

FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN INTENSI APOTEKER DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN INTERNET UNTUK PELAYANAN INFORMASI OBAT: STUDI PADA APOTEK JARINGAN

Ari Widhiarso^{1*}, Aris Widayati²
¹⁻²Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

*arywidhi81@gmail.com, ariswidayati31@gmail.com

Submitted: 30-05-22

Revised: 08-06-22

Accepted: 09-06-22

ABSTRAK

Covid-19 menjadikan transformasi digital berlangsung cepat dan mengharuskan pemerataan penggunaan teknologi informasi komunikasi (TIK), termasuk bidang pelayanan kefarmasian berbasis internet. Tujuan penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to use* apoteker apotek jaringan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam memanfaatkan media sosial dan internet untuk pelayanan kefarmasian

Penelitian bersifat *observasional analitik* diikuti 102 apoteker. Responden dipilih secara *purposive non random sampling*. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya kemudian disebarkan dengan format *Google-form*. Responden mengisi kuesioner yang terdiri atas 58 butir pertanyaan dan telah menandatangani *inform consent* sebagai bukti kesediaan partisipasi. Data profil responden dianalisis secara deskriptif kemudian dianalisis korelasinya dengan analisis *Crosstab Chi-Square* masing-masing konstruk persepsi pengguna TIK dengan *intention to use* apoteker dalam apotek jaringan tersebut. Penelitian ini telah memperoleh *ethical clearance* dari Komisi Etik Penelitian Fakultas Universitas Kristen Duta Wacana dengan nomor 1329/C.16/FK/2021.

Penelitian menunjukkan 100% apotek jaringan dari 102 responden penelitian memiliki fasilitas internet untuk operasionalnya. Responden mengakses internet dengan komputer/laptop dan *gadget/smartphone*. Sebanyak 56,9% responden belum memaksimalkan penggunaan *website* resmi milik apotek jaringan, Sebanyak 74,51% responden, masih ragu-raguan dalam penggunaan platform daring/*online* untuk menunjang pelayanan kefarmasian. Hal ini bisa menjadi bahan evaluasi dan masukkan bagi *management* apotek jaringan tersebut. Hasil penelitian, masing-masing faktor memiliki hubungan yang positif dengan *intention to use* penggunaan media sosial dan internet oleh responden pada apotek jaringan dengan nilai signifikan < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian diterima.

Kata kunci: teknologi informasi komunikasi (TIK), media sosial, internet, e-health, intensi penggunaan

ABSTRACT

Covid-19 has made digital transformation take place quickly and requires equitable use of information communication technology (ICT), including the field of internet-based pharmaceutical services. The purpose of this study is to analyze the factors that influence the intention to use network pharmacy pharmacists in the Special Region of Yogyakarta in utilizing social media and the internet for pharmaceutical services.

The study was observational analytical followed by 102 pharmacists. Respondents were selected by purposive nonrandom sampling. Data collection using questionnaires that have been tested for validity and reliability is then distributed in a Google-form format. Respondents filled out a questionnaire consisting of 58 questions and had signed an informed consent as proof of willingness to participate. Respondent profile data were analyzed descriptively and then analyzed in correlation with Crosstab Chi-Square analysis of each ICT user perception construct with the intention to use pharmacists in the network pharmacy. This research has obtained ethical clearance from the Research Ethics Commission of the Faculty of Universitas Kristen Duta Wacana with number 1329/C.16/FK/2021.

Research shows that 100% of network pharmacies out of 102 study respondents have internet facilities for their operations. Respondents accessed the internet with computers/laptops and gadgets/smartphones. As many as 56.9% of respondents have not maximized the use of the official website of network pharmacies, as many as 74.51% of respondents, are still hesitant in using online platforms to support pharmaceutical services. This can be an evaluation and input material for the management of the network pharmacy. As a result of the study, each factor had a positive relationship with the intention to use social media and internet by respondents at network pharmacies with a significant value of < 0.05 . So it can be concluded that the research hypothesis is accepted.

