



Farmapreneur: Membangun Bisnis Farmasi yang Inovatif dan Kompetitif

Hardani^{1*}, Ajeng Dian Pertiwi¹, Sri Idawati¹, Wulan Ratia Ratulangi¹, Evi Fatmi Utami¹, Adriyan Suhada¹, Sri Rahmawati¹, En Purmafitriah¹, Rosnalia Widyan¹

¹Program Studi D3 Farmasi, Politeknik Medica Farma Husada Mataram, Jl. Medica Farma No.1 Lingkungan Batu Ringgit Selatan, Sekarbela, Mataram, Indonesia, 83115

*Email korespondensi: danylastchild07@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received: 19 Feb 2025

Accepted: 9 Jun 2025

Published: 31 Jul 2025

Kata Kunci:

Daya saing;

Farmapreneur;

Inovasi Farmasi;

Kewirausahaan;

Strategi bisnis.

Keyword:

Business strategy;

Competitiveness;

Entrepreneurship;

Pharmaceutical

Innovation;

Pharmapreneur.

ABSTRAK

Background: Industri farmasi terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk kesehatan yang inovatif dan berkualitas. Kewirausahaan di bidang farmasi atau Farmapreneur menjadi peluang besar bagi apoteker dan pelaku usaha untuk menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi standar kesehatan, tetapi juga memiliki daya saing tinggi di pasar. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada calon wirausahawan farmasi mengenai strategi inovasi produk, manajemen bisnis, serta regulasi yang harus dipatuhi dalam industri farmasi. **Metode:** Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi presentasi, *group discussion*, dan pendampingan intensif kepada peserta dalam merancang dan mengembangkan produk farmasi berbasis inovasi. Materi yang diberikan mencakup formulasi produk, analisis pasar, strategi pemasaran digital, serta aspek hukum dan perizinan. **Hasil:** Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang proses pengembangan bisnis farmasi yang berkelanjutan dan berdaya saing, rata-rata skor *post-test* meningkat menjadi 82,6. Beberapa peserta berhasil merancang prototipe produk yang berpotensi dikembangkan lebih lanjut untuk masuk ke pasar. **Kesimpulan:** Dengan adanya program ini, diharapkan semakin banyak farmapreneur yang mampu menciptakan produk farmasi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan regulasi yang berlaku. Program ini juga berkontribusi dalam meningkatkan kemandirian ekonomi serta memperkuat ekosistem bisnis farmasi di Indonesia.

ABSTRACT

Background: The pharmaceutical industry continues to grow along with the increasing need for innovative and quality health products. Entrepreneurship in the pharmaceutical sector or Farmapreneur is a great opportunity for pharmacists and business actors to create products that not only meet health standards, but also have high competitiveness in the market. This community service aims to provide education and training to prospective pharmaceutical entrepreneurs regarding product innovation strategies, business management, and regulations that must be obeyed in the pharmaceutical industry. **Methods:** The methods used in this activity include presentations, group discussion, and intensive assistance to participants in designing and developing innovation-based pharmaceutical products. The materials provided included product formulation, market analysis, digital marketing strategies, as well as legal and licensing aspects. **Results:** The results of this activity show that participants have a better understanding of the process of developing a sustainable and competitive pharmaceutical business, the average post-test score increased to 82.6. Some participants successfully designed product prototypes that have the

