

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apotek merupakan salah satu institusi kesehatan yang bertugas menyediakan produk kesehatan khususnya obat-obatan, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan kebutuhan obat untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Standar pelayanan kefarmasian merupakan tolak ukur yang menjadi pedoman bagi apotek dalam memberikan pelayanan kefarmasian (Indonesia, 2017). Pelayanan kefarmasian merupakan pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien terkait obat-obatan dan bertujuan untuk mencapai hasil yang konkrit guna meningkatkan kualitas hidup pasien (Depkes, 2014).

Pelayanan kefarmasian yang baik adalah pelayanan yang secara langsung dalam proses penggunaan obat dan bertujuan menjamin keamanan, khasiat dan rasionalitas penggunaan obat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan fungsi dalam pelayanan (Bertawati, 2014). Pelayanan pendistribusian informasi obat kepada konsumen dilakukan oleh apoteker dan tenaga teknis kefarmasian untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang pengobatan yang diterimanya. Ada beberapa aspek dalam pemberian informasi obat, seperti penggunaan obat, penyimpanan, cara pemberian, dan lama pemberian.

Kepuasan adalah hal sangat subjektif, sulit diukur dan dapat berubah. Kualitas pelayanan dapat dilihat dalam lima aspek: bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*) (Tjiptono, 2014). Kepuasan pasien dari sisi *tangible* (fasilitas) berkaitan dengan kepuasan fasilitas dan penilaian kualitas layanan yang ada seperti

televisi, kipas angin, label obat. Kepuasan dari sisi *reliability* (kehandalan) terlihat pada kemampuan apoteker dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pasien ketika tidak memadai, dan pasien kecewa dan tidak puas. Kemudian dari sisi *responsiveness* (ketanggapan) adalah dimana tenaga farmasi mampu memberikan pelayanan kepada pasien dengan cepat dan tepat. Jika dari sisi *assurance* (jaminan) kepuasan dapat dilihat dari kemampuan tenaga farmasi memberikan kepercayaan dan kebenaran atas pelayanan yang ada. Selanjutnya dari sisi *emphaty* (empati) kemampuan tenaga farmasi dalam membina hubungan, perhatian, dan memahami kebutuhan pasien.

Kepuasan pasien terhadap pelayanan obat di apotek mencerminkan kepuasan pasien terhadap pelayanan obat yang diberikan oleh tempat pelayanan kefarmasian di apotek, baik untuk pelayanan obat resep maupun obat bebas. Menurut penelitian Kurniawan (2012) menunjukkan bahwa pasien puas ketika menerima obat dengan cepat (Dianita and Latifah, 2017), namun saat ini pelayanan kefarmasian masih buruk dan pasien harus menunggu lama dalam menerima obat.

Beberapa apotek khususnya penyedia obat menjadi salah satu pertimbangan pasien dalam memilih apotek karena tidak sepenuhnya berfungsi sebagai institusi medis.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap 10 konsumen yang diwawancarai mengatakan bahwa sebagian konsumen merasa tidak puas atas pelayanan yang berikan.

Keluhan ini dapat berdampak negatif terhadap kepuasan konsumen, menurunkan minat konsumen terhadap pembelian obat di apotek, dan mengurangi jumlah konsumen yang berkunjung ke apotek karena merasa kecewa dan tidak puas

atas pelayanan yang diberikan. Jadi apotek ingin meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa puas dan kembali lagi ke apotek tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Shevo Kecamatan. Jabung, Kabupaten Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Shevo Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Shevo Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang yang meliputi 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Menerapkan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan dan menambah pengetahuan baru tentang cara memberikan pelayanan kefarmasian yang baik dan benar.

2. Bagi instansi

Menambah literatur dan referensi bagi peneliti sebagai tambahan ilmu kefarmasian terkait dengan pengetahuan umum tentang kepuasan pelayanan kefarmasian di apotek.

3. Bagi masyarakat

Sebagai pengetahuan bagi masyarakat tentang bagaimana mengelola pelayanan kefarmasian yang baik.

4. Bagi apotek

Sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan kefarmasian dikemudian hari agar lebih baik.

1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah penulis melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Shevo Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang dengan menggunakan 5 dimensi yang meliputi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Populasi dari penelitian ini sebanyak 3.600 orang, yang diambil sebagai sampel sebanyak 100 responden, penelitian ini dilakukan pada bulan maret sampai april, kemudian peneliti menyusun kuesioner yang akan disebarakan kepada responden yang menjadi sampel untuk memperoleh data. Selanjutnya data yang terkumpul di analisis untuk dibuat kesimpulan dari hasil penelitian.

1.5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti tidak menanyakan lebih detail kepada responden, hanya melihat jawaban yang sudah diisi dalam kuesioner, dan kejujuran responden tidak bisa dikendalikan.

1.6 Definisi Istilah

1. Apotek adalah suatu tempat atau tempat dimana apoteker melaksanakan praktek kefarmasian, termasuk memperoleh, menyimpan dan meracik obat kepada pasien (Maulana, 2018). Menjelaskan cara konsumsi obat atau biasa disebut dengan informasi obat.
2. Pelayanan Kefarmasian adalah pelayanan yang berkaitan langsung dengan proses penggunaan obat dan bertujuan untuk menjamin keamanan, efektivitas, dan rasionalis penggunaan obat melalui penerapan ilmu dan fungsi dalam pelayanan pasien (Kemenkes, 2016) .
3. Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dan kualitas pelayanan yang dirasakan adalah pendapat atau sikap umum tentang keunggulan layanan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang dilihat dari kepentingan pelanggan (Kurniasih, 2012) .
4. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
5. Dimensi *tangible* adalah berupa bukti fisik yang dapat dilihat secara langsung.
6. Dimensi *reliability* adalah dimensi yang mengukur keandalan suatu pelayanan jasa kepada konsumen.
7. Dimensi *responsiveness* adalah kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat..
8. Dimensi *assurance* adalah mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sopan santun yang dapat membangun kepercayaan konsumen.

9. Dimensi *emphaty* adalah kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen dan bertindak demi kepentingan konsumen.