Keywords: information communication technology (ICT), social media, internet, e-health, intention of use

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang berdampak pada perekonomian dan gaya hidup masyarakat, telah merubah kebiasaan interaksi secara sosial dan masyarakat berusaha mencari jalan keluar untuk tetap melakukan interaksi meski ada kebijakan *physical distancing* [1]. Pemerintah telah mengambil langkah tegas dalam memerangi penyebaran virus corona di Indonesia, salah satunya lewat teknologi informasi. Pandemi Covid-19 membuat penggunaan internet meningkat tajam. Wabah global tersebut menjadikan transformasi digital berlangsung lebih cepat dan mengharuskan pemerataan teknologi informasi komunikasi (TIK) di Indonesia [2].

Penggunaan media sosial dan internet serta teknologi digital menjadi jawaban dan masyarakat kini mulai menggantungkan interaksinya melalui dunia maya. Kebutuhan untuk pelayanan informasi obat pada sarana kesehatan seperti pada apotek juga mengalami penyesuaian. Inovasi dilakukan untuk mencegah interaksi secara langsung pada saat

masyarakat mengakses sarana dan prasarana layanan kesehatan. Penelitian tentang penggunaan media sosial dan internet dalam menunjang pelayanan informasi obat sudah banyak dilakukan di beberapa negara [3]–[5].

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian yang diusulkan bertujuan menggali faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan internet dan media sosial oleh apoteker untuk mendukung pelayanan kefarmasian, terutama pelayanan informasi obat. Penelitian ini akan dilakukan dengan melibatkan apoteker yang berpraktek di salah satu apotek jaringan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan apotek jejaring dikarenakan apotek tersebut merupakan apotek *online* pertama yang mengembangkan sistem dan kemudahan berbelanja obat dan produk kesehatan secara *online* melalui website maupun aplikasi *smartphone* berbasis *Android* dan *iOS (iPhone)* [6]. Penelitian ini akan menggunakan instrumen penelitian yang mengacu pada konstruk perspektif yang mendasari pemikiran apoteker dalam *intention to use* terhadap pemanfaatan media sosial dan internet yang meliputi: *flexibility, perceived advantages, policy, pragmatism, capacity building, quality assurance* dalam memberikan pelayanan kefarmasian dalam hal ini pelayanan informasi obat berbasis *e-pharmacy*. Konstruk tersebut merupakan temuan dari penelitian sebelumnya yang saat ini sedang dalam proses diterbitkan pada salah satu jurnal nasional.

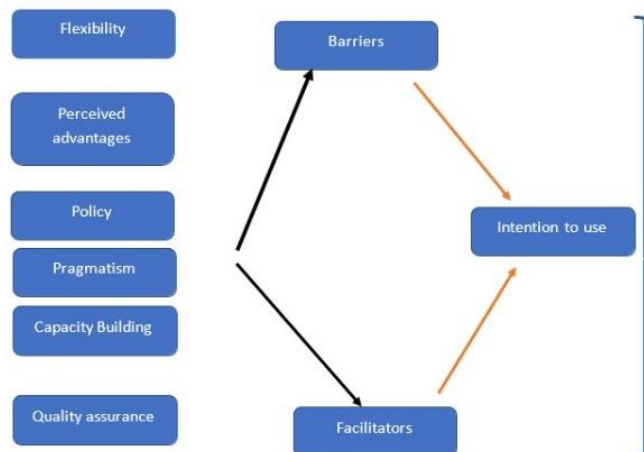
Kebutuhan kemudahan mengakses dan mendapatkan informasi serta edukasi kesehatan memicu munculnya inovasi pelayanan kesehatan berbasis teknologi yang kemudian dikenal dengan *e-health* [7]. Pandemi Covid-19 telah mendorong *e-health* berkembang menjadi *telehealth*, dan salah satu bentuk layanannya adalah *telemedicine* dan *telepharmacy* [8]. Bentuk layanan ini telah menyebar di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Pemerintah juga mendukung adanya perubahan dalam bidang kesehatan dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan terkait dengan penyelenggaraan pelayanan *telemedicine* antar fasilitas pelayanan kesehatan [9].

