

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Tentang Apotek**

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 25 tahun 1980, yang dimaksud dengan Apotek adalah suatu tempat tertentu dimana dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran obat kepada masyarakat. Tugas dan fungsi apotek adalah sebagai berikut:

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

Apoteker harus mengelola apotek secara tertib, teratur dan berorientasi bisnis. Tertib artinya disiplin dalam mentaati peraturan perundangan dalam pelayanan obat, membuat laporan narkotika, tidak membeli maupun menjual obat-obat yang tidak terdaftar, memberikan informasi obat kepada pasien dan sebagainya. Teratur artinya pemasukan dan pengeluaran uang dan obat dicatat dengan baik untuk evaluasi dan pembuatan laporan keuangan. Berorientasi bisnis artinya tidak lepas dari usaha dagang, yaitu harus mendapatkan keuntungan supaya usaha apotek bisa terus berkembang (Hartono, 2003).

#### **2.2 Kegiatan Dalam Lingkungan Apotek**

Apotek merupakan sarana dan pelayanan yang melakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran perbekalan farmasi (obat, bahan obat, obat tradisional, bahan obat tradisional, alat kesehatan dan kosmetik) kepada masyarakat. Apotek dipimpin oleh seorang Apoteker Pengelola Apotek (APA) yang telah diberi izin mengelola apotek. Apotek dikelola oleh apoteker dibantu oleh beberapa Asisten

Apoteker (AA). Pengelolaan apotek meliputi:

- 1) Pembuatan, pengelolaan, peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran, penyimpanan dan penyerahan obat atau bahan obat.
- 2) Pengadaan, penyimpanan, penyaluran dan penyerahan perbekalan farmasi lainnya.
- 3) Pelayanan informasi, meliputi tentang obat dan perbekalan farmasi lainnya yang diberikan pada dokter, tenaga kesehatan lainnya maupun pada masyarakat.
- 4) Pengamatan dan pelaporan informasi mengenai khasiat, keamanan, bahaya atau mutu obat dan perbekalan farmasi.
- 5) Pelayanan informasi wajib didasarkan pada kepentingan masyarakat.

Keberadaan apotek sebagai sarana pelayanan obat-obatan dan bahan farmasi lainnya diharapkan dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Hal tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah No 25. th 1980 yang menetapkan distribusi dan pelayanan obat kepada masyarakat antara lain melalui apotek (Ahaditomo, 2000).

Jenis pelayanan di apotek sebagai berikut :

1. Pelayanan disaat penjualan (*sales service*). *Sales service* merupakan pelayanan yang diberikan oleh apotek kepada konsumen saat membeli obat di apotek. Jenis pelayanan ini antara lain (Umar, 2003):
  - 1) Keramahan (*friendliness*) yakni petugas apotek disaat menyambut kedatangan konsumen.
  - 2) Keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortness*) ruang tunggu yakni petugas apotek selalu menjaga keamanan dan kenyamanan fasilitas konsumen yang berupa ruang tunggu, toilet, mushola, halaman tempat parkir yang aman dan nyaman.
  - 3) Kelengkapan (*availability*) perbekalan farmasi yakni petugas apotek harus menjagakelengkapan barang (stok).
  - 4) Kecepatan (*speedliness*) pelayanan yakni petugas apotek harus selalu bekerja teliti dan cepat agar waktu tunggu memperoleh obat tidak terlalu lama.
  - 5) Harga (*price*) yang sesuai dengan kualitas barang dan pelayanannya: yakni

petugas apotek harus dapat menjadi penasehat terhadap setiap kelas konsumen yang datang.

- 6) Kecekatan dan keterampilan (*empathy*) yakni petugas apotek selalu siap untuk membantu dan memberikan jalan keluar bila ada hambatan dengan harga maupun ketersediaan perbekalan obat.
  - 7) Informasi (*informative*) yakni petugas apotek baik diminta ataupun tidak diminta harus selalu pro-aktif memberikan informasi tentang cara dan waktu menggunakan obat.
1. Bertanggung jawab (*responsible*) yakni petugas apotek selalu memberikan nomer telepon apotek bila terjadi sesuatu dengan obat yang dibeli.
  2. Pelayanan sesudah penjualan (*after sales service*) . *After sales service* merupakan pelayanan yang diberikan oleh apotek kepada konsumen setelah konsumen membeli dan menggunakan obat (Umar, 2003):
    - 1) Penyediaan informasi data penggunaan obat konsumen (*consumer medication profile*) yakni petugas apotek menyediakan data-data mengenai nama dan alamat, umur dan status, waktu membeli obat, jenis obat yang dibeli, nama dan alamat dokter sebagai penulis resep.
    - 2) Peduli (*care*) terhadap penggunaan obat oleh konsumen yakni setelah 3-4 hari petugas apotek menanyakan: efek obat terhadap penyakitnya, cara dan waktu penggunaan obat yang dilakukan, jumlah obat yang digunakan dalam 1 hari, cara penyimpanan obat di ruang, dan efek samping yang dirasakan oleh konsumen.
    - 3) Jaminan (*guarantee*) yakni petugas apotek siap mengganti atau menukar obat yang rusak, kurang atau tidak sesuai dengan permintaan resepnya dan mengantarkan ke rumah konsumen.
    - 4) Dapat diandalkan (*reliable*) yakni petugas apotek memberikan bantuan atau memberikan informasi jalan keluar terhadap keluhan mengenai khasiat obat yang digunakan atau efek samping yang dialami oleh konsumen.

