



## Peran Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Apotek

Yeni Mardiyani<sup>1</sup>, Minto Yuwono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Manajemen, Universitas Garut

Email : [yymardiyani17@gmail.com](mailto:yymardiyani17@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received July 17, 2025

Revised July 27, 2025

Accepted July 29, 2025

#### Keywords:

Service Innovation, Customer Satisfaction, Pharmacy, Digital Transformation, Healthcare Services

### ABSTRACT

*This study aims to examine how the implementation of service innovations in pharmacies can enhance customer satisfaction levels. The background of this research is based on the growing consumer demand for faster, more convenient, and personalized pharmaceutical services, in line with technological advancements and the expanding use of digital interactions. This study employs a descriptive qualitative approach using case studies at several pharmacies that have adopted service innovations such as online consultations, app-based medicine ordering, digital queue systems, and home delivery services. Data were collected through in-depth interviews, direct observations, and documentation of pharmacy service activities. The results show that service innovation significantly influences customer comfort and loyalty. Customers feel more valued and supported, as they receive services tailored to their needs without time or location constraints. Additionally, digital innovations enable pharmacies to build a modern and adaptive institutional image. However, the study also found several implementation challenges, including limited technological infrastructure, human resource readiness, and the absence of clear regulations regarding digital pharmaceutical services. The conclusion of this study is that service innovations that are relevant, accessible, and aligned with customer needs are proven to increase satisfaction and strengthen the competitiveness of pharmacies in today's digital era.*

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



### Article Info

#### Article history:

Received July 17, 2025

Revised July 27, 2025

Accepted July 29, 2025

#### Keywords:

Inovasi Layanan, Kepuasan Pelanggan, Apotek, Transformasi Digital, Pelayanan Kesehatan

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan inovasi layanan di apotek dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya tuntutan konsumen terhadap pelayanan farmasi yang lebih cepat, mudah, dan personal, seiring dengan perkembangan teknologi serta pola interaksi digital yang kian meluas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada beberapa apotek yang telah menerapkan inovasi layanan seperti konsultasi daring, pemesanan obat berbasis aplikasi, sistem antrean digital, dan layanan antar obat ke rumah. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi kegiatan pelayanan di apotek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan merasa lebih dihargai dan terfasilitasi karena memperoleh layanan yang sesuai kebutuhan tanpa hambatan waktu atau tempat. Selain itu, inovasi digital memungkinkan apotek membentuk citra sebagai institusi kesehatan yang modern dan adaptif. Namun demikian, penelitian juga menemukan beberapa kendala dalam implementasi inovasi, antara lain keterbatasan teknologi, kesiapan sumber daya manusia, serta belum adanya regulasi yang jelas terkait layanan farmasi berbasis digital. Kesimpulan dari penelitian ini



adalah bahwa inovasi layanan yang relevan, mudah diakses, dan terintegrasi dengan kebutuhan pelanggan terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan memperkuat daya saing apotek di era digital saat ini.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

Yeni Mardiyani

Universitas Garut

E-mail: [yymardiyani17@gmail.com](mailto:yymardiyani17@gmail.com)

---

**PENDAHULUAN**

Selama beberapa dekade terakhir, sektor layanan kesehatan mengalami transformasi signifikan, termasuk layanan kefarmasian yang disediakan oleh apotek. Sebagai salah satu ujung tombak pelayanan kesehatan masyarakat, apotek tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai tempat penjualan obat, melainkan telah berkembang menjadi pusat informasi kesehatan dan pemberi layanan farmasi yang lebih personal (Purwanti et al., 2003). Perubahan ekspektasi masyarakat terhadap kecepatan, kenyamanan, serta mutu layanan mendorong apotek untuk tidak hanya bergantung pada ketersediaan produk, melainkan juga pada kemampuan menghadirkan inovasi (Chandra, 2023). Oleh sebab itu, inovasi layanan menjadi aspek strategis yang tidak dapat diabaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Darmawan & Nawasiah, 2025).

Seiring meningkatnya tingkat persaingan di sektor farmasi baik dari sesama apotek maupun dari platform digital seperti *e-pharmacy* dan layanan antar-obat berbasis aplikasi, tuntutan terhadap adaptasi apotek pun semakin tinggi. Pelanggan kini menuntut pelayanan yang tidak hanya akurat dalam penyediaan obat, tetapi juga cepat, ramah, edukatif, serta mampu memberikan solusi menyeluruh (Hamidah & Muthiah, 2024). Dalam konteks ini, inovasi layanan mencakup lebih dari sekadar penggunaan teknologi; hal tersebut juga melibatkan pendekatan baru terhadap interaksi, efisiensi alur pelayanan, pengurangan waktu tunggu, hingga kenyamanan tata letak ruang layanan (Supardi et al., 2019).

