

Analisis Program Membership dan Kualitas Pelayanan pada Apotek Jetak Farma

**Marsono¹, Hidayati Mu'immah Ayatin², Nurdiansyah Rico Saputra³, Sinta Nur Rohmah⁴,
Nofi Afan Muzaki^{5*}**

^{1,2,3,4,5} Manajemen Ritel, Institut Teknologi dan Bisnis Tuban, Jawa Timur, Indonesia

Email: ¹sonykupu@gmail.com, ²hidayatimuimmah@gmail.com, ³nurdiansyahricosaputra@gmail.com,

⁴sinuro2803@gmail.com, ⁵afanmuzaki@gmail.com

(* : coressponding author)

Abstrak—Penelitian ini dibuat untuk mengukur efektifitas dan kualitas pelayanan serta membership pada Apotek Jetak Farma untuk dijadikan sebuah study kasus yang memungkinkan seorang pelanggan ber referensi lebih lanjut untuk setiap program layanan yang ada pada sebuah Toko Ritel, terutama Apotek Jetak farma. Dalam industri ritel di Indonesia menunjukkan kenaikan positif yang membuat para ritailer berlomba-lomba untuk mengembangkan bisnis mereka dengan cara berinovasi hingga adaptasi teknologi digital. Motode penelitian yang digunakan untuk mengulik informasi terkait adalah metode wawancara kualitatif. Kami bersama tim membuat sesi wawancara dengan praktisi di bidangnya untuk di kumpulkan data informasi terkait pelayanan dan membership. Hasil pengumpulan data yang kami rangkum menunjukkan bagaimana kualitas pelayanan dan pendekatan pada pelanggan sangat vital untuk menjadi pendorong kemajuan pada bisnis ritel.

Kata Kunci: apotek; member; kualitas pelayanan; ritel; kualitatif

Abstract—This study was conducted to measure the effectiveness and quality of service and membership at Jetak Farma Pharmacy. This study aims to provide a case study that allows customers to further reference each service program available at a retail store, especially Jetak Farma Pharmacy. The Indonesian retail industry has shown positive growth, prompting retailers to compete to develop their businesses by innovating and adapting to digital technology. The research method used to gather relevant information was qualitative interviews. Our team and I conducted interviews with practitioners in the field to gather information related to service and membership. The results of our data collection demonstrate how service quality and customer engagement are vital to driving progress in the retail business.

Keywords: pharmacy; member; service quality; retail; qualitative

1. PENDAHULUAN

Sektor kesehatan di Indonesia, khususnya industri ritel farmasi, menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan serta kemudahan akses terhadap obat dan layanan kefarmasian. Pertumbuhan ini ditandai dengan semakin meluasnya ekspansi apotek modern yang tidak hanya terpusat di wilayah perkotaan, tetapi juga menjangkau kawasan sub-urban dan pedesaan, sehingga memicu persaingan yang semakin ketat antara jaringan apotek nasional dan apotek lokal (Sari & Handayani, 2021). Dalam kondisi persaingan tersebut, apotek tidak lagi berfungsi semata sebagai tempat penebusan resep, melainkan dituntut untuk mampu memberikan nilai tambah melalui kualitas pelayanan yang unggul dan pengalaman pelanggan yang personal. Penelitian oleh Prasetyo dan Wibowo (2020) dalam Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi menegaskan bahwa kualitas pelayanan kefarmasian berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan apotek. Salah satu strategi penting yang dapat diterapkan apotek untuk mempertahankan pelanggan adalah melalui program membership atau loyalitas pelanggan.

Program membership yang dirancang dan diimplementasikan secara efektif mampu menciptakan hubungan jangka panjang antara apotek dan konsumen, meningkatkan frekuensi kunjungan ulang, serta menyediakan data perilaku pelanggan yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan manajerial (Utami, 2019). Selain itu, kualitas pelayanan yang mencakup dimensi keandalan, ketanggungan, jaminan, empati, dan bukti fisik terbukti menjadi faktor penentu dalam membangun loyalitas pelanggan pada sektor jasa kesehatan (Putri & Nugroho, 2022). Apotek Jetak Farma sebagai salah satu penyedia layanan kesehatan lokal memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan obat-obatan dan alat kesehatan masyarakat di wilayahnya. Namun, di tengah dinamika persaingan ritel farmasi yang semakin kompetitif, Apotek Jetak Farma dihadapkan pada

tantangan dalam mengoptimalkan strategi retensi pelanggan dan menjaga standar kualitas pelayanan. Observasi awal menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengevaluasi efektivitas program membership yang telah berjalan serta sejauh mana kualitas dan responsivitas pelayanan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Kondisi ini berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan bisnis apotek dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerapan program membership dan kualitas pelayanan di Apotek Jetak Farma, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta merumuskan rekomendasi strategis guna meningkatkan kinerja operasional dan loyalitas pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah Pendekatan kualitatif wawancara yang berupa teknik pengumpulan data mendalam yang berfokus pada pemahaman makna, pengalaman, dan perspektif partisipan melalui interaksi percakapan, menggunakan pertanyaan terbuka dan lanjutan untuk menggali informasi secara rinci. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna, pandangan, dan pengalaman subjektif informan.

