



## ANALISIS KANVAS MODEL BISNIS APOTEK MUSTAJAB

### CANVAS ANALYSIS OF MUSTAJAB PHARMACY BUSINESS MODEL

Andreas Recki Prasetyo<sup>1</sup>, Muhammad Aqshel Revinzky Nizar<sup>2</sup>, Irsyad Kamal<sup>3</sup>,  
M. Chairul Ihsan<sup>4</sup>, Anindita Nirkin Maheswa<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Padjadjaran

Email: [andreas@unpad.ac.id](mailto:andreas@unpad.ac.id)<sup>1</sup>, [aqshel@unpad.ac.id](mailto:aqshel@unpad.ac.id)<sup>2</sup>, [irsyad.kamal@unpad.ac.id](mailto:irsyad.kamal@unpad.ac.id)<sup>3</sup>, [ihsan@unpad.ac.id](mailto:ihsan@unpad.ac.id)<sup>4</sup>,  
[anindita23002@mail.unpad.ac.id](mailto:anindita23002@mail.unpad.ac.id)<sup>5</sup>

#### Article Info

##### Article history :

Received : 10-07-2024

Revised : 12-07-2024

Accepted : 15-07-2024

Published : 18-07-2024

#### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are currently growing in the entrepreneurial world. MSMEs have become a government initiative to create a more equitable national economy. They have positive impacts both in rural and urban areas. Pharmacies are essential healthcare facilities; however, their distribution in various regions, including Tegal City and Regency, remains limited. Apotek Mustajab is a developing pharmacy in Tegal, providing medications and health solutions to the local community. This study employs a descriptive method, collecting primary data through interviews with the pharmacy owner and secondary data from books, the internet, and official documents. Analysis is conducted using the Business Model Canvas (BMC), which encompasses nine key elements. The results indicate that Apotek Mustajab can enhance its presence by utilizing the expertise of pharmacists to compound medications, leveraging communication technology like WhatsApp to reach a broader customer base, and strengthening partnerships with drug suppliers. In conclusion, the implementation of these strategies can improve customer service, optimize pharmacy operations, and solidify Apotek Mustajab's position as the primary healthcare provider in Tegal Regency.*

**Keywords:** *Business Model Canvas, Apotek*

#### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tengah berkembang dalam dunia kewirausahaan saat ini. UMKM juga menjadi suatu daya cipta pemerintah demi menciptakan perekonomian nasional yang lebih merata. UMKM membawa dampak positif baik di pedesaan maupun di perkotaan. Apotek merupakan sarana pelayanan kesehatan yang penting, namun distribusi apotek di berbagai daerah, termasuk Kota dan Kabupaten Tegal, masih terbatas. Apotek Mustajab merupakan apotek yang berkembang di Tegal, menyediakan obat-obatan dan solusi kesehatan bagi masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pemilik apotek dan data sekunder dari buku, internet, dan dokumen resmi. Analisis dilakukan dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) yang mencakup sembilan elemen utama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Apotek Mustajab dapat meningkatkan kehadirannya dengan memanfaatkan keahlian apoteker untuk meracik obat, menggunakan teknologi komunikasi seperti WhatsApp untuk menjangkau pelanggan lebih luas, serta memperkuat kemitraan dengan pemasok obat. Kesimpulannya, implementasi strategi-strategi tersebut dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, mengoptimalkan operasional apotek, dan memperkuat posisi Apotek Mustajab sebagai pilihan utama layanan kesehatan di Kabupaten Tegal.

**Kata Kunci:** *Kanvas Model Bisnis, Apotek*



## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tengah berkembang dalam dunia kewirausahaan saat ini. UMKM juga menjadi suatu daya cipta pemerintah demi menciptakan perekonomian nasional yang lebih merata. UMKM membawa dampak positif baik di pedesaan maupun di perkotaan. UMKM memiliki beberapa jenis, seperti usaha mikro, usaha menengah, dan usaha kecil. Kepemilikan UMKM bisa dimiliki oleh perorangan saja atau badan usaha yang mengelola bisnis UMKM tersebut.