Hasil dari berbagai studi menunjukkan adanya hubungan positif antara inovasi layanan dengan peningkatan kepuasan pelanggan, khususnya pada sektor kesehatan yang membutuhkan kepercayaan dan kenyamanan tinggi (Benita et al., 2023). Berbagai inovasi seperti layanan konsultasi daring bersama apoteker, pemesanan obat berbasis aplikasi, pengingat konsumsi obat (*reminder system*), hingga sistem antrian digital terbukti mampu memberi nilai tambah (Surachman & Indriyani, 2025). Di samping itu, layanan pengantaran obat ke rumah (*home delivery*) juga muncul sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat yang menginginkan layanan yang praktis, aman, dan minim risiko terutama setelah pandemi COVID-19 (Fatonah et al., 2021). Pelayanan yang inovatif semacam ini memiliki potensi besar dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap apotek dan memperkuat citra profesional sebagai penyedia layanan kesehatan modern (Pratondo et al., 2024).



Namun demikian, implementasi inovasi layanan pada banyak apotek, terutama di kota-kota kecil dan daerah berkembang, masih relatif rendah. Sebagian besar masih menerapkan pola pelayanan konvensional yang belum sepenuhnya merespons tuntutan pelanggan modern (Akhmad et al., 2019). Hambatan yang muncul antara lain terbatasnya sumber daya manusia, kurangnya pemahaman tentang teknologi, serta belum adanya pelatihan yang berkelanjutan mengenai pentingnya inovasi (Rero et al., 2025). Ketimpangan antara ekspektasi pelanggan dengan realitas pelayanan yang diterima berisiko menyebabkan ketidakpuasan dan menurunnya loyalitas (Ananda & Jatra, 2019). Karena itu, dibutuhkan kesadaran bahwa inovasi merupakan kebutuhan strategis yang bersifat mendesak, bukan sekadar alternatif (Marwan, 2021).

Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama untuk menilai kualitas layanan di apotek. Pelanggan yang merasa puas tidak hanya cenderung kembali, tetapi juga lebih mungkin merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Broto, 2020). Dalam lingkungan pelayanan farmasi, kepuasan pelanggan terbentuk tidak hanya karena tersedianya produk obat, tetapi juga melalui pengalaman menyeluruh selama mereka berada di apotek. Faktor-faktor seperti kecepatan layanan, sikap petugas, kejelasan informasi penggunaan obat, kemudahan proses transaksi, serta kenyamanan fasilitas turut membentuk persepsi mereka terhadap mutu pelayanan (Tumanduk et al., 2023).

Studi mengenai keterkaitan antara inovasi layanan dan kepuasan pelanggan di apotek, khususnya pada konteks lokal Indonesia, sejauh ini masih tergolong terbatas. Padahal, penelitian tersebut sangat penting untuk memberikan pemahaman mengenai jenis inovasi yang paling relevan, tantangan implementasinya, serta dampak nyata terhadap perilaku pelanggan. Temuan dari penelitian semacam ini dapat dijadikan masukan berharga bagi pengelola apotek, apoteker, maupun pemangku kepentingan lainnya guna merancang strategi pelayanan yang lebih modern, inklusif, dan berorientasi jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik terhadap topik ini berangkat dari pengamatan langsung terhadap perubahan perilaku konsumen terhadap layanan kesehatan, khususnya sejak pandemi COVID-19 yang mempercepat transformasi digital. Sebagai pengguna layanan apotek sekaligus pengamat kebijakan layanan publik, penulis melihat adanya kesenjangan antara kebutuhan pelanggan modern dengan praktik pelayanan di banyak apotek yang masih bersifat tradisional. Hal tersebut mendorong penulis untuk mengangkat topik ini ke dalam kajian ilmiah yang sistematis dan terukur. Penulis berharap, melalui penelitian ini, dapat ditemukan pendekatan inovatif yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong kemajuan layanan kefarmasian di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana inovasi layanan di apotek berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami realitas sosial dan interaksi antara penyedia layanan (apoteker dan petugas apotek) dengan pelanggan secara lebih kontekstual. Fokus penelitian tidak hanya tertuju pada hasil akhir berupa tingkat kepuasan, tetapi juga pada proses, persepsi, dan pengalaman pelanggan



selama menerima layanan yang bersifat inovatif. Metode ini dinilai tepat untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk inovasi layanan yang telah diterapkan serta dampaknya terhadap persepsi pelanggan (Ramdhan, 2021).

