

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pedagang Besar Farmasi yang selanjutnya disingkat PBF adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk pengadaan, penyimpanan, penyaluran obat dan atau bahan obat dalam jumlah besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. PBF hanya dapat menyalurkan bahan obat kepada industri farmasi PBF dan PBF Cabang lain, apotek, instalasi farmasi rumah sakit dan lembaga ilmu pengetahuan (Permenkes, 2011).

Pedagang Besar Farmasi (PBF) merupakan sarana yang medistribusikan sediaan perbekalan farmasi ke sarana pelayanan kesehatan masyarakat yang meliputi apotik, rumah sakit dan toko obat berijin atau unit pelayanan kesehatan lainnya. Pendistribusian ini bertujuan agar unit pelayanan kesehatan memperoleh obat yang dibutuhkan dengan harga layak, mutu baik, pengiriman obat terjamin tepat waktu, serta proses berjalan lancar dengan tidak memerlukan waktu dan tenaga yang berlebihan (Bogadenta, 2012).

PT. Mitra Central Asia (PT. MCA) adalah perusahaan distribusi farmasi yang merupakan distributor lokal dan berkantor pusat di kota Surabaya, Jawa Timur. Saat ini, PT. MCA depo Malang masih merupakan kantor transit saja, yang kegiatan sehari-harinya hanya mengetik surat pesanan dan melakukan penagihan saja, sedangkan untuk mencetak faktur dan menyiapkan barang pesanan masih dilakukan di kantor Surabaya. PT. MCA depo Malang melayani distribusi obat ke apotek-apotek yang berada di wilayah Malang raya dan sekitarnya.

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggungjawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Permenkes, 2016).

Kepuasan pelanggan adalah hal yang utama yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan loyalitas. Kotler *et al.* (2002) menjelaskan ada enam faktor suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggan. Pertama prospektif terhadap pelanggan yang sudah ada, artinya perusahaan mendapat keuntungan yang besar apabila pelanggan loyal. Kedua biaya mendapatkan pelanggan baru yang didapatkan membutuhkan biaya yang lebih besar dibandingkan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga kepercayaan pelanggan pada perusahaan dalam suatu urusan maka dengan urusan lainnya juga percaya. Keempat efisiensi biaya operasi perusahaan jika memiliki banyak pelanggan yang loyal. Kelima biaya psikologis dan sosial dapat dikurangi karena pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan. Keenam loyalitas pelanggan memberikan efek terhadap perusahaan terhadap pembelaan perusahaan dan menjadi penarik dan pemberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan (Siti Munisih, 2018).

Saat ini persaingan di industri farmasi sangatlah ketat sehingga menomor satukan pelanggan agar merasa puas merupakan poin tersendiri, kepuasan pelanggan merupakan indikator dalam mutu pelayanan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tingkat kepuasan pelanggan apotek yang telah melakukan transaksi di PT. MCA untuk mengurangi keluhan pelanggan apotek diantaranya adalah pengiriman yang melalui jasa ekspedisi luar yang sering terlambat, dan sering terjadi ketidaksesuaian barang pada saat menginput faktur penjualan antara stok yang di computer dengan fisik barang yang ada, dikarenakan input faktur di lakukan PBF MCA depo Malang sedangkan pencetakan faktur maupun pengambilan barang dari kantor pusat PBF MCA Surabaya sehingga depo Malang tidak bisa memonitor stok barang. Maka dari itu dalam penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tingkat kepuasan apotek dan pelayanan yang telah dilakukan bisa lebih baik lagi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan PT. Mitra Central Asia depo Malang?

1.3 Tujuan Masalah

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT. Mitra Central Asia depo Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang melakukan transaksi di PT. Mitra Central Asia depo Malang. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan agar dapat meningkatkan pelayanan dikemudian hari.

1.4.2 Bagi Pelanggan

Bagi pelanggan hasil ini bisa untuk menjadikan profil kepuasan pelanggan oleh PT. MCA, sehingga apotek menjadikan PT. MCA sebagai mitra kerja yang bisa diandalkan dan dipercaya

1.4.3 Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan bisa dipakai sebagai acuan untuk semakin memperbaiki kinerja perusahaan di tengah ketatnya persaingan di dunia farmasi

1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah penulis melakukan observasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Pedagang Besar Farmasi PT. MCA depo Malang. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang kemudian disebarkan kepada responden yang menjadi sampel untuk mendapatkan data, kemudian data yang terkumpul di analisa untuk dibuat hasil dan kesimpulan dari penelitian ini.

1.5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian tidak bertanya lebih mendalam atau rinci kepada responden, tetapi mengamati jawaban yang sudah terisi pada kuisisioner, selain itu peneliti juga

tidak dapat terjun langsung ke apotek sendiri karena keterbatasannya waktu dan kuisioner hanya di titipkan kepada team marketing.

1.6 Definisi Istilah

Batasan istilah pada penelitian ini adalah:

1. Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelayanan dengan membandingkan apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataan yang diterima.
2. Pelanggan adalah apotek yang menjadi sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker, yang telah terdaftar sebagai pelanggan PT. MCA di wilayah kerja area kerja Malang Raya.
3. PBF adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk pengadaan, penyimpanan, penyaluran obat dan/atau bahan obat dalam jumlah besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. PBF hanya dapat menyalurkan bahan obat kepada industri farmasi PBF dan PBF Cabang lain, apotek, instalasi farmasi rumah sakit dan lembaga ilmu pengetahuan.