Apotek adalah sarana pelayanan kesehatan untuk membantu meningkatkan kesehatan bagi masyarakat, apotek juga sebagai tempat praktik tenaga profesi apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasian (Hartini dan Sulasmu, 2007). Berdasarkan PP No. 26/1965. tujuan apotek diantaranya sebagai berikut:

1. Pembuatan, pengolahan, peracikan, pengubahan bentuk pencampuran dan penyerahan obat atau bahan obat.
2. Penyaluran perbekalan kesehatan di bidang farmasi yang meliputi: obat, bahan obat, obat asli Indonesia, kosmetik, alat-alat kesehatan, dan sebagainya.

Melihat trennya dalam satu dekade terakhir, jumlah apotek di Indonesia cenderung meningkat. Kenaikan jumlah apotek paling dari tahun 2012 sebesar 17.613 unit menjadi sebesar 30.199 unit di tahun 2021. Beberapa dari apotek tersebut termasuk ke dalam UMKM. Bisnis apotek semakin subur sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk, pentingnya kesadaran terhadap kesehatan, harapan hidup yang semakin meningkat, dukungan yang meningkat dalam program kesehatan pemerintah dengan beberapa perbaikan dalam perekonomian dan daya beli masyarakat. Dalam menjalankan bisnisnya, apotek dituntut untuk mampu menciptakan inovasi dan strategi. Strategi pemasaran tidak terlepas dari aspek tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tinggi dapat berpengaruh terhadap omset apotek.

Meski demikian tidak semua daerah memiliki akses terhadap obat-obatan yang di distribusi Apotek. Kota Tegal merupakan salah satu kota yang memiliki total Apotek tercatat yang cukup rendah di Jawa Tengah. Berdasarkan data dari badan pusat statistik, banyak sarana distribusi obat yang diperiksa menurut kabupaten/kota provinsi di Jawa Tengah pada tahun 2021, Apotek sejumlah 1, toko obat 32, dan pedagang besar farmasi 10 (Badan Pusat Statistik, 2021). Melihat fenomena tersebut masyarakat Jawa Tengah sangat berketergantungan kepada sarana distribusi obat bagi mereka yang membutuhkan. Salah satu apotek yang berada di Kota Tegal yaitu Apotek Mustajab yang berada di Jl. Sultan Agung No.81, RT.02/RW.02, Kejambon, Kec. Tegal Tim., Kota Tegal, Jawa Tengah 52124. Apotek Mustajab merupakan salah satu apotek yang sedang berkembang di Kota Tegal. Apotek Mustajab membantu masyarakat dengan memberikan solusi dari berbagai macam penyakit dengan menjual obat-obatan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pentingnya menganalisis untuk memaksimalkan



kehadiran Apotek Mustajab dalam sebagai sarana distribusi obat di Kota Tegal menggunakan Kanvas Bisnis Model yang akan memetakan proses bisnis dari Apotek Mustajab.

**METODE**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penggambaran secara kualitatif fakta, data, atau objek material yang tidak berupa rangkaian angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wacana melalui interpretasi yang tepat dan sistematis (Wibowo, 2011).

Terdapat dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pemilik apotek untuk mendapatkan informasi tentang proses bisnis, serat tantangan yang dihadapi dalam menjalankan Apotek Mustajab.

Data sekunder diperoleh dari sumber tertulis yang berasal dari buku, internet, kamus dan dokumen resmi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk memetakan proses bisnis dari Apotek Mustajab, dilakukan analisis Kanvas Bisnis Model untuk memetakan proses bisnis dari Apotek Mustajab. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) *Business Model Canvas* adalah model gambaran bisnis yang logis terkait bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan bahkan menangkap sebuah nilai.