Apoteker dituntut mempunyai kemampuan berkomunikasi dan bisa mengikuti perkembangan TIK dengan memanfaatkan internet dan media sosial untuk menyampaikan informasi kesehatan atau layanan *telepharmacy* [10]. Saat ini pelayanan kefarmasian yang memenuhi standar farmasi komunitas (misalnya pemberian informasi obat oleh apoteker, layanan konseling, monitoring penggunaan obat dan evaluasi pengobatan, promosi dan edukasi kesehatan untuk pasien) masih belum menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih suatu apotek [11].

Menurut penelitian [3], media sosial mempunyai berkontribusi positif terhadap upaya

promosi kesehatan, namun masih terdapat beberapa kelemahan diantaranya kurangnya penjangkauan terhadap audien pasif, informasi palsu (hoax) dan tidak akurat, kurangnya interaksi dengan audien, keterbatasan kemampuan profesional kesehatan itu sendiri dalam memanfaatkan media sosial sehingga tidak menjamin keberlanjutan program.

Intensi penggunaan adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya [12]. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi terbaik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem. Intensi penggunaan internet dan media sosial dalam pelayanan kefarmasian dapat ditelaah menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang diusulkan oleh [13] karena telah menjadi model yang paling umum digunakan oleh para peneliti Informasi Teknologi (IT) untuk meneliti niat dan perilaku penggunaan. Penelitian [14] di sebuah Rumah Sakit menunjukkan dalam penerapan sistem informasi teknologi pada pelayanan kesehatan terdapat sembilan (9) hubungan tema yang menjadi modal keberhasilan penerapan sistem informasi teknologi dan menemukan tantangan serta kendala yang dapat berpotensi kegagalan penerapan sistem informasi teknologi yaitu *Familiarity, Discipline, Flexibility, Facility, Data Sharing, Empowerment, Pragmatism, Capacity Building* dan *Quality Assurance*. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konsep Pengembangan Instrumen

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan bersifat *observasional analitik* dimana subyek uji dipilih dengan metode *purposive non random sampling* dengan desain potong lintang [15] yang bertujuan menyusun dan menguji instrumen penelitian untuk studi pemanfaatan TIK dalam pelayanan kefarmasian di apotek jaringan tersebut. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya kemudian disebarakan dengan format *Google-form*. Responden mengisi kuesioner dan telah menandatangani *inform consent* sebagai bukti kesediaan partisipasi. Data profil responden dianalisis secara deskriptif kemudian dinalisis korelasinya dengan analisis *Crosstab Chi-Square* masing-masing konstruk persepsi pengguna TIK dengan *intention to use* apoteker dalam apotek jaringan tersebut. Variabel penelitian terdiri dari enam variabel, yaitu: *V1: flexibility, V2: Perceived advantages, V3: Policy, V4: Pragmatism, V5: Capacity building, V6: Quality assurance, V7: Intention to use*. Penelitian ini telah disetujui oleh Komisi Etik Penelitian Kesehatan Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta No. 1329/C.16/FK/2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data demografi dan karakteristik responden terangkum pada tabel 1. Dari 102 responden apoteker, mayoritas apoteker pada apotek jaringan di wilayah DIY adalah perempuan (92,2%) dengan usia <30 tahun (62,7%) dengan masa kerja <5 tahun dan merupakan jumlah terbanyak (57,8%) dari jumlah keseluruhan responden. Hasil penelitian ini sama dengan informasi yang disampaikan oleh dua penelitian lain, yang juga melibatkan apoteker yang berpraktik di Daerah Istimewa Yogyakarta yang melaporkan bahwa lebih dari 85 % [16], [17] respondennya adalah perempuan dengan masa kerja <5 tahun. Hal ini juga mencerminkan gambaran profil umum apoteker di Indonesia dan negara lain [18]–[20] yang lebih didominasi oleh perempuan. Lokasi penyebaran apotek jaringan di DIY dalam penelitian ini terbanyak berada pada wilayah Kabupaten Sleman sebanyak 51 apotek (50,0%) dan mayoritas responden berperan sebagai Apoteker Pengelola Apotek (APA) (66,7%) dan bukan sebagai Pemilik Sarana Apotek (PSA) pada apotek jaringan tersebut.

