

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kepuasan**

##### **2.1.1 Definisi Kepuasan**

Kepuasan pasien merupakan reaksi emosional terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dan kualitas pelayanan merupakan pendapat menyeluruh atau sikap yang berhubungan dengan keutamaan pelayanan. Dengan kata lain kepuasan pasien adalah kualitas pelayanan yang dipandang dari kepentingan pasien.

##### **2.1.2 Konsep Kepuasan**

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, eksekutif bisnis, dan juga bagi para birokrat dan politisi. Persaingan yang semakin ketat, makin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/jasa yang mereka nikmati. Sikap kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui indeks kepuasan pelanggan masyarakat.

Pelayanan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam beberapa pelayanan: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Pelayanan yang baik terhadap pelanggan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.

### 2.1.3 Dimensi kepuasan Pelayanan

Dalam perkembangannya yaitu pada tahun 1998, Dimensi pelayanan kesehatan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Parasuraman merangkum kesepuluh dimensi menjadi lima dimensi pokok yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti langsung), bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, sediaan obat dan penampilan petugas apotek.
2. *Reliability* (Kehandalan), berkaitan dengan kehandalan kemampuan petugas apotek untuk memberikan pelayanan yang cepat, tidak membuat kesalahan apapun dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (Daya tanggap), sehubungan dengan kesediaan dan kemampuan petugas untuk memberi permintaan pelanggan dengan tanggap, serta menginformasikan secara tepat.
4. *Assurance* (Jaminan), yakni mencakup pengetahuan, ketrampilan, kesopanan, mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa bebas bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5. *Empathy* (Empati), berarti kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan.

### 2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan perusahaan pesaing. mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

#### 2.1.4.1 sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran

yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telpon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih ke perusahaan lain dan tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut.

#### 2.1.4.2 Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telpon maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

1. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

2. *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden, diminta untuk mengungkapkan 2 Hal pokok yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

3. *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

#### 2.1.4.3 Lost customer analysis

Pihak perusahaan berusaha menghubungi pelanggan yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Harapannya adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Tertutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merk tertentu.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

#### 2.1.5 Manfaat Kepuasan

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pasien dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

1. Berdampak positif pada loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, cross-selling, dan up-selling).
3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan.
4. Meningkatkan toleransi harga.
5. Rekomendasi gethok tular positif.
6. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap product-line extensions, brand extensions, dan new add-on services yang ditawarkan perusahaan.
7. Meningkatkan bargaining power relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

### 2.1.6 Faktor yang mempengaruhi kepuasan

Notoatmodjo (2007), berpendapat bahwa faktor-faktor dasar yang mempengaruhi kepuasan yaitu:

1. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang mana makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang kesehatan, maka makin tinggi untuk berperan serta.

2. Kesadaran

Bila pengetahuan tidak dapat dipahami, maka dengan sendirinya timbul suatu kesadaran untuk berperilaku berpartisipasi.

3. Sikap positif

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sedangkan salah satu kompensasi dari sikap yang positif adalah menerima (receiving), diartikan bahwa orang mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan.

4. Sosial ekonomi

Pelayanan yang diberikan oleh sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh pelanggan. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan maka semakin baik pelayanan yang diberikan.

5. Sistem nilai

Sistem nilai seseorang pelanggan sangat mempengaruhi seseorang pelanggan untuk mempersepsikan pelayanan kesehatan yang diberikan.

6. Pemahaman pelanggan tentang jenis pelayanan yang akan diterimanya Tingkat pemahaman pelanggan terhadap tindakan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap tindakan.

7. Empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan Sikap ini akan menyentuh emosi pelanggan. Faktor ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pelanggan.

