

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apotek sebagai tempat dilaksanakannya pekerjaan kefarmasian mempunyai peran penting sebagai tempat untuk memperoleh informasi tentang obat. Pelayanan kefarmasian semakin berkembang, tidak terbatas hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada konsumen, tetapi perlu melakukan interaksi maupun komunikasi dengan konsumen, dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh petugas apotek. Pelayanan pemberian informasi obat kepada pelanggan merupakan salah satu bagian dari pelayanan kefarmasian. Karena tak jarang Masyarakat awam menganggap petugas apotek, baik apoteker atau asisten apoteker adalah orang yang paling mengetahui tentang segala hal yang menyangkut obat.

Terkadang sering kita temui di apotek hanya sekedar sarana jual beli obat, dimana konsumen hanya membeli obat yang dituju, kemudian membayar, dan urusan pun selesai, padahal terkadang konsumen bingung bagaimana penggunaan obat tersebut, terlebih jika konsumen belum pernah menggunakan obat tersebut, Pelayanan farmasi yang baik adalah pelayanan yang berorientasi langsung dalam proses penggunaan obat, bertujuan menjamin keamanan, efektifitas, dan kerasionalan penggunaan obat dengan menerapkan ilmu pengetahuan dan fungsi dalam perawatan penderita (Surahman dan Husein, 2011).

Pelayanan kefarmasian sebagai salah satu unsur dari pelayanan utama di Apotek yang sangat dibutuhkan oleh konsumen. Salah satu aspek pelayanan yang perlu diperhatikan adalah pemberian informasi obat. Pelayanan pemberian

informasi obat kepada konsumen diberikan oleh Apoteker dan Tenaga Teknis Kefarmasian untuk menambah pengetahuan konsumen terhadap terapi yang diperolehnya. Adapun fungsi pemberian informasi obat yaitu supaya konsumen lebih memahami tentang terapi yang diperoleh, dengan begitu dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan kepatuhan minum obat. Ada beberapa aspek dalam pemberian informasi obat yaitu meliputi cara pakai obat tersebut, penyimpanan, rute pemberian, dan waktu pemberian (Permenkes, 2014).

Kepuasan adalah dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk / jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan (Helni, 2015). Kepuasan merupakan hal yang sangat subyektif, sulit diukur dan dapat berubah-ubah (Fitria M. dan Ni Putu U.A., 2016). Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginannya. Hal ini dapat berupa kecepatan pelayanan kefarmasian dan komunikasi yang dilakukan antara tenaga kefarmasian dengan konsumen pada saat pelayanan berlangsung. Kepuasan pasien dari sisi *tangible* (fasilitas) berhubungan dengan kepuasan fasilitas dan penilaian kualitas pelayanan yang tersedia seperti TV, kipas angin, ruang tunggu yang nyaman poster, buletin, leaflet, label obat, majalah dan lain lain. Kepuasan pasien dari sisi *reliability* (kehandalan) dilihat dari kemampuan tenaga farmasi dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pasien, apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai atau melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas. Jika kepuasan pasien dilihat dari sisi *responsiveness* (ketanggapan) yaitu dimana tenaga farmasi mampu memberikan pelayanan

kepada pasien dengan cepat dan tepat. Kepuasan pasien dari sisi *assurance* (jaminan) merupakan kepuasan yang dilihat dari kemampuan tenaga farmasi memberikan kepercayaan dan kebenaran atas pelayanan yang diberikan pada pasien. Sedangkan kepuasan pasien dari sisi *empathy* (empati) yaitu kemampuan tenaga farmasi dalam membina hubungan, perhatian, dan memahami kebutuhan pasien (Ariani, 2015).

Studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti di Apotek 5S dengan adanya keluhan dari beberapa konsumen mereka menyatakan bahwa petugas yang kurang komunikatif dan kurang jelas dalam pemberian informasi obat. Keluhan ini akan berdampak negatif pada kepuasan konsumen dan mengakibatkan minat konsumen untuk berobat kembali di Apotek itu menjadi berkurang, sehingga akan menyebabkan turunnya jumlah konsumen yang berkunjung ke Apotek karena sudah merasa kecewa atas pelayanan yang diberikan. Hal ini di buktikan oleh penelitian Rizal (2014) yaitu ketidakpuasan konsumen yang sering disampaikan oleh konsumen adalah ketidakpuasan terhadap sikap, perilaku, keramahan petugas, keterlambatan pelayanan, petugas kurang komunikatif dan informatif. Pelayanan pemberian informasi obat yang diterima oleh konsumen akan menimbulkan suatu penilaian antara lain terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan, 2009), maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S Kepuh di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S Kepuh.

1.3.2 Tujuan Khusus

1.3.2.1 Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S dari dimensi mutu pelayanan *tangible* (bukti langsung).

1.3.2.2 Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S Kepuh dari dimensi mutu pelayanan *Reability* (kehandalan).

1.3.2.3 Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S Kepuh dari dimensi mutu pelayanan *Responsiveness* (Daya Tanggap)

1.3.2.4 Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S Kepuh dari dimensi mutu pelayanan *Assurance* (Kepastian).

1.3.2.5 Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pemberian informasi obat di Apotek 5S Kepuh dari dimensi mutu pelayanan *Empathy* (empati).

1.4 Manfaat Penelitian

Mengembangkan kemampuan menulis ilmiah bagi peneliti dan sekaligus sebagai bahan evaluasi untuk, meningkatkan mutu pelayanan pemberian informasi

obat di Apotek 5S dan menambah pengetahuan masyarakat umum perlunya mendapatkan pelayanan pemberian informasi obat.

1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah menentukan jumlah penentuan populasi dan sampel penelitian, penyebaran kuisisioner penelitian kepada responden, perhitungan skor yang digunakan sebagai data penelitian, interpretasi data penelitian guna menghasilkan suatu kesimpulan.

Keterbatasan penelitian ini yaitu instrumen penelitian berupa kuesioner sehingga kejujuran responden dalam pengisian kuesioner tidak bisa dikendalikan oleh peneliti, tidak membedakan pasien resep dan non resep, serta jumlah kedatangan konsumen ke Apotek 5S Kepuh.

1.6 Definisi Istilah

1. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 1997).

2. Tingkat Kepuasan

Merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

3. Konsumen

Adalah setiap orang pemakai barang / jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain. Penelitian ini tidak dibedakan antara jumlah kedatangan di Apotek.

4. Pemberian Informasi Obat

Pemberian informasi obat adalah suatu kegiatan pekerjaan kefarmasian yang terjadi dalam hubungan interaksi langsung antara petugas farmasi dengan pasien dalam memberikan penjelasan tentang obat.

5. Apotek

Menurut Keputusan Menkes RI No. 1332 / Menkes / SK / X / 2002 Apotek merupakan suatu tempat tertentu untuk melakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran obat kepada masyarakat.