Tabel 1. Demografi dan karakteristik responden apoteker

Demografi	n % (N = 102)
Jenis Kelamin	
Perempuan	94 (92,2%)
Laki-laki	8 (7, 8%)
Kabupaten lokasi Apotek jaringan berada	
Sleman	51 (50,0%)
Kota Yogyakarta	32 (31,4%)
Bantul	16 (15,7%)
Kulon Progo	2 (2%)
Gunung Kidul	1 (1%)
Posisi di Apotek sebagai	
Apoteker Pengelola Apotek (APA)	68 (66,7%)
Apoteker Pendamping (APING)	34 (33,3%)
Usia (dalam tahun)	
< 30	64 (62, 7%)
30 – 40	9 (8, 8%)
40 – 50	29 (28, 4%)
Lama berpraktek sebagai Apoteker (dalam tahun)	
< 5	59 (57,8%)
5 – 10	28 (27,5%)
> 10	15 (14,7%)
Status kepemilikan Apotek, Apoteker sekaligus Pemilik Sarana Apotek/ PSA)	
Ya	0 (0%)
Bukan	102 (100%)

Modal utama bagi apotek jaringan dalam penelitian ini dalam melakukan operasional adalah tersedianya jaringan internet yang mencukupi dan memadai. Kemudahan akses internet juga menjadi modal utama responden untuk melakukan pelayanan kefarmasian berbasis internet. Status kepemilikan sarana apotek tidak memberikan halangan bagi apoteker dalam pengelolaan apotek, termasuk didalamnya pada saat akan melakukan pelayanan kefarmasian berbasis internet atau *e-pharmacy*. Namun demikian dari penelitian, sebanyak 98% responden menyatakan terdapat akses internet yang cukup mudah di apotek, sisanya harus diakses dengan alat tambahan dikarenakan kendala jaringan. Responden menyatakan, akses internet dapat dengan mudah diakses melalui komputer/laptop dan gadget/smartphone baik milik apotek atau pribadi. Studi [16] menunjukkan bahwa keberadaan website resmi apotek di DIY masih rendah, dan hal yang sama juga terjadi pada apotek jaringan dalam penelitian ini terutama dalam hal pemanfaatan penggunaan media sosial.

Sebagian besar responden merupakan apoteker dengan usia <30 th (62,7%) artinya pemanfaatan media sosial dan internet sebagai sumber TIK dalam melakukan pelayanan kefarmasian seharusnya tidak mengalami kesulitan. Kondisi yang serupa juga dialami oleh apoteker yang melakukan praktek di luar negeri seperti di Texas, USA, Saudi Arabia, Nigeria

dan Malaysia[3], [19]–[21]. Dari hasil penelitian menunjukkan 40% responden tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi platform daring/*online* tersebut tanpa perlu harus memahami terlebih dahulu mekanisme kerjanya.

Tabel 2. Karakteristik ketersediaan fasilitas TIK di apotek

Karakteristik Fasilitas TIK di apotek	n % (N = 102)
Ketersediaan fasilitas internet di apotek	
Tersedia	100 (98,0%)
Tidak tersedia	2 (2,0%)
Status kepemilikan jaringan internet di apotek	
Milik apotek	96 (94,1%)
Milik apotek, Milik pribadi (Apoteker)	4 (3,9%)
Jenis peralatan yang digunakan untuk mengakses internet di apotek	
Komputer / laptop, Gadget / smartphone	62 (60,8%)
Komputer / laptop	38 (37,3%)
Gadget/Smartphone	2 (2,0%)
Ketersediaan website apotek	
Tidak Tersedia	76 (74,5%)
Tersedia	26 (25,5%)
Fasilitas akun resmi apotek (bukan akun pribadi apoteker)	
Email, Instagram, WhatsApp	60 (58,8%)
Instagram, WhatsApp	16 (15,7%)
Email, Facebook, Instagram, WhatsApp	14 (13,7%)
Email	2 (2,0%)
Email, Facebook, Instagram, WhatsApp, Line	2 (2,0%)
Email, Instagram, Line	2 (2,0%)
Email, Instagram, WhatsApp, Lainnya,	2 (2,0%)
Email, Instagram, WhatsApp, Line	2 (2,0%)
Email, WhatsApp	2 (2,0%)