## 2.2 Apotek

Dalam peraturan pemerintah Nomor 73 tahun 2016, yang dimaksud dengan Apotek adalah suatu tempat tertentu dimana dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran obat kepada masyarakat. Tugas dan fungsi apotek adalah sebagai berikut :

- a. Tempat pengabdian profesi seorang Apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan.
- b. Sarana farmasi yang melaksanakan peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran dan penyerahan Obat atau bahan obat.
- c. Sarana penyalur perbekalan farmasi yang harus menyebarkan obat yang diperlukan masyarakat secara meluas dan merata.

Standar pelayanan kefarmasian adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman bagi tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian. Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat, yang termasuk pekerjaan kefarmasian adalah pembuatan termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusi atau penyaluranan obat, pengelolaan obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional.

Sediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional dan kosmetik. Resep adalah permintaan tertulis dari dokter atau dokter gigi kepada apoteker, baik dalam bentuk paper maupun electronic untuk menyediakan dan menyerahkan obat bagi pasien sesuai peraturan yang berlaku. Obat adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi untuk manusia.

Alat kesehatan adalah instrument, aparatus, mesin, dan/ atau implant yang tidak mengandung obat yang digunakan untuk mencegah, mendiagnosis, menyembuhkan dan meringankan penyakit, merawat orang sakit, memulihkan kesehatan pada manusia, dan/ atau membentuk struktur dan memperbaiki fungsi tubuh. Bahan medis habis pakai adalah alat kesehatan yang ditujukan untuk penggunaan sekali pakai yang daftar produknya diatur dalam peraturan perundang-undangan. Perbekalan kesehatan adalah semua bahan selain obat dan peralatan yang diperlukan untuk menyelenggarakan upaya kesehatan.

Pelayanan farmasi klinik di apotek merupakan bagian dari pelayanan kefarmasian yang langsung dan bertanggung jawab kepada pasien berkaitan dengan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan kualitas hidup pasien. Pelayanan farmasi klinik meliputi:

1. Pengkajian dan pelayanan resep
2. Dispensing
3. Pelayanan Informasi Obat (PIO)
4. Konseling
5. Pelayanan kefarmasian di rumah
6. Pemantauan Terapi Obat (PTO)
7. Monitoring Efek Samping Obat (MESO).

Menurut peraturan pemerintah Nomor 73 tahun 2016, tujuan pengaturan pekerjaan kefarmasian adalah untuk:

1. Meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian
2. Menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian dan
3. Melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka keselamatan pasien.

Pelaksanaan pekerjaan kefarmasian pada fasilitas pelayanan kefarmasian berupa:

1. Apotek
2. Instalasi farmasi rumah sakit
3. Puskesmas

4. Klinik
5. Toko obat
6. Praktek bersama

Sarana dan prasarana untuk menunjang pelayanan kefarmasian di apotek:

1. Ruang penerimaan resep
2. Ruang pelayanan resep dan peracikan
3. Ruang penyerahan obat
4. Ruang konseling
5. Ruang penyimpanan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai
6. Ruang arsip.

## **2.3 Pelayanan Kefarmasian**

Pelayanan kefarmasian adalah bentuk pelayanan dan tanggung jawab langsung profesi apoteker dalam pekerjaan kefarmasian untuk meningkatkan kualitas hidup pelanggan. Pelayanan kefarmasian merupakan proses kolaboratif yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mencegah dan menyelesaikan masalah obat dan masalah yang berhubungan dengan kesehatan (Situmorang, 2000).

### **2.3.1 Standar Pelayanan Kefarmasian**

Pelayanan kefarmasian di apotek saat ini telah mempunyai standar dengan diterbitkannya Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Tujuan diterbitkannya surat keputusan ini adalah sebagai pedoman praktek apoteker dalam menjalankan profesi, melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional, dan melindungi profesi dalam praktek kefarmasian di apotek sehingga diharapkan pelayanan kefarmasian yang diselenggarakan dapat meningkatkan kualitas hidup pasien.