Yang tidak dapat diungkap secara optimal melalui pendekatan kuantitatif semata. Yang membuat kita mengetahui tentang masalah dunia nyata yang tidak dapat diukur secara statistik, serta membantu menghasilkan hipotesis untuk penelitian kuantitatif lebih lanjut, Metode ini cukup ampuh untuk menggali informasi langsung dari praktisi di industriya.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini mengkaji peran program membership dan kualitas pelayanan dalam membentuk loyalitas pelanggan di Apotek Jetak Farma, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak pengelola dan pelanggan Apotek Jetak Farma. dengan menempatkannya dalam konteks dinamika industri ritel farmasi lokal yang semakin kompetitif. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi strategis dalam meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan, meskipun masih terdapat beberapa kendala implementatif yang perlu mendapat perhatian manajerial.

Program membership di Apotek Jetak Farma berfungsi sebagai instrumen pemasaran relasional yang bertujuan mempertahankan pelanggan melalui pemberian manfaat eksklusif. Secara konseptual, temuan ini sejalan dengan teori relationship marketing yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dibangun melalui hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen. Membership yang memberikan insentif, seperti potongan harga atau sistem poin yang diakumulasikan per transaksi 30 ribu rupiah dengan 150 poin yang di setarakan per poinnya 1 rupiah.

Namun demikian, efektivitas program membership tidak hanya ditentukan oleh keberadaan program itu sendiri, melainkan juga oleh tingkat pemahaman pelanggan terhadap manfaat yang ditawarkan serta konsistensi pelaksanaannya. Observasi menunjukkan bahwa apabila program keanggotaan belum terintegrasi secara optimal dengan sistem pelayanan, maka dampaknya terhadap loyalitas pelanggan menjadi kurang maksimal. Hal ini mengindikasikan bahwa program membership perlu didukung oleh komunikasi yang jelas, sistem pencatatan pelanggan yang rapi, serta pemanfaatan data konsumen untuk pelayanan yang lebih personal.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa program membership dan kualitas pelayanan saling melengkapi dalam membentuk loyalitas pelanggan. Program membership akan lebih bermakna apabila didukung oleh pelayanan yang konsisten dan profesional, sementara kualitas pelayanan akan semakin bernilai ketika pelanggan merasa dihargai melalui status keanggotaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Seran, Thalib, dan Hilmiyah (2024) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk melalui kombinasi program loyalitas dan pelayanan yang berkualitas.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa program membership dan kualitas pelayanan memiliki peran strategis dalam membentuk loyalitas pelanggan di Apotek Jetak Farma. Secara umum, hasil ini mengonfirmasi temuan sejumlah penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya strategi loyalitas dan kualitas layanan dalam industri ritel farmasi. Penelitian Seran,

Thalib, dan Hilmiyah (2024), misalnya, menyatakan bahwa program loyalitas yang terstruktur dan kualitas pelayanan yang prima secara simultan berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dalam konteks Apotek Jetak Farma, temuan tersebut diperkuat oleh persepsi pelanggan yang menilai bahwa manfaat keanggotaan dan pelayanan profesional menjadi alasan utama untuk melakukan kunjungan ulang.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan nuansa perbedaan dibandingkan penelitian terdahulu, khususnya terkait tingkat efektivitas implementasi program membership di apotek lokal. Jika penelitian sebelumnya cenderung menekankan keberhasilan program loyalitas pada jaringan ritel besar yang telah didukung oleh sistem digital dan promosi masif, temuan di Apotek Jetak Farma menunjukkan bahwa keberadaan program membership belum otomatis menjamin loyalitas pelanggan. Faktor pemahaman pelanggan, konsistensi pelaksanaan, serta integrasi program dengan pelayanan sehari-hari menjadi penentu utama keberhasilan program tersebut. Hal ini memperluas temuan sebelumnya dengan menunjukkan bahwa konteks skala usaha dan kapasitas manajerial berpengaruh signifikan terhadap efektivitas program loyalitas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa program membership dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan di Apotek Jetak Farma. Program membership dipersepsikan sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan yang mampu mendorong kunjungan ulang, namun efektivitasnya sangat bergantung pada tingkat pemahaman pelanggan, konsistensi implementasi, serta integrasinya dengan sistem pelayanan apotek.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian. Pertama, penelitian dilakukan pada satu apotek lokal, sehingga temuan penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas ke seluruh apotek di wilayah lain atau ke jaringan apotek berskala nasional. Kedua, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada persepsi subjektif informan dan keterbatasan kemampuan informan dalam mengungkapkan pengalaman secara menyeluruh.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pemasaran relasional dan manajemen pelayanan kesehatan dengan menegaskan bahwa loyalitas pelanggan di apotek tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan program membership atau kualitas pelayanan secara parsial, tetapi oleh sinergi keduanya. Temuan ini memperkaya literatur dengan menghadirkan konteks apotek lokal sebagai objek penelitian, yang selama ini masih relatif terbatas dibandingkan penelitian pada ritel berskala besar.

REFERENCES

Hurriyati, R. (2015). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Alfabeta.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek. Kementerian Kesehatan RI.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen pemasaran jasa (3rd ed.). Salemba Empat.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Prasetyo, A., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan pelanggan apotek. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi*, 10(2), 85–94.

Putri, R. A., & Nugroho, Y. A. (2022). Analisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada apotek komunitas. *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 12(1), 45–54.

Sari, D. P., & Handayani, R. S. (2021). Dinamika persaingan ritel farmasi di Indonesia dan implikasinya terhadap apotek lokal. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 9(3), 210–219.

Seran, M. A., Thalib, S., & Hilmiyah, N. (2024). Pengaruh program loyalitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 145–158.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality & satisfaction (4th ed.). Andi Offset.

Utami, C. W. (2019). Strategi loyalitas pelanggan dalam industri ritel kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 30–39.