Business Model Canvas (BMC) memiliki kelebihan dalam menguraikan model bisnis yaitu mampu memvisualkan keseluruhan pada keadaan suatu bisnis saat ini berdasarkan segmen konsumen, nilai yang ditawarkan, jalur penyaluran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pemasukan, aset primer, mitra bisnis, serta struktur keuangan yang dimiliki (Rainaldo et al., 2017). Business Model Canvas ini dibagi menjadi 9 kriteria, yaitu:

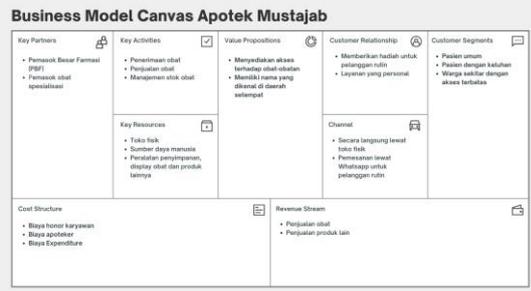
<b>Strategic Partners</b> Do you need to work with others or can you proceed alone? If you need others who are the: <ul style="list-style-type: none"> <li>Lead customers?</li> <li>Key suppliers?</li> <li>Resource network actors?</li> </ul>	<b>Key Activities</b> Operations management CRM systems Financial control systems HRM Systems Rules, policies, metrics  <b>Key Resources</b> Core competencies? Team structure? Physical resources? Financial resources?	<b>Value Proposition</b> How does the product or service help the customer: <ul style="list-style-type: none"> <li>Save money</li> <li>Save time</li> <li>Add value</li> <li>Increase profits</li> </ul>	<b>Customer Relations</b> What are the customers? <ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisition costs?</li> <li>Retention costs?</li> <li>Switching costs?</li> <li>Life time value?</li> </ul> <b>Channels</b> How do you reach your customers? How can you deliver value to them? Can you do this directly or do you need to work via others?	<b>Customer Segments</b> What is the customer? What are their main problems or needs? What goals do they have? Demographics? Psychographics?
<b>Cost structure (how much it cost?)</b> What are the main over head (fixed) costs? What are the anticipated variable costs? What is the anticipated gross profit margin? When will the business breakeven?		<b>Revenue Stream (Monetizing)</b> How much is the customer willing to pay? How many customers will pay? How frequently will they pay? Cash cycle & cost-profit-volume analysis		

**Gambar 1.**  
**Kanvas Bisnis Model**

Sumber: Mazzarol and Reboud (2020)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uraian data penelitian ini meliputi tentang penjabaran data penelitian yang didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik Apotek Mustajab. Berikut uraian analisis konsep model bisnis pada UMKM berdasarkan BMC yang dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 2.**  
**Kanvas Bisnis Model Apotek Mustajab**

Sumber: Peneliti (2024) Berikut merupakan uraian dari Gambar 2:

1. Value Proposition

Bagi UMKM Apotek Mustajab, hal utama yang diberikan kepada konsumen yaitu produk dalam bentuk obat-obatan. Tapi tidak menutup kemungkinan bahwa ada jasa yang diberikan, seperti konsultasi pengobatan informal. Berdasarkan hasil wawancara value propositions Apotek mustajab yang utama yaitu menyediakan variasi obat yang luas dan beragam, mulai dari obat generik yang terjangkau hingga obat-obatan khusus yang jarang ditemukan di apotek lain. Apotek Mustajab juga dikenal memiliki reputasi baik di kalangan masyarakat setempat. Reputasi ini terbangun dari sejarah panjang apotek yang berawal sebagai bisnis keluarga sekitar 50? tahun yang lalu. Sejak itu, bisnis Apotek keluarga Mustajab diturunkan hingga sampai ke saat ini. Warisan bisnis keluarga ini membawa nilai-nilai pelayanan yang tinggi, kepercayaan, dan komitmen jangka panjang terhadap kesehatan masyarakat di Kabupaten Tegal.

