



INTISARI

Apotek merupakan sebuah sarana kefarmasian tempat melakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Apotek AW merupakan apotek yang sudah berdiri sejak tahun 1999 dan memiliki lima cabang yang tersebar di Jakarta Selatan. Saat ini, Apotek AW telah menggunakan sistem komputerisasi untuk pembelian dan penjualan barang, namun data yang ada belum dianalisis secara tepat dan digunakan secara maksimal. Sehingga Apotek AW belum memiliki strategi bisnis digital yang tepat, dan belum mampu mengamankan posisinya pada peta persaingan apotek di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi strategi bisnis digital yang sudah berjalan di Apotek AW sesuai dengan indikator yang sudah ditetapkan pada penelitian sebelumnya oleh Bharadwaj et al. (2013).

Hasil dari penelitian ini adalah Apotek AW sudah berada pada jalur yang tepat untuk menggunakan strategi bisnis digital dalam pelaksanaan bisnisnya. Saat ini Apotek AW memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan operasionalnya terutama untuk mengontrol kegiatan jual beli setiap harinya namun penerapan strategi bisnis digital masih berfokus pada pemimpin, bukan teknologi sehingga manfaatnya masih terbatas pada kontrol operasional dan optimalisasi proses internal. Dengan mengubah penerapan strategi bisnis yang kini berfokus pada teknologi, Apotek AW diharapkan lebih memahami *customer value* dan *creation value*.

Kata kunci :Strategi Bisnis Digital Apotek, *Scope, Scale, Speed of Digital Strategy Business, Source of Value Creation*



ABSTRACT

A pharmacy is a pharmaceutical facility where pharmacists practice pharmacy. Apotek AW is a pharmacy established in 1999 and has five branches spread across South Jakarta. Apotek AW has used a computerized system to purchase and sell goods, but the existing data have not been appropriately analyzed and used optimally. S Apotek AW does not yet have the right digital business strategy and has not secured its position on the competitive map of pharmacies in Jakarta. This study aims to evaluate the implementation of digital strategic business in Apotek AW using indicators by Bharadwaj et al. (2013).

The results of this study are that Apotek AW is on the right track to use digital business strategies in carrying out its business. Currently, Apotek AW utilizes information technology for its operational activities, especially to control buying and selling activities every day; however, digital business strategies still focus on leaders, not technology. Its use is still limited to operational control and optimization of internal processes. By changing the implementation of business strategies that are now focused on technology, Apotek AW is expected to better understand customer value and value creation.

Keywords : Digital Business Strategy Pharmacy, Scope, Scale, Speed of Digital Strategy Business, Source of Value Creation