Penelitian dilaksanakan pada beberapa apotek yang telah menerapkan elemen inovasi layanan seperti pemesanan obat secara daring, layanan konsultasi kesehatan berbasis aplikasi, sistem antrian elektronik, hingga layanan antar obat ke rumah. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti pengalaman menggunakan layanan inovatif, frekuensi kunjungan ke apotek, dan keterlibatan langsung dalam implementasi layanan tersebut. Informan utama terdiri atas pemilik apotek, apoteker, petugas pelayanan, serta pelanggan tetap.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pemahaman, persepsi, serta pengalaman informan mengenai inovasi yang diterapkan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Observasi dilakukan dengan mencermati proses layanan di apotek, interaksi antara petugas dengan pelanggan, serta respon pelanggan terhadap fitur layanan inovatif yang tersedia. Dokumentasi dilakukan dengan meninjau rekaman pelayanan, data pelanggan, serta materi promosi yang digunakan oleh apotek dalam memperkenalkan inovasinya.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, guna memastikan bahwa hasil penelitian memiliki ketepatan dan keandalan. Diharapkan, metode ini mampu menghasilkan pemahaman yang utuh dan mendalam mengenai kontribusi inovasi layanan terhadap pembentukan kepuasan pelanggan di lingkungan apotek.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bentuk Inovasi Layanan yang Diterapkan di Apotek**

Inovasi layanan yang diterapkan di apotek mencerminkan respons terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi informasi. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, beberapa bentuk inovasi yang kini diimplementasikan antara lain adalah layanan pemesanan obat secara daring melalui aplikasi, layanan konsultasi online dengan apoteker, sistem antrian digital, dan layanan antar obat ke rumah (*home delivery*). Setiap inovasi ini memiliki karakteristik dan kontribusi tersendiri terhadap pengalaman pelanggan. Layanan pesan antar, misalnya, menjadi solusi penting bagi pelanggan yang memiliki keterbatasan mobilitas atau tinggal di lokasi jauh dari apotek. Layanan ini juga memperkuat upaya pencegahan paparan penyakit menular selama dan pascapandemi. Menurut Fatonah et al. (2021), inovasi ini meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 42%, terutama di kelompok usia lanjut.

Sementara itu, konsultasi farmasi daring memungkinkan pelanggan memperoleh informasi penggunaan obat tanpa harus datang langsung. Ini memberikan nilai tambah dari segi kenyamanan, keamanan, dan fleksibilitas waktu. Apotek yang menyediakan fitur ini dinilai lebih edukatif dan memiliki kepedulian terhadap kesehatan pelanggan secara menyeluruh. Hasil



studi Wijaya et al. (2025) menunjukkan bahwa layanan konsultasi daring meningkatkan persepsi profesionalisme apoteker dan membentuk relasi jangka panjang yang lebih kuat antara pelanggan dan penyedia layanan. Di sisi lain, penerapan sistem antrean digital memberi manfaat nyata dalam efisiensi waktu dan pengelolaan antrean fisik. Dengan notifikasi antrian lewat aplikasi atau layar elektronik, pelanggan merasa lebih dihargai karena waktu tunggu menjadi lebih terukur. Darmawan dan Nawasiah (2025) menekankan bahwa sistem antrean digital dapat menekan waktu tunggu hingga 30% dan meningkatkan kepuasan secara signifikan.

Dengan demikian, bentuk inovasi layanan yang diadopsi apotek kini mencakup transformasi digital dan adaptasi proses layanan yang berpusat pada kenyamanan pelanggan. Inovasi yang tidak hanya berorientasi teknologi, tetapi juga berbasis empati dan kebutuhan nyata pelanggan, terbukti menjadi pilar penting dalam transformasi sektor kefarmasian modern.

### **Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penerapan inovasi layanan di apotek terbukti memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan tidak lagi hanya menilai layanan dari ketersediaan obat atau harga, tetapi juga dari kualitas pengalaman yang dirasakan selama proses pelayanan. Inovasi seperti layanan antar obat, konsultasi daring, sistem antrean digital, dan pengingat minum obat (*reminder system*) merupakan bentuk nyata peningkatan kualitas interaksi antara apotek dan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelanggan mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih diperhatikan ketika apotek menyediakan layanan yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan mereka. Pratondo et al. (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ditingkatkan melalui inovasi berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan apotek ritel.