potential to be further developed to enter the market. **Conclusion:** With this program, it is expected that more and more pharmacopreneurs will be able to create innovative pharmaceutical products that meet the needs of the community and applicable regulations. This program also contributes to increasing economic independence and strengthening the pharmaceutical business ecosystem in Indonesia.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Industri farmasi merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam peningkatan kualitas kesehatan masyarakat (Niluh Puspita Dewi et al, 2024). Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, permintaan akan produk farmasi yang inovatif dan berkualitas juga terus mengalami pertumbuhan (Nawiyah et al., 2023). Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, perkembangan industri farmasi semakin pesat dengan munculnya berbagai inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif (Piter Piter, 2024). Hal ini membuka peluang besar bagi wirausahawan farmasi atau farmapreneur untuk mengembangkan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memberikan manfaat luas bagi masyarakat. Konsep farmapreneur mengacu pada upaya kewirausahaan di bidang farmasi yang menekankan inovasi, kemandirian, dan daya saing dalam industri farmasi (Graciafernandy et al., 2023). Farmapreneur tidak hanya berperan dalam menciptakan dan memasarkan produk farmasi seperti obat, suplemen kesehatan, dan kosmetik berbasis farmasi, tetapi juga berkontribusi dalam pengembangan layanan kesehatan yang lebih luas. Namun, meskipun peluang di sektor ini sangat besar, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh calon farmapreneur, seperti persaingan ketat, regulasi yang ketat, serta kebutuhan akan pemahaman mendalam mengenai pengembangan produk dan strategi pemasaran yang efektif (Erwin et al., 2024).

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada calon farmapreneur agar mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai aspek teknis dan bisnis dalam industri farmasi. Program ini dirancang untuk memberikan wawasan mengenai inovasi produk farmasi, strategi pemasaran digital, analisis pasar, serta regulasi yang harus dipatuhi dalam menjalankan usaha farmasi (Piter Piter, 2024). Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan peserta dapat memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memulai dan mengembangkan bisnis farmasi yang inovatif dan berdaya saing. Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan seorang farmapreneur adalah inovasi dalam pengembangan produk (Indriani, 2020). Inovasi ini dapat berupa peningkatan formulasi produk, penggunaan bahan baku alami yang lebih aman, atau pengembangan produk berbasis bioteknologi yang memiliki efektivitas tinggi (Achmad Djazuli et al, 2022). Oleh karena itu, dalam program pengabdian ini, peserta akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang serta mengembangkan produk farmasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan standar kesehatan yang berlaku.

Selain inovasi, keberhasilan bisnis farmasi juga ditentukan oleh strategi pemasaran yang tepat (Hamsal & Eva Sundari, 2022). Digitalisasi telah mengubah cara pemasaran produk farmasi,

di mana strategi pemasaran digital seperti pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, dan digital advertising menjadi semakin penting (Mariskhana et al., 2020). Program ini juga akan membahas berbagai strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh farmapreneur, sehingga mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien (Saputra et al., 2024). Regulasi dan perizinan juga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan dalam membangun bisnis farmasi. Industri farmasi memiliki aturan yang ketat terkait dengan produksi, distribusi, dan pemasaran produk (Nurhayati et al., 2023). Oleh karena itu, program ini juga akan memberikan pemahaman tentang regulasi yang berlaku, seperti sertifikasi BPOM, izin edar produk, serta standar produksi yang sesuai dengan *Good Manufacturing Practice* (GMP) (BPOM, 2024). Dengan memahami aspek regulasi ini, calon farmapreneur dapat memastikan bahwa bisnis mereka berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Selain memberikan edukasi dan pelatihan, program pengabdian ini juga melibatkan sesi mentoring dan pendampingan bagi peserta yang ingin mengembangkan ide bisnis mereka menjadi usaha nyata (Amanah et al., 2025). Melalui sesi ini, peserta akan mendapatkan bimbingan langsung dari para ahli di bidang farmasi dan bisnis, sehingga mereka dapat menyusun strategi bisnis yang lebih matang dan aplikatif (Nurdiyansyah et al., 2024). Dengan pendekatan ini, diharapkan akan lahir lebih banyak farmapreneur yang mampu menciptakan produk farmasi berkualitas tinggi yang dapat bersaing di pasar lokal maupun internasional. Dengan adanya program pengabdian ini, diharapkan dapat tercipta ekosistem kewirausahaan farmasi yang lebih kuat dan berkelanjutan. Program ini tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta, tetapi juga bagi masyarakat secara luas, karena semakin banyak produk farmasi inovatif yang tersedia di pasaran akan berdampak positif terhadap peningkatan kesehatan masyarakat. Oleh karena itu, upaya pengembangan farmapreneur harus terus didorong agar industri farmasi di Indonesia semakin maju dan mampu bersaing di tingkat global.