Tabel 3 terkait distribusi frekuensi jawaban dari para responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa V1 *flexibility* tergolong tinggi yaitu sebanyak 74 orang (72.5%), V2 *Perceived advantages* tergolong tinggi yaitu sebanyak 76 orang (74.5%), V3 *Policy* tergolong sedang yaitu sebanyak 62 orang (60.8%), V4 *Pragmatism* tergolong sedang yaitu sebanyak 46 orang (45.1%), V5 *Capacity building* tergolong tinggi yaitu sebanyak 76 (74.5%), V6 *Quality assurance* tergolong tinggi yaitu sebanyak 70 orang (68.6) dan V7 *Intention to use* tergolong tinggi yaitu sebanyak 78 orang (76.5%). Nilai masing-masing konstruk dari frekuensi jawaban responden cukup tinggi artinya *intention to use* para apoteker apotek jaringan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta cukup tinggi dalam memanfaatkan media sosial dan internet untuk pelayanan kefarmasian.

Tabel 3. Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel penelitian

Variabel	Kategori	Frekuensi (f)	Persen (%)
V1_flexibility	Sedang	6	5.9
	Tinggi	74	72.5
	Sangat Tinggi	22	21.6
V2_Perceived advantages	Rendah	2	2.0
	Sedang	4	3.9
	Tinggi	76	74.5
	Sangat Tinggi	20	19.6
V3_Policy	Rendah	2	2.0
	Sedang	62	60.8
	Tinggi	38	37.3
V4_Pragmatism	Rendah	40	39.2
	Sedang	46	45.1
	Tinggi	16	15.7
V5_Capacity building	Sedang	12	11.8
	Tinggi	76	74.5
	Sangat Tinggi	14	13.7
V6_Quality assurance	Sedang	6	5.9
	Tinggi	70	68.6
	Sangat Tinggi	26	25.5
V7_Intention to use	Sedang	8	7.8
	Tinggi	78	76.5
	Sangat Tinggi	16	15.7
	Total	102	100.0

Penentuan kriteria kategorisasi akan digunakan pada analisis selanjutnya, yaitu uji *Crosstab Chi-Square*, untuk mengetahui perbedaan faktor yang mempengaruhi *intention to use* antar kategori karakteristik responden. Hasil analisis *Crosstab Chi-Square* pada tabel 4 antara konstruk yang mempengaruhi intensi penggunaan media sosial dan internet pada apotek jaringan menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki hubungan yang positif dengan *intention to use* terhadap penggunaan media sosial dan internet oleh responden pada apotek jaringan dengan nilai signifikan yang ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-sided) Pearson Chi-Square < 0.05*. Dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji *Crosstab Chi-Square* di atas maka hipotesis penelitian yang menyatakan ada hubungan antara *flexibility*, *perceived advantages*, *policy*, *pragmatism*, *capacity building*, *quality assurance* dengan *intention to use* penggunaan media sosial dan internet untuk pelayanan kefarmasian diterima.

Tabel 4. Analisis Crosstab Chi-Square faktor-faktor yang mempengaruhi intention to use penggunaan media sosial dan internet pada apotek jaringan