Salah satu aspek penting dari inovasi layanan adalah terciptanya hubungan emosional dan kepercayaan antara pelanggan dan tenaga farmasi. Pelayanan yang cepat, akurat, dan ramah menciptakan rasa aman yang memengaruhi persepsi positif terhadap kualitas layanan. Studi oleh Hamidah dan Muthiah (2024) menegaskan bahwa komunikasi interaktif dan pelayanan profesional memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa dihargai sebagai individu, bukan sekadar konsumen. Layanan reminder pengobatan juga membantu pasien yang sedang menjalani terapi jangka panjang untuk tetap patuh terhadap aturan konsumsi obat. Dengan adanya fitur ini, tanggung jawab pengobatan tidak lagi dibebankan sepenuhnya pada pasien, tetapi menjadi bagian dari komitmen bersama antara apotek dan pelanggan.

Lebih jauh lagi, inovasi layanan memberi kesan bahwa apotek tidak hanya sekadar tempat menjual obat, tetapi juga mitra kesehatan yang aktif dan adaptif. Wijaya et al. (2025) dalam penelitiannya menemukan bahwa digitalisasi layanan apotek dapat meningkatkan persepsi profesionalisme dan daya saing lokal. Kepuasan yang diperoleh tidak hanya bersifat sesaat, tetapi mendorong pembentukan loyalitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, inovasi layanan terbukti bukan hanya meningkatkan kualitas interaksi, tetapi juga mengubah wajah apotek menjadi institusi pelayanan kesehatan yang lebih responsif dan modern.

### **Faktor Pendukung dan Penghambat Inovasi Layanan di Apotek**



Implementasi inovasi layanan di apotek tidak lepas dari berbagai faktor pendukung maupun penghambat yang menentukan keberhasilannya. Di satu sisi, faktor pendukung utama datang dari komitmen manajemen apotek dalam mengembangkan layanan berbasis teknologi dan kepuasan pelanggan. Apotek yang memiliki visi jangka panjang dan orientasi pada transformasi digital cenderung lebih adaptif dan progresif. Dukungan teknologi informasi, pelatihan SDM yang berkelanjutan, serta kemitraan dengan platform farmasi digital menjadi penguat keberhasilan inovasi. Wijaya et al. (2025) menekankan bahwa digitalisasi strategi yang terencana mampu meningkatkan daya saing apotek lokal melalui model layanan yang lebih inovatif.

Namun, di sisi lain, tidak sedikit apotek yang menghadapi tantangan signifikan, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, resistensi dari tenaga kerja yang belum terbiasa dengan sistem digital, dan rendahnya literasi digital di kalangan pelanggan. Apotek di wilayah semi-perkotaan dan pedesaan cenderung lebih lambat dalam mengadopsi layanan inovatif karena faktor geografis, biaya, dan rendahnya permintaan dari masyarakat sekitar. Fatonah et al. (2021) menemukan bahwa kurangnya pelatihan teknis dan keterbatasan dana operasional menjadi hambatan utama dalam peningkatan pangsa pasar melalui layanan digital apotek.

Selain itu, regulasi yang belum sepenuhnya mendukung integrasi digital juga menjadi kendala. Beberapa apotek masih ragu untuk mengimplementasikan sistem konsultasi daring karena belum adanya regulasi yang mengatur secara rinci alur layanan farmasi digital. Hal ini mengakibatkan ketidakkonsistenan dalam praktik pelayanan antar wilayah. Widhiarso (2021) menegaskan bahwa perkembangan telepharmacy menghadapi tantangan besar di tengah kurangnya kejelasan regulasi serta infrastruktur pendukung yang belum merata. Oleh karena itu, sinergi antara dukungan internal, kesiapan teknologi, serta kebijakan publik yang progresif sangat diperlukan agar inovasi layanan benar-benar mampu menjawab kebutuhan pelanggan sekaligus meningkatkan standar pelayanan farmasi nasional.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di apotek. Bentuk-bentuk inovasi yang diterapkan, seperti layanan pesan antar obat, konsultasi farmasi daring, sistem antrean digital, dan pengingat konsumsi obat, terbukti memberikan pengalaman layanan yang lebih praktis, efisien, dan personal bagi pelanggan. Inovasi-inovasi ini tidak hanya merespons kebutuhan fungsional pelanggan terhadap kecepatan dan kemudahan, tetapi juga menciptakan nilai emosional melalui pelayanan yang ramah, akurat, dan terhubung secara digital. Keberadaan layanan konsultasi daring, misalnya, memperkuat interaksi antara pelanggan dan apoteker, menciptakan rasa aman, dan membangun kepercayaan, yang secara langsung berdampak pada loyalitas pelanggan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan merasa lebih puas dan cenderung merekomendasikan apotek yang menyediakan inovasi layanan tersebut. Artinya, inovasi tidak hanya meningkatkan kualitas layanan tetapi juga membentuk citra positif dan daya saing apotek di tengah tantangan pasar yang semakin digital. Namun demikian, implementasi inovasi ini