MASALAH

Mitra dalam program pengabdian ini (mahasiswa farmasi Politeknik Medica Farma Husada Mataram semester 5) menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis farmasi yang inovatif dan berdaya saing. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam pengembangan produk farmasi yang sesuai dengan standar regulasi. Banyak calon farmapreneur yang memiliki ide bisnis menarik, tetapi kesulitan dalam merealisasikan produknya karena keterbatasan pengetahuan dalam formulasi, uji klinis, dan perizinan. Selain itu, akses terhadap informasi mengenai strategi pemasaran yang efektif juga menjadi kendala bagi mitra. Banyak pelaku usaha farmasi skala kecil dan menengah yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Padahal, dengan perkembangan teknologi, pemanfaatan *e-commerce*, media sosial, dan digital advertising dapat menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing produk farmasi di pasar yang semakin kompetitif.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan modal dan jaringan distribusi. Banyak calon farmapreneur kesulitan dalam mendapatkan sumber pendanaan yang cukup untuk memproduksi dan memasarkan produknya secara massal. Selain itu, mereka juga menghadapi hambatan dalam membangun jaringan distribusi yang luas agar produk mereka dapat menjangkau lebih banyak

konsumen. Dalam konteks kebutuhan masyarakat, masih banyak daerah yang memiliki keterbatasan akses terhadap produk farmasi berkualitas dan terjangkau. Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak inovasi dalam pengembangan dan distribusi produk farmasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara lebih luas.

Berdasarkan permasalahan di atas, program pengabdian ini akan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra (mahasiswa farmasi Politeknik Medica Farma Husada Mataram semester 5) untuk meningkatkan keterampilan dalam inovasi produk farmasi, strategi pemasaran digital, serta pemahaman regulasi yang berlaku. Dengan adanya program ini, diharapkan mitra dapat mengatasi tantangan yang ada dan membangun bisnis farmasi yang berkelanjutan serta memiliki daya saing tinggi di pasar nasional maupun internasional. Dalam rangka memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas program, pengabdian ini tidak hanya mengandalkan survei dan wawancara, tetapi juga menggunakan beberapa teknik pengumpulan data tambahan, yaitu observasi partisipatif, analisis dokumen, dan studi kasus. Teknik-teknik ini digunakan secara triangulatif untuk meningkatkan validitas dan kedalaman data yang diperoleh.

Observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan program di lapangan, termasuk interaksi antar pelaksana program, partisipasi peserta, serta dinamika kegiatan yang berlangsung. Observasi ini menggunakan lembar observasi terstruktur yang berisi indikator-indikator efektivitas program, seperti keterlibatan peserta, kepatuhan terhadap alur kegiatan, dan pencapaian target harian. Hasil observasi dicatat dalam *log field notes* untuk dianalisis secara kualitatif. Analisis dokumen dilakukan terhadap berbagai dokumen pendukung program seperti laporan kegiatan, data *monitoring* dan evaluasi (monev), notulensi rapat, serta materi sosialisasi atau pelatihan. Teknik ini bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi pelaksanaan program dengan perencanaan awal dan indikator capaian yang ditetapkan. Dokumen dianalisis dengan pendekatan konten analisis menggunakan kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya, digunakan pula studi kasus pada lokasi atau individu tertentu yang dianggap mewakili keberhasilan atau hambatan dalam implementasi program. Studi kasus ini menggali lebih dalam konteks spesifik yang memengaruhi efektivitas program, dengan menggunakan kombinasi observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Untuk alat ukur, digunakan lembar penilaian efektivitas program yang dikembangkan berdasarkan indikator-indikator logis dari kerangka evaluasi, seperti input, proses, output, dan outcome. Setiap indikator diberikan skor berdasarkan kriteria yang telah diuji validitas isi dan reliabilitasnya melalui uji coba terbatas. Data kuantitatif yang diperoleh dari instrumen tersebut dianalisis secara deskriptif menggunakan statistik dasar (mean, persentase), sedangkan data kualitatif dari observasi, dokumen, dan studi kasus dianalisis dengan pendekatan tematik untuk menemukan pola-pola temuan.