## 2.3 Tinjauan tentang Kualitas Pelayanan

### 2.3.1 Definisi kualitas pelayanan

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan, demikian pula sebaliknya jika layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan (Tjiptono, 2004).

Jika kualitas layanan yang diberikan oleh apotek kepada pasien baik maka konsumen merasa puas, sebaliknya pelayanan yang tidak baik dapat memberi dampak ketidakpuasan. Ketidakpuasan dapat disebabkan oleh banyak hal, diantaranya tidak ramahnya pelayanan yang diberikan oleh pegawai apotek dan tidak cekatannya penanganan pegawai apotek maupun terhadap pasien yang datang. Pelayanan yang baik memberikan kepuasan kepada pasien dan konsumen, tentu akan memberikan kesan yang baik pula terhadap apotek tersebut. Kesan baik inilah yang akan diberitahukan seorang pasien kepada orang lain, secara tidak langsung ini merupakan alat pemasaran bagi apotek tersebut. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berkualitas. Pengukuran mengenai kepuasan pasien pada apotek sangat penting supaya dapat diketahui penyebab kepuasan yang menjadi penyebab dari ketidakpuasan, sehingga pihak apotek dapat melakukan perbaikan dalam pelayanannya (Tjiptono, 2001). Terdapat tiga komponen utama dalam kualitas pelayanan (Tjiptono, 2004) yaitu:

*Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output*(keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut (Parasuraman *et al.*, 1991) *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi: *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga. *Experience Quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa, contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian

hasil.

- 1) *Credence Quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung dan kualitas penggerusan serbuk yang diunggulkan adalah captopril yang digunakan untuk hipertensi ringan sampai sedang dan hipertensi berat yang resisten terhadap pengobatan lain, gagal jantung *kongestif*, setelah *infark miokard*, *nefropati diabetik*.
- 2) *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa, misalnya pemberian etiket dilampiri stiker dalam tiap-tiap kemasan obat yang diterima pasien.
- 3) *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan, misalnya merk Kimia Farma memberikan citra lebih dibanding dengan apotek swasta.

### **2.3.2 Dimensi Pelayanan**

Kualitas pelayanan ditentukan dari jasa yang diterima oleh konsumen berdasarkan pengalaman masa lalunya. Bila kualitas yang diterima konsumen sudah memuaskan, maka konsumen akan mengakui bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sudah berkualitas. Untuk itu diperlukan suatu alat pengukur untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah memuaskan atau belum. Maka dikembangkanlah dimensi – dimensi yang dapat digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen. Dalam perkembangannya ada berbagai pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan. Salah satu pendapat yang sering digunakan adalah dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (Tjiptono, 2004). Dalam perkembangannya yaitu pada tahun 1998, Parasuraman dan kawan-kawan merangkum kesepuluh dimensi menjadi lima dimensi pokok yaitu: (Tjiptono, 2004)

- 1) Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Termasuk sebagai penampilan fasilitas peralatan dan petugas yang memberikan pelayanan jasa karena suatu service jasa tidak dapat

dilihat, dicium, diraba, atau didengar maka aspek berwujud menjadi sangat penting sebagai ukuran terhadap pelayanan jasa. Indikator berwujud (*tangible*) meliputi : etiket obat yang rapi, jelas mudah dibaca, kemasan menarik, tersedianya poster untuk upaya penyuluhan dan kenyamanan ruang tunggu obat (Helni, 2015 )

- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Termasuk kemampuan untuk membantu dan memberikan jasa dengan cepat kepada konsumen yang meliputi kesigapan tenaga kerja dalam melayani konsumen, kecepatan tenaga kerja dalam menangani transaksi dan penanganan atas keluhan konsumen. Indikator daya tanggap meliputi : petugas memberikan kecepatan dalam pelayanan obat, ketanggapan Apoteker atau petugas obat terhadap pasien (Helni, 2015)
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Indikator jaminan meliputi : petugas menjamin mutu obat dengan tidak memberi obat yang kadaluwarsa atau rusak, petugas memastikan kebenaran penerima obat dan petugas mengonfirmasi kembali penjelasan yang diberikan (Helni, 2015).
- 5) Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Empati adalah kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi kepada pengguna jasa. Pelayanan yang empatik sangat memerlukan sentuhan atau perasaan pribadi. Indikator empati meliputi : petugas memberikan informasi dengan ramah, petugas menggunakan bahasa yang dimengerti dan petugas

bersedia mendengarkan keluhan pasien (Helni, 2015).

## **2.4 Tinjauan Tentang Kepuasan Pasien**

### **2.4.1 Definisi Kepuasan Pasien**

Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan yang timbul sebagai akibat dari Kinerja layanan kesehatan yang diperoleh setelah pasien membandingkan dengan apayang dirasakan. Pasien akan merasakan puasa apabila kinerja layanan kesehatan yang sama atau melebihi harapan (Kurniasih, 2012).

### **2.4.2 Jenis – Jenis Kepuasan**

Menurut Kotler (2012) jenis- jenis kepuasan adalah: pr

#### 1) Kepuasan fungsional

Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya karena makan membuat perut menjadi kenyang.

#### 2) Kepuasan psikologikal

Kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat individual. Misalnya perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang istimewa dirumah makan yang mewah.

### **2.4.3 Hubungan Dimensi Mutu Pelayanan dengan Kepuasan Pasien**

Faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen atau pasien di Apotek menurut Yazid ( Dalam Nursalam, 2011), faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien yaitu:

- 1) Kesesuaian antara harapan dan kenyataan.
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa.
- 3) Perilaku personel.
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan.
- 5) *Cost* atau biaya.

- 6) Promosi atau iklan yang sesuai dengan