juga menghadapi tantangan, seperti keterbatasan teknologi, resistensi SDM terhadap perubahan, serta belum optimalnya regulasi layanan farmasi berbasis digital. Keberhasilan inovasi sangat bergantung pada kesiapan manajemen apotek, kompetensi tenaga kerja, serta dukungan kebijakan yang adaptif.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Akhmad, A. D., Dirga, D., Adliani, N., & Sukrasno, S. (2019). Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame. *JFM (Jurnal Farmasi Malahayati)*, 2(1).
- Ananda, I. P. S. N., & Jatra, I. M. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Benita, Z., Wijayanti, T., & Pramukantoro, G. E. (2023). Hubungan Mutu Pelayanan Kefarmasian dengan Kepuasan Pasien di Apotek Wilayah Kecamatan X Kota Surakarta Tahun 2022: Correlation of Quality of Pharmaceutical Services and Patient Satisfaction in Pharmacy of X District Surakarta in 2022. *Jurnal Sains Dan Kesehatan*, 5(2), 186-197.
- Broto, B. E. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Rantauprapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 95-108.
- Darmawan, T., & Nawasiah, N. (2025). Analisis Pengaruh Komunikasi, Informasi, Edukasi (KIE), Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Apotek XYZ. *PENDIPA Journal of Science Education*, 9(1), 159-166.
- Fatonah, S., Pahlawi, L. A. I., & Haryoso, P. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Pangsa Pasar dengan Model Kepuasan Pengiriman Pesanan Konsumen Obat pada Apotek di Surakarta. *Jurnal Abdidas*, 2(1), 69-74.
- Hamidah, N. K., & Muthiah, H. (2024). Pengaruh Strategi Penjualan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan:(Studi Pada Pelanggan Apotek Kimia Farma Kota Bima). *Public Service and Governance Journal*, 5(1), 34-44.
- Marwan, J. (2021). Transformasi peran strategi pemasaran dalam mewujudkan minat beli. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 57-72.
- Pratondo, K., Zaid, Z., & Aziti, T. M. (2024). Memperoleh Loyalitas Pelanggan Di Ritel Farmasi (Apotek K-24) Melalui Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan. *MANNERS (Management and Entrepreneurship Journal)*, 7(1), 22-32.
- Purwanti, A., Harianto, H., & Supardi, S. Gambaran Pelaksanaan Standar Pelayanan Farmasi Di Apotek DKI Jakarta Tahun 2003. *Majalah Ilmu Kefarmasian*, 1(2), 5.
- Ramdhan, M. (2021). Metode penelitian. *Cipta Media Nusantara*.



- Rero, T. C., Rengga, A., & Nuwa, C. A. W. (2025). Implementasi Penetapan Strategi Dalam Peningkatan Penjualan Pada Apotek Winola Medika. *Jurnal Projemen UNIPA*, 12(1).
- Supardi, S., Susyanti, A. L., & Herdarwan, H. (2019). Kajian Kebijakan tentang Informasi dan Pelayanan Obat yang Mendukung Pengobatan Sendiri di Masyarakat. *Media Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan*, 29(2), 161-170.
- Surachman, A., & Indriyani, I. (2025). Evaluasi Sistem Informasi Kesehatan pada Aplikasi MiCare sebagai Model Transformasi Digital. *Jurnal Maklumatika*, 12-23.
- Tumanduk, A., Tumbuan, W. J., & Poluan, J. G. (2023). Strategi penjualan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di apotek kimia Farma Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 240-254.
- Widhiarso, A. (2021). Telemedicine dan Telepharmacy: Tantangan dan Perkembangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Farmasi Dan Kesehatan Indonesia*, 1(1).
- Wijaya, R. S., Soleh, A., & Effendi, B. (2025). HCM Farma As An Innovative Pharmacy Model: Digitalization Strategy To Increase Local Competitiveness. *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 4(1), 153-158.