METODE

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, program pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan strategis. Tahap pertama adalah analisis kebutuhan mitra, yang dilakukan dengan melakukan wawancara dan survei terhadap calon farmapreneur guna mengidentifikasi kendala utama yang mereka hadapi dalam bisnis farmasi. Tahap ini bertujuan untuk menyusun modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Tahap kedua adalah

edukasi dan pelatihan melalui materi kewirausahaan di kelas dan *group discussion* yang mencakup materi tentang inovasi produk farmasi, strategi pemasaran digital, serta regulasi dan perizinan yang berlaku dalam industri farmasi. Pelatihan ini menghadirkan para ahli dari bidang farmasi, bisnis, dan regulasi untuk memberikan wawasan yang komprehensif kepada peserta. Tahap ketiga adalah pendampingan dan mentoring, di mana peserta mendapatkan bimbingan langsung dalam menyusun strategi bisnis mereka. Pendampingan ini meliputi aspek formulasi produk, strategi pemasaran digital, serta persiapan perizinan dan sertifikasi BPOM. Tahap keempat adalah teknik pengumpulan dan analisis data, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur untuk mengukur efektivitas program. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif untuk melihat dampak program terhadap kesiapan peserta dalam menjalankan bisnis farmasi. Tahap terakhir adalah evaluasi dan monitoring, untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan ilmu yang telah mereka dapatkan dalam pengembangan bisnis mereka. Melalui metode ini, diharapkan calon farmapreneur dapat membangun bisnis farmasi yang inovatif dan berdaya saing secara efektif.

Lokasi, Waktu, dan Durasi Kegiatan

Program ini dilaksanakan secara tentative di ruang kelas farmasi, dengan durasi kegiatan selama enam bulan, mencakup tahapan pelatihan, mentoring, dan evaluasi akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif bagi para peserta, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang farmasi dan bisnis. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang inovasi produk farmasi dan strategi pemasaran digital (Nurdiyansyah et al., 2024). Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan skor *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan. Salah satu hasil utama dari program ini adalah kemampuan peserta dalam mengembangkan prototipe produk farmasi berbasis inovasi. Beberapa peserta berhasil menciptakan produk seperti suplemen herbal, kosmetik farmasi, dan obat-obatan berbasis bioteknologi dengan formulasi yang lebih baik dan sesuai dengan standar kesehatan. Produk-produk ini memiliki potensi untuk dipasarkan lebih luas dengan strategi pemasaran yang telah dipelajari dalam program. Hasil *pre-test* dan *post-test* disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test*

No	Kategori	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	Perubahan
1	Jumlah Peserta	114	114	
2	Rata-rata Skor	55,2	82,6	+27,4
3	Rentang Skor	40-70	70-95	
4	Peserta dengan Skor ≥ 70	10% (11 peserta)	90% (103 peserta)	+80%
5	Peserta dengan Skor < 50	40% (46 peserta)	0% (0 peserta)	-40%
6	Persentase Peningkatan Skor		49,6%	