Analisa Chi Square vs Intention to use		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Kesimpulan
Faktor Flexibility	<i>Pearson Chi-Square</i>	33.852 ^a	4	0.000	Nilai Asymp. Sig. (2-sided) <i>Pearson Chi-Square</i> = 0.000 atau < 0.05
	<i>Likelihood Ratio</i>	30.662	4	0.000	
	<i>Linear-by-Linear Association</i>	19.573	1	0.000	
Faktor Perceived advantages	<i>Pearson Chi-Square</i>	36.096 ^a	6	0.000	Nilai Asymp. Sig. (2-sided) <i>Pearson Chi-Square</i> = 0.000 atau < 0.05
	<i>Likelihood Ratio</i>	23.199	6	0.001	
	<i>Linear-by-Linear Association</i>	17.277	1	0.000	
Faktor Policy	<i>Pearson Chi-Square</i>	16.327 ^a	4	0.003	Nilai Asymp. Sig. (2-sided) <i>Pearson Chi-Square</i> = 0.003 atau < 0.05
	<i>Likelihood Ratio</i>	12.854	4	0.012	
	<i>Linear-by-Linear Association</i>	7.372	1	0.007	
Faktor Pragmatism	<i>Pearson Chi-Square</i>	11.513 ^a	4	0.021	Nilai Asymp. Sig. (2-sided) <i>Pearson Chi-Square</i> = 0.021 atau < 0.05
	<i>Likelihood Ratio</i>	14.387	4	0.006	
	<i>Linear-by-Linear Association</i>	0.001	1	0.973	
Faktor Capacity building	<i>Pearson Chi-Square</i>	33.852 ^a	4	0.000	Nilai Asymp. Sig. (2-sided) <i>Pearson Chi-Square</i> = 0.021 atau < 0.05
	<i>Likelihood Ratio</i>	30.662	4	0.000	
	<i>Linear-by-Linear Association</i>	19.573	1	0.0000	
Faktor Quality assurance	<i>Pearson Chi-Square</i>	30.212 ^a	4	0.000	Nilai Asymp. Sig. (2-sided) <i>Pearson Chi-Square</i> = 0.000 atau < 0.05
	<i>Likelihood Ratio</i>	28.369	4	0.000	
	<i>Linear-by-Linear Association</i>	6.366	1	0.012	
N of Valid Cases		102			

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa masing-masing faktor memiliki hubungan yang positif dengan *intention to use* terhadap penggunaan media sosial dan internet oleh responden pada apotek jaringan dalam penelitian ini dengan nilai signifikan < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yang menyatakan ada hubungan antara *flexibility*, *perceived advantages*, *policy*, *pragmatism*, *capacity building*, *quality assurance* dengan *intention to use* penggunaan media sosial dan internet untuk pelayanan kefarmasian diterima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Ibu apt. Aris Widayati M. Si., Ph. D selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada editor yang telah bersedia menerima dan mereview artikel saya sampai dengan artikel tersebut bisa diterbitkan dalam jurnal JFKI Farmasi UKRIM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, "KMK No. HK.01.07-MenKes-413-2020 tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Covid-19." pp. 31-34, 2020.
- [2] Kemkominfo. Dirjen PPI, "Perluas Akses Kesehatan, Pemerintah Kembangkan Layanan Telemedis," Kemkominfo. Dirjen PPI, 2021. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/28833/perluas-akses-kesehatan-pemerintah-kembangkan-layanan-telemedis/0/berita> (accessed Mar. 28, 2021).
- [3] S. W. Ong, M. A. Hassali, and F. Saleem, "Community pharmacists' perceptions towards online health information in Kuala Lumpur, Malaysia," *Pharm. Pract. (Granada)*, vol. 16, no. 2, pp. 2-7, 2018, <https://doi.org/10.18549/PharmPract.2018.02.1166>, PMID:30023025 PMCID:PMC6041214
- [4] T. Catic, "Utilization and perception of information and communication technologies among pharmacists and development of pharmacy informatics in Bosnia and Herzegovina," *Acta Inform. Medica*, vol. 28, no. 4, pp. 237-240, 2020, <https://doi.org/10.5455/aim.2020.28.237-240>, PMID:33627923, PMCID:PMC7879448
- [5] I. Grappasonni, S. K. Tayebati, F. Petrelli, and F. Amenta, "The Pharmacist And Computer Skills Toward E-Health. Result of A Survey Among Italian Pharmacists," *J. Bioinforma. Diabetes*, no. Mc, 2014., <https://doi.org/10.14302/issn.2374-9431.jbd-13-330>
- [6] A. Prasetyo, "K-24 Luncurkan K24KLIK, Apotek Online Pertama Yang Melayani Konsultasi, Pesanan dan Pengiriman Obat 24 Jam Nonstop dan Pembayaran Iuran BPJS Bekerja Sama dengan BNI," 2016. <https://www.apotek-k24.com/berita/399/K-24-Luncurkan-K24Klik,-Apotek-Online-Pertama-yang-Melayani-Konsultasi,-Pesanan-dan-Pengiriman-Obat-24-Jam-Nonstop-dan-Pembayaran-Iuran-BPJS-bekerja-sama-dengan-BNI#:~:text=Sama Dengan Bni-,K-24 LUNCURKAN K24KLIK%2C A> (accessed Mar. 28, 2021).
- [7] Accenture, "Covid-19:5 new human truths that experiences need to address," *Accent. Rep.*, p. 37, 2020, [Online]. Available: https://www.accenture.com/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-2/Accenture-COVID-19-New-Human-Truths-That-Experiences-Need-To-Address.pdf.
- [8] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, "Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. HK.01.07/MENKES/4829/2021 Tentang Pedoman Pelayanan Kesehatan Melalui Telemedicine pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)," Keputusan Menteri Kesehat. Republik Indones. Nomor HK.01.07/MENKES/4829/2021, pp. 1-22, 2021.
- [9] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, "Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Telemedicine Antar Fasilitas Pelayanan Kesehatan," 2019.
- [10] F. I. Juwita, A. Widayati, and E. P. Istyastono, "The Use Of Internet And Social Media For Drug Information Services In Pharmacies In Yogyakarta Province: A Study Of Asthma Care," *J. Pharm. Sci. Community*, vol. 17, no. 1, pp. 59-68, 2020, <https://doi.org/10.24071/jpsc.002181>
- [11] R. S. Handayani, Raharni, and R. Gitawati, "Persepsi Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Apotek Di Tiga Kota Di Indonesia," *Makara J. Heal. Res.*, vol. 13, no. 1, pp. 22-26, 2009.
- [12] H. Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (edisi revisi). Yogyakarta. 2017.

