

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Kepuasan

1.1.1. Definisi Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan atau menilai kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

1.1.2. Konsep Kepuasan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan 5 dimensi, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*), bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik atau bangunan, perlengkapan sediaan obat dan penampilan karyawan atau karyawan apotek (*greeting* dan *grooming*)
2. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kehandalan kemampuan petugas apotek untuk memberikan pelayanan yang cepat, tidak membuat kesalahan apapun dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), sehubungan dengan kesediaan dan kemampuan petugas untuk memberi permintaan pelanggan dengan tanggap, serta menginformasikan secara tepat.
4. Jaminan (*assurance*), yakni mencakup pengetahuan, ketrampilan, kesopanan, mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa bebas bahaya, resiko dan keragu-raguan.

5. Empati (*empathy*) berarti kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan.

1.1.3. Metode Pengukuran Kepuasan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan perusahaan pesaing. Menurut (Sunyoto, 2013) metode dalam mengukur kepuasan pasien adalah sebagai berikut:

- a. Sistem keluhan dan sasaran organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran. Misalnya dengan menyediakan kotak saran untuk media penyampaian saran kartu komentar, dan hubungan telepon langsung dengan pelanggan.
- b. *Ghost shopping* adalah salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan penemuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing dan juga cara penanganan setiap keluhan berdasarkan pengalaman mereka.
- c. *Lost customer analysis* perusahaan seyogyanya menghubungi para konsumen atau pasien yang berhanti membeli agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Pemantauan *customer loss*

rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pasiennya.

- d. Melakukan survei untuk mengetahui kepuasan pasien, penelitian ini dalam bentuk survei dapat melalui pos, telepon dan wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh *feedback* secara langsung dari pasien dan juga tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap pasiennya.

1.1.4. 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 pelanggan 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

1.1.5. Faktor yang mempengaruhi kepuasan

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 sendirinyatimbul 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

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

1.2. Konsep Apotek

1.2.1. Apotek

Apotek (berasal dari [bahasa Belanda](#): *Apotheek*, apotek toko tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan barang medis; rumah obat adalah tempat menjual dan kadang membuat atau meramu [obat](#). Apotek juga merupakan tempat [apoteker](#) melakukan praktik profesi [farmasi](#) sekaligus menjadi [peritel](#). Kata ini berasal dari kata [bahasa Yunani](#) *apotheca* yang secara harfiah berarti "penyimpanan". Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 73 tahun 2016 tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek, yang dimaksud dengan apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker.

Apoteker adalah sarjana farmasi yang telah lulus dan telah mengucapkan

1.2.2. Standar pelayanan Kefarmasian di apotek

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 73 tahun 2016 tentang standarpelayanan kefarmasian di apotek, yang dimaksud dengan apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Apoteker adalah sarjana farmasi yang telah lulus dan telah mengucapkan sumpah jabatan apoteker.

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. 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.

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
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

1.3. Apotek KF 453 Sutoyo Malang

Kimia Farma adalah perusahaan Industri Farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV *Chemicalien Handle Rathkamp & Co*. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma pada tahun 1958. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero) (Kimia Farma, 2015).

Apotek Kimia Farma menyebar di seluruh nusantara, untuk wilayah Malang apotek kimia farma mencakup daerah Malang Kota dan Kabupaten, Tulungagung, Blitar dan Kediri. Di Kota dan Kabupaten Malang saat ini terdapat kurang lebih 32 outlet Apotek Kimia Farma. Salah satunya Apotek Kimia Farma 453 kota Malang

yang terletak di jalan Letjen Sutoyo No 107 Kota beroperasi 24 jam dengan memiliki enam SDM, yang terdiri dari satu Apoteker dan lima Asisten Apoteker. Dari kelima Asisten Apoteker tersebut, tiga asisten apoteker lulusan SMF dan dua masih menempuh pendidikan D3 akademi Farmasi.

Apotek Kimia Farma 453 Sutoyo melayani resep tunai, non tunai, barang-barang swalayan maupun alat kesehatan. Di Apotek Kimia Farma 453 ada lima dokter yang praktek inhouse, yaitu dokter kandungan (Dr Pande SPOG), dokter umum (dr Harris dan dr Prillya), dokter gigi (dr Ibnu Sina), dan dokter kulit (dr Krisna).

Resep tunai yang masuk ke apotek kimia farma 453 selain dari dokter inhouse juga dari dokter dan Rumah sakit di sekitar apotek. Untuk resep non tunai apotek Kimia Farma 453 Sutoyo bekerja sama dengan instansi lain seperti Kantor PLN dan Kantor OJK

1.4. Pelayanan Farmasi

Pelayanan kefarmasian yaitu suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien.

1.4.1. 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.

1.4.2. Promosi dan Edukasi

Dalam rangka pemberdayaan masyarakat, apoteker harus memberikan edukasi apabila masyarakat ingin mengobati diri sendiri (swamedikasi) untuk penyakit ringan dengan memilihkan obat yang sesuai dan apoteker harus berpartisipasi secara aktif dalam promosi dan edukasi. Apoteker ikut membantu diseminasi informasi, antara lain dengan penyebaran leaflet/ brosur, poster, penyuluhan, dan lain-lainnya.