Peningkatan skor yang signifikan antara *pre-test* dan *post-test* sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1 menunjukkan keberhasilan pelatihan secara umum dalam meningkatkan pemahaman peserta. Rata-rata skor meningkat sebesar 27,4 poin, dari 55,2 menjadi 82,6, dan

jumlah peserta yang mencapai skor ≥ 70 naik drastis dari 10% menjadi 90%. Namun, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas program, peningkatan ini perlu dianalisis lebih lanjut dengan mempertimbangkan aspek pengalaman peserta selama mengikuti pelatihan. Pengalaman tersebut mencakup keaktifan dalam sesi pelatihan, tingkat kehadiran, partisipasi dalam diskusi, serta persepsi terhadap metode pembelajaran yang digunakan. Misalnya, peserta dengan kehadiran penuh dan keterlibatan aktif kemungkinan memiliki peningkatan skor yang lebih tinggi dibandingkan peserta yang kurang aktif. Selain itu, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, dan motivasi pribadi peserta juga dapat memengaruhi tingkat pemahaman dan penerimaan materi. Analisis terhadap variabel-variabel ini penting untuk menjelaskan mengapa sebagian peserta mengalami peningkatan yang lebih besar, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan program pelatihan selanjutnya. Dengan demikian, evaluasi efektivitas program tidak hanya berhenti pada hasil akhir berupa peningkatan skor, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam mengenai proses pembelajaran yang terjadi selama pelatihan.

Dalam aspek pemasaran, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik dalam memanfaatkan platform digital. Banyak dari mereka mulai mengadopsi strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan iklan berbasis digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Hal ini membuka peluang baru bagi farmapreneur untuk bersaing dengan produk farmasi lainnya yang sudah lebih dulu hadir di pasaran. Selain itu, peserta yang mengikuti sesi mentoring dan pendampingan merasa lebih percaya diri dalam merancang model bisnis mereka. Mereka mendapatkan wawasan tentang aspek legalitas dan regulasi, sehingga dapat menghindari kesalahan dalam proses perizinan produk mereka. Dengan adanya sesi mentoring ini, peserta mampu menyusun rencana bisnis yang lebih matang dan aplikatif. Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu membangun bisnis farmasi yang inovatif dan berdaya saing melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan yang terarah. Produk yang dihasilkan Mitra sebanyak 17 produk dan disajikan pada Tabel 2.

Produk yang dihasilkan oleh Mitra

Tabel 2. Produk yang dihasilkan oleh Mitra (Mahasiswa)

No	Nama Produk	Komposisi	Manfaat	Dokumentasi
1	Pure Serai Spray	Serai, Air, Etanol	Mengusir nyamuk karena mengandung zat aktif yang berfungsi sebagai pengusir nyamuk.	
2	Healthy Tea IA	Daun Binahong, Jahe, Kunyit	Meningkatkan daya tahan tubuh, mempercepat penyembuhan, mengurangi	

No	Nama Produk	Komposisi	Manfaat	Dokumentasi
			peradangan, serta menjaga kesehatan jantung dan pencernaan	
3	Krim Sumbawa "LANE"	Cangkang Kerang, Kunyit, Terong Kuning	Untuk keseleo, Memar, Bengkak, dan sangat baik untuk tulang	
4	Permen Amilo (Asam Manis Lombok)	Asam Jawa, Gula Pasir, Gula Aren, Garam dan Tepung Panir	Membantu menjaga kesehatan system pencernaan, menjaga kesehatan jantung, meredakan mual, mencegah infeksi jamur, menjaga kesehatan gigi, membantu menurunkan berat badan	
5	Mascoff		Mengurangi Selulit, Menenangkan Kulit, Anti-Penuaan, Mencegah Kanker Kulit, Mengurangi Peradangan, Perawatan Jerawat, Menghilangkan Lingkaran Hitam di Bawah Mata	
6	Lulur Majakani	Beras, Kunyit, Kopi	Mengencangkan Kulit, Mencerahkan Kulit, Mengatasi Masalah Kulit, Mencegah Penuaan Dini, Menghaluskan Kulit	
7	Rice Coffee Glow Scrub	Beras, Bubuk Kopi, Bubuk Kunyit	Eksfoliasi Kulit, Mencerahkan Kulit, Menghaluskan Kulit	