2. Customer Segments

Segmen pasar terdiri atas sekelompok konsumen yang memiliki sejumlah keinginan yang sama (Kotler & Keller 2012). Segmentasi pasar dari Apotek Mustajab diantaranya pasien umum yang datang untuk membeli obat-obatan generik, pasien dengan keluhan yang membutuhkan komprehensi mengenai obat apa yang dapat meringankan keluhan tersebut, dan masyarakat pedesaan dari daerah sekitar yang memiliki keterbatasan akses dan hanya dapat mengunjungi Apotek Mustajab di Kabupaten Tegal.

3. Customer Relationship

Hubungan Apotek Mustajab dengan pelanggan dijaga dengan mengadakan pendekatan personal dimana staf apotek dilatih untuk memberikan pelayanan yang ramah dan personal, mengenal pelanggan rutin dan kebutuhan-kebutuhan mereka. Di samping itu, Apotek Mustajab memberikan hadiah kecil sebagai bentuk terima kasih kepada pelanggan rutin mereka. Hadiah ini meliputi kalender, gelas berlogo merk obat- obatan, dan sarung.

4. Channels

Channels merupakan jalur yang digunakan untuk berhubungan dengan pelanggan. Channels yang digunakan oleh Apotek Mustajab dalam penjualan obat-obatan dilakukan secara langsung melalui toko fisik tetapi akhir-akhir ini sudah mulai menghubungi beberapa konsumen rutin melalui aplikasi Whatsapp.



## 5. Revenue Streams

Revenue streams diartikan sebagai pendapatan dari setiap segmen pasar yang dapat diukur dalam bentuk uang yang diterima dari pelanggannya. Revenue Streams Apotek Mustajab berasal dari penjualan obat-obatan baik generik maupun spesialisasi. Disamping itu, Apotek Mustajab juga menjual produk lain seperti vitamin harian dan minuman kesehatan.

## 6. Key Resources

Key resources merupakan sumber daya utama yang diperlukan suatu perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Untuk Apotek Mustajab, key resource dalam menjalankan bisnisnya adalah toko fisik, tenaga kerja kefarmasian, apoteker yang melakukan kontrol dari waktu ke waktu, peralatan penyimpanan obat, dan rak display obat atau produk lainnya.

## 7. Key Activities

Key activities merupakan kegiatan- kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan dalam mewujudkan nilai tambah suatu produk atau jasa. Aktivitas utama Apotek Mustajab meliputi penerimaan obat/BMHP (Bahan Medis Habis Pakai), pemantauan stok obat di kartu stok, penjualan obat kepada konsumen, penyimpanan obat yang sistematis, dan pencatatan faktur di buku besar.

## 8. Key Partners

Key partnership adalah mitra utama dalam menjalankan bisnis. Salah satunya adalah supplier yang memasok bahan baku sehingga aktivitas bisnis perusahaan dapat berjalan (Osterwalder & Pigneur 2010). Kemitraan yang dijalin Apotek Mustajab adalah dengan para pemasok bahan baku dimana untuk apotek adalah Pedagang Besar Farmasi (PBF), salesperson yang datang ke Apotek, dan obat-obatan tertentu yang harus di reach out secara mandiri.

## 9. Cost Structure

Cost Structure adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, menciptakan dan meningkatkan nilai tambah, menjalin hubungan dengan para pelanggan, dan memperoleh keuntungan (Osterwalder & Pigneur 2010). Biaya yang dikeluarkan oleh Apotek Mustajab terdiri dari biaya tetap untuk utilitas bangunan, honor karyawan, dan pembelian obat-obatan

Berdasarkan hasil analisis BMC dari Apotek mustajab, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan guna memaksimalkan kehadiran Apotek Mustajab untuk masyarakat setempat:

1. Memanfaatkan tenaga kerja apoteker untuk memungkinkan kehadiran obat racikan yang dapat memenuhi kebutuhan spesifik pasien yang mungkin membutuhkan formulasi obat spesifik yang tidak ada di pasar umum. Apoteker yang memiliki lisensi dan kewenangan hukum untuk meracik obat-obatan dapat membawa jasa baru bagi mereka yang tidak memiliki akses sebelumnya.
2. Memanfaatkan teknologi komunikasi. Apotek Mustajab dapat memanfaatkan aplikasi Whatsapp atau platform komunikasi lainnya digabung dengan database yang sesuai untuk meraih konsumen yang lebih luas. Selain itu, penggunaan teknologi komunikasi juga dapat dilakukan dengan mencatat nomor konsumen yang membeli obat dan mengirimkan broadcast



