan Publik Dan Rencana Pemasaran Konsep Apotek Spesialis Obat-obatan Jantung Dan Hipertensi Pada Daerah Pondok Aren, Tangerang Selatan. Jakarta: Fakultas Farmasi Universitas Pancasila; 2013.
- Pediatric Pharmacy. 2017 [diperbaharui 8 Mei 2017; diakses 17 Mei 2017]. Diakses dari: <http://www.bpsweb.org/bps-specialties/pediatric-pharmacy/>
- Rini D, Agustina S, Riyanti I. Ilmu Perilaku Konsumen. Malang: Universitas Brawijaya Press; 2012.
- Syafiq Ahmad. Tinjauan Atas Kesehatan Gizi Anak Usia Dini. Jakarta: Departemen Gizi Kesehatan Masyarakat, FKM UI; 2005.
- Soetjningsih. Tumbuh Kembang Anak. Jakarta: EGC; 1995, h 12-29.
- Shelton Ken. In Search of Quality. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama; 1997.

Tjiptono Fandy. Manajemen Pemasaran.
Yogyakarta: Graha Ilmu; 2002.
Utami CW. Manajemen Ritel (Strategi dan
Implementasi Ritel Modern) Jakarta:
Salemba Empat; 2006.

Wong dan Whaley. Buku Ajar
Keperawatan Pediatrik, edisi 2.
Jakarta: EGC; 2000.