No	Nama Produk	Komposisi		Manfaat	Dokumentasi
				Mengurangi Selulit, Sifat Antioksidan, Melembapkan Kulit	
8	Honey & Lime	Madu, Lemon	Air,	Meningkatkan sistem imun, membantu pencernaan, detoksifikasi dan menjaga kesehatan hati	
9	Teh Celup Kumis Kucing	Herbal Kumis Kucing, Strobilanthes crispus		Kesehatan ginjal, mengontrol tekanan darah, menurunkan asam urat, dan menjaga keseimbangan cairan tubuh	
10	Minuman Herbal Nahi	Daun Sirih, Gula Aren, Kunyit, Jahe	FN	Berkhasiat menghilangkan bau badan, dan merapatakan area kewanitaan	
11	Curmijer	Kunyit, Jahe dan Gula Aren		Mengurangi peradangan, meningkatkan daya tahan tubuh, menjaga pencernaan, serta memberi energi alami.	
12	Serbat Jahe Gula Merah	Jahe, Gula Aren		Menghangatkan badan, mengatasi masalah pencernaan, reumatik, demam, dan peradangan	
13	Teh Rosella Harmoni	Kuntum Bunga Rosella, Kapulaga,		Untuk kesehatan jantung, pencernaan, sistem imun,	

No	Nama Produk	Komposisi	Manfaat	Dokumentasi
		Batang Kayu serta Manis, Daun keseimbangan gula darah Pandan, dan kulit sehat Cengkeh		
14	Magic Flower	Parafin, Bunga Butterfly Pea, Sumbu lilin	Memberikan efek relaksasi, membantu mengurangi stres dan kecemasan	
15	Ginger shot	Jahe, Lemon, Madu, Kunyit, Cuka Apel, Air	Meningkatkan daya tahan tubuh, mengurangi peradangan, melancarkan pencernaan	
16	Tea Gimon	Gula Aren, Jahe, Lemon	Meningkatkan daya tahan tubuh, menurunkan tekanan darah, mencegah batu ginjal, mengurangi resiko diabetes	
17	Teh Telang	Bunga Telang, Air, Lemon, Gula Pasir	Membantu menjaga kulit, menjaga kesehatan otak, menjaga kesehatan mata, dan sistem imun	

KESIMPULAN

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengembangkan bisnis farmasi yang inovatif dan kompetitif. Program ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif yang melibatkan pelatihan, diskusi, dan praktik kewirausahaan berbasis farmasi. Berdasarkan evaluasi *pre-test* dan *post-test*, program ini menunjukkan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep farmapreneurship. Sebelum mengikuti program, rata-rata skor *pre-test* peserta adalah 55,2,