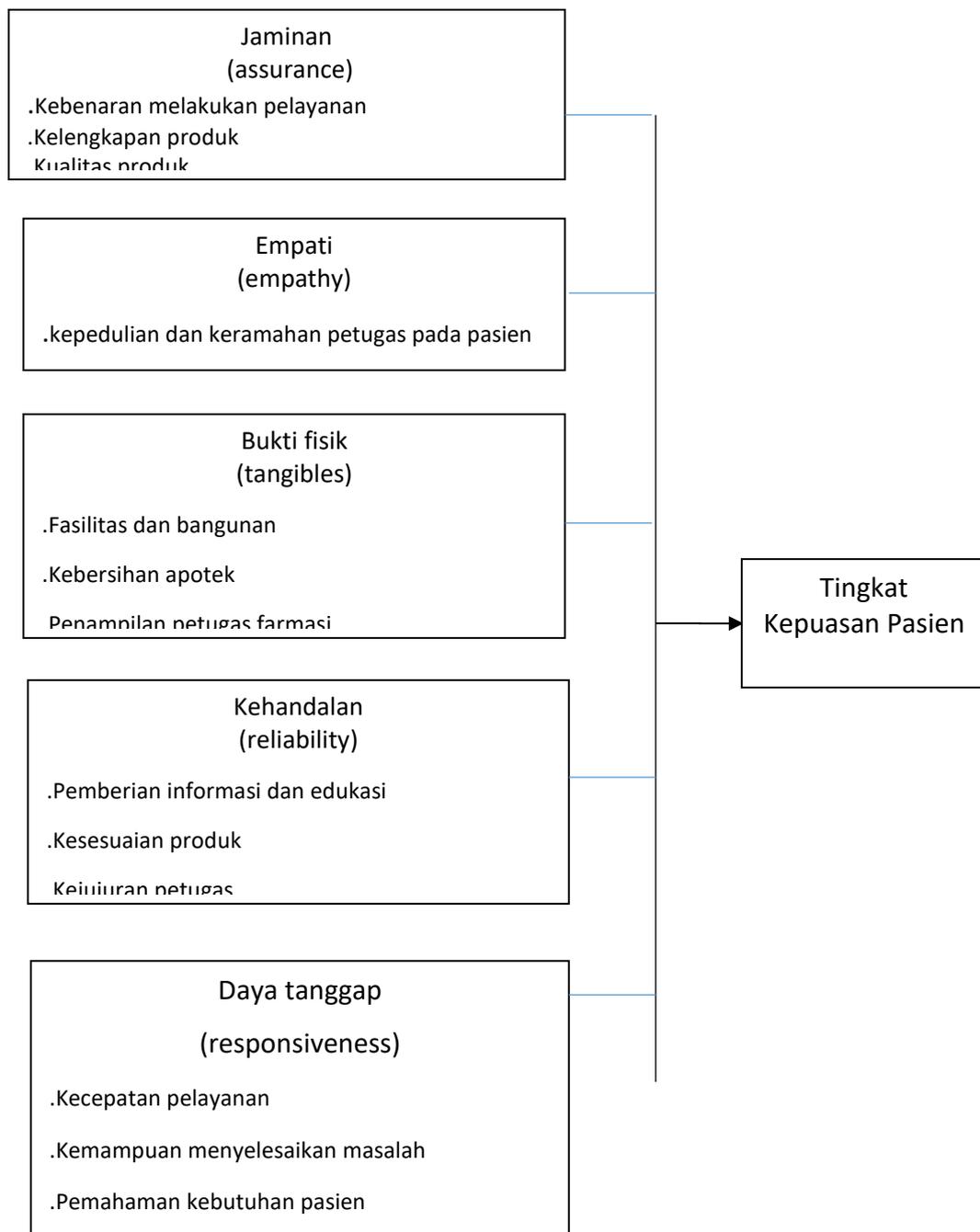
1.4.3. Evaluasi Mutu Pelayanan

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

1.5. Kerangka Konsep



2.6 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, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya Pengetahuan, tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang mana 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 pelanggan. Sistem nilai, seorang pelanggan sangat mempengaruhi untuk mempersepsikan pelayanan kesehatan yang diberikan. Kemudian empati, empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan, sikap ini akan menyentuh emosi pelanggan. Menurut teori SERVQUAL (Parasuraman et al., 1998) untuk mengukur kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Kimia Farma 453 Sutoyo dilihat dari beberapa dimensi mutu yaitu:

- a. *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan.
- b. *Assurance* atau jaminan yaitu kompetensi yang dimiliki sehingga membuat rasa aman dan bebas resiko
- c. *Tangibles* atau wujud nyata yaitu penampilan fisik petugas dan fasilitas apotek

- d. *Empathy* atau perhatian yaitu sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh
- e. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan untuk membantu konsumen secara tanggap