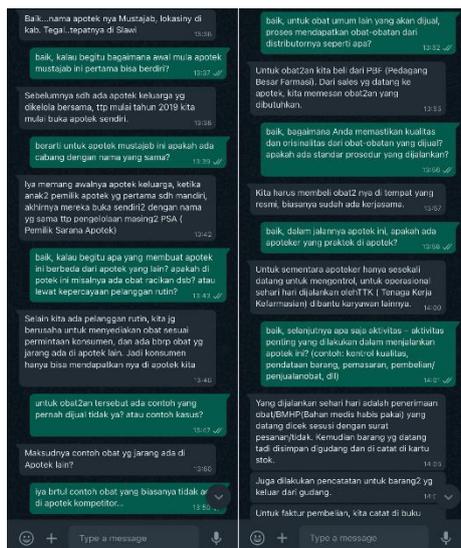
untuk kedatangan obat baru/ restock obat tertentu.

- Memperkuat hubungan dengan key partners. Key partners yang dimaksud adalah Pemasok Besar Farmasi (PBF) dan salesperson. Hubungan baik dengan distributor obat-obatan dapat memungkinkan Apotek Mustajab untuk mendapatkan harga yang kompetitif dan akses ke produk- produk terbaru.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis BMC dari Apotek Mustajab, dilihat dari sebaran apotek di daerah Tegal dan Value Propositionnya, Apotek Mustajab terlihat bahwa apotek ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan kehadirannya sebagai salah satu sarana akses terhadap obat-obatan terjangkau untuk masyarakat setempat. Dari hasil analisis, erdapat beberapa strategi yang dapat diaplikasikan untuk memaksimalkan kehadiran Apotek Mustajab di Kab. Tegal. Strategi ini meliputi penambahan sumber daya manusia (apoteker), menambahkan atau memaksimalkan channels yang digunakan yaitu menjangkau pasar yang lebih besar lewat broadcast Whatsapp, dan memperkuat hubungan dengan Key Partners yaitu Pemasok Besar Farmasi.

## Dokumentasi



## Gambar 3.

### Dokumentasi Wawancara melewati aplikasi WhatsApp

Sumber: Peneliti (2024)

## REFERENSI

- Della Natallia, Livya Wachyu Susanti, Herisen, Maya Malind. 2022. Business Model Canvas Bagi UMKM MOII Foods. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) E-ISSN : 2829-2006 Vol 1. April, 2022.*
- Laurentius Evan Wijaya & Ratih Indriyani. 2016. Analisis Business Model Canvas Pada CV. Kayu Murni Surabaya. *Jurnal AGORA Vol. 4 No. 2 Hal. 304- 313.*
- Mochammad Widya Pratama, Delina Hasan, Lies Putriana. 2022. Analisis Strategi Dalam



- 
- Menjalankan Bisnis Apotek dan Meningkatkan Omzet Pada Masa Pandemi Covid 19.  
*Poltekita: Jurnal Ilmu Kesehatan Vol.16 No. 3 November 2022: Hal. 352-361*
- Wijayanti & Hidayat. 2020. “Business Model Canvas (BMC) Sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM”. *Jurnal Agroindustri Halal ISSN 2442- 3548 Volume 6 Nomor 2*.
- Shilvina Widi. 2022. Berapa jumlah apotek di indonesia?. Diakses pada 22 Juni 2024.<https://dataindonesia.id/kesehatan/detail/berapa-jumlah-apotek-di-indonesia>
- PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 26 TAHUN 1965 TENTANG TUJUANAPOTEK.<https://peraturan.bpk.go.id/Download/61847/pp%20no%20026%20tahun%201965.pdf>