dengan hanya 10% peserta yang memperoleh skor di atas 70. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman terbatas mengenai strategi inovasi dalam bisnis farmasi. Setelah mengikuti program, rata-rata skor *post-test* meningkat menjadi 82,6, dengan 90% peserta mencapai skor di atas 70. Peningkatan rata-rata skor sebesar 27,4 poin mencerminkan efektivitas program dalam meningkatkan kompetensi peserta. Selain peningkatan pemahaman teoritis, peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan praktis dalam mengembangkan ide bisnis farmasi berbasis inovasi. Melalui sesi workshop dan simulasi bisnis, peserta mampu merancang model bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan daya saing di industri farmasi. Mereka juga diberikan wawasan mengenai tren pasar farmasi, strategi pemasaran digital, dan optimalisasi rantai pasok yang dapat meningkatkan efisiensi bisnis. Keberhasilan program ini dapat diatribusikan pada metode pembelajaran yang interaktif dan aplikatif, serta keterlibatan narasumber yang berpengalaman dalam industri farmasi. Dengan demikian, program Farmapreneur telah berkontribusi dalam membentuk mindset kewirausahaan berbasis farmasi yang inovatif, mendorong peserta untuk menjadi pelaku usaha yang adaptif terhadap perubahan pasar dan regulasi industri farmasi. Sebagai tindak lanjut, program ini direkomendasikan untuk dikembangkan lebih lanjut dengan fokus pada pendampingan bisnis bagi peserta yang ingin mengimplementasikan ide mereka dalam bentuk usaha nyata. Selain itu, kolaborasi dengan institusi pendidikan, industri farmasi, dan pemerintah dapat memperluas jangkauan program dan menciptakan ekosistem farmapreneur yang lebih kuat di Indonesia. Secara keseluruhan, program Farmapreneur telah berhasil memberikan dampak positif bagi peserta dan berpotensi untuk menjadi model pengembangan kewirausahaan farmasi yang berkelanjutan dan kompetitif di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada LPPM Politeknik Medica Farma Husada Mataram yang sudah mensupport kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga tim dosen dan mahasiswa yang membantu pelaksanaan kegiatan ini sehingga berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Djazuli et al. (2022). *Pengembangan Produk Pangan* (Vol. 16, Issue 1).
<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Amanah, D., Nuryanti, B. L., Aji, A. J., & Harahap, D. A. (2025). *Program Pendampingan Usaha " Pendidikan Pengusaha " Dalam Sektor Bisnis Program Pendampingan Usaha " Pendidikan Pengusaha " Dalam Sektor Bisnis Pendidikan. February.*
- BPOM. (2024). *Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 7 Tahun 2024 Tentang Standar Cara Pembuatan Obat Yang Baik.* 53–54.
- Erwin, Judijanto, L., Kaligis, J. N., Islami, V., Muspriyadi, R., Suprayitno, D., Irmadiani, N. D., Munizu, M., Muchayatin, Mawarni, I., Saktisyahputra, Riyanto, J., & Diputra, G. I. S. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori dan Strategi)* (Issue April). <https://www.researchgate.net/publication/379927743>
- Graciafernandy, M. A., Slahanti, M., & Dwiantari, S. (2023). PKM Farmasipreneur Bagi Mahasiswa Sekolah Tinggi Farmasi Nusa Putera Semarang Tinggi Farmasi Nusa Putera Semarang. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 3(1), 370–373. <https://doi.org/10.58466/literasi.v3i1.954>

- Hamsal, & Eva Sundari. (2022). Strategi Pemasaran Usaha Produk Farmasi Masa Strategi Pandemi Covid 19 Di PT. Ferron Par Pharmaceutical (Studi Kasus Peningkatan Volume Penjualan Produk Farmasi). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 46–54. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9453](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9453)
- Indriani, F. (2020). Studi Mengenai Orientasi Inovasi dan Pengembangan. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 3, 82–92. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Mariskhana, K., Suharyanti, N., Suparni, E., Syahlani, A., & Anggarini, D. T. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam E-commerce Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Majelis Talim Hidayatul Muhtadiin. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 2(2), 55–62. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v2i2.1924>
- Nawiyah, n., kaemong, r. C., ilham, m. A., & muhammad, f. (2023). Penyebab pengaruhnya pertumbuhan pasar indonesia terhadap produk skin care lokal pada tahun 2022. *Armada : jurnal penelitian multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Niluh Puspita Dewi et al. (2024). Farmasi Industri. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Nurhayati, N. P. S., Berlia, G. M., Sasongko, F. F., & Valentine, E. (2023). Pemasaran Obat Dalam Usaha Farmasi: Persoalan Profesionalisme dan Etika Bisnis. *Das Sollen: Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>
- Piter Piter, A. I. S. (2024). Strategi dan Inovasi Pemasaran dalam Mempertahankan Stabilitas Omzet Vitamin C (Brand Hevit-C) Selama dan Pasca Covid-19 di Apotek Wilayah Jakarta. *Obat: Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan*, 2(5), 319–342.
- Saputra, R., Adiprasetya, F., & Pulungan, P. (2024). *Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel*. 2(5).