### 2.3.2 Evaluasi Mutu Pelayanan

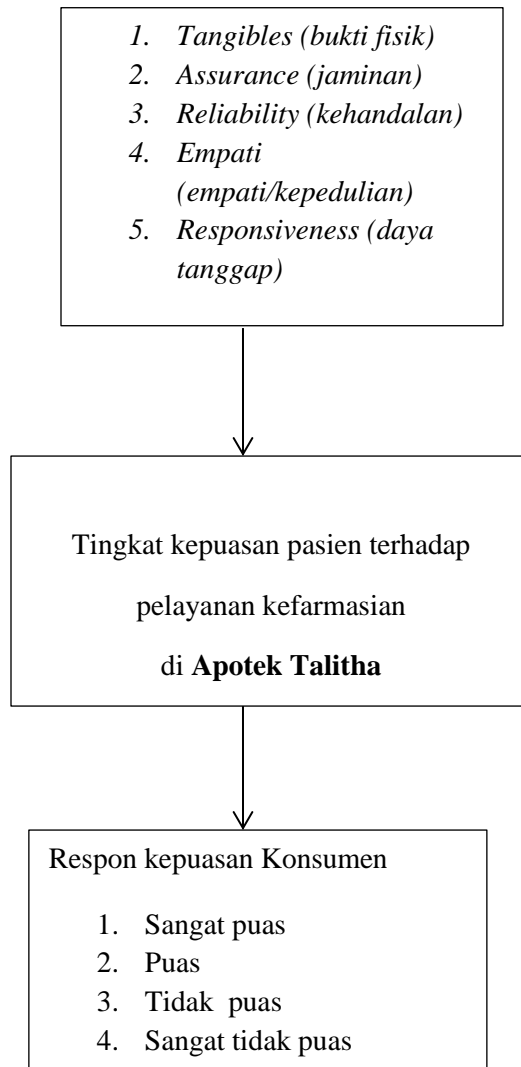
Evaluasi mutu pelayanan adalah proses penilaian pelayanan kefarmasian di apotek yang meliputi penilaian terhadap sumber daya manusia (SDM), pengelolaan perbekalan sediaan farmasi dan kesehatan, dan pelayanan kefarmasian kepada pelanggan.

Faktor yang digunakan untuk mengevaluasi mutu pelayanan di apotek antara lain:

1. Tingkat kepuasan, pelanggan dilakukan dengan survey berupa kuesioner atau wawancara langsung.
2. Dimensi waktu, lama pelayanan diukur dengan waktu (waktu telah ditetapkan).

Prosedur tetap, untuk menjamin mutu pelayanan sesuai standar yang telah ditetapkan. Tujuan evaluasi mutu pelayanan adalah untuk mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan pelayanan kefarmasian di apotek dan sebagai dasar perbaikan pelayanan kefarmasian selanjutnya. Untuk mengetahui mutu pelayanan kefarmasian, salah satu indikator yang mudah dilakukan adalah dengan mengukur kepuasan pelanggan dengan cara membagikan kuisisioner.

## 2.4 Kerangka konsep



## 2.5 Kerangka Teori

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara diantaranya, Survey Kepuasan Pelanggan yaitu dengan cara menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Derived Dissatisfaction pertanyaan yang di ajukan menyangkut 2 hal yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pasien diantaranya Pengetahuan, tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang kesehatan, maka makin tinggi untuk berperan serta. Kesadaran, bila pengetahuan tidak dapat dipahami, maka dengan sendirinya timbul suatu kesadaran untuk berperilaku berpartisipasi. Sikap positif, sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulasi atau objek. Sosial ekonomi, pelayanan yang diberikan sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh pasien. Sistem nilai, seorang pelanggan sangat mempengaruhi untuk mempersepsikan pelayanan kesehatan yang diberikan. Dan empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan, sikap ini akan menyentuh emosi pelanggan. Pengukuran Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan dimensi kepuasan meliputi Tangibles (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Ketanggapan), Assurance (Kepastian), Emphaty (Empati) maka dapat di klasifikasikan beberapa tingkat penilaian kepuasan yaitu Sangat Puas, Puas, Cukup Puas dan Tidak Puas.