- [13] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance Of Information Technology:Toward A Unified View," *Manag. Inf. Syst. Res. Center, Univ. Minnesota*, vol. 27, no. 3, pp. 425-478, 2003, <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>.
- [14] F. H. K. A. Widiyanto and A. Widayati, "The Challenges of Hospital Information System Implementation: a Case Study of a Public Hospital in Indonesia," *J. Pharm. Sci. Community*, vol. 18, no. 1, pp. 56-64, 2021, <https://doi.org/10.24071/jpsc.003010>.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. 2014.
- [16] C. A. W. Heryanto and A. Widayati, "Persepsi Apoteker Mengenai Penggunaan Internet dan Media Sosial Untuk Pelayanan Informasi Obat di Apotek-apotek di Daerah Istimewa Yogyakarta," *J. Farm. Sains dan Komunitas*, vol. 5, no. 1, pp. 43-54, 2020.
- [17] Aditama et al., "Gambaran Jasa Profesi Apoteker di Apotek Kabupaten Sleman," *J. Manaj. dan Pelayanan Farm.*, vol. 8, no. 2, pp. 51-58, 2018, <https://doi.org/10.22146/jmpf.34062>
- [18] K. C. Bhuvan et al., "Positioning and utilization of information and communication technology in Community Pharmacies of Selangor, Malaysia: Cross-sectional study," *JMIR Med. Informatics*, vol. 8, no. 7, pp. 1-11, 2020, <https://doi.org/10.2196/17982>, PMID:32463787 PMCID:PMC7381007
- [19] E. Ndem, A. Udoh, O. Awofisayo, and E. Bafor, "Consumer and Community Pharmacists' Perceptions of Online Pharmacy Services in Uyo Metropolis, Nigeria," *Inov. Pharm.*, vol. 10, no. 3, p. 18, 2019, <https://doi.org/10.24926/iip.v10i3.1774>, PMID:34007568 PMCID:PMC8127092
- [20] N. Abanmy, "The extent of use of online pharmacies in Saudi Arabia," *Saudi Pharm. J.*, vol. 25, no. 6, pp. 891-899, 2017, <https://doi.org/10.1016/j.jsps.2017.02.001>, PMID:28951675 PMCID:PMC5605957
- [21] N. Shcherbakova and M. Shepherd, "Community pharmacists, Internet and social media: An empirical investigation," *Res. Soc. Adm. Pharm.*, vol. 10, no. 6, pp. e75-e85, 2014, <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2013.11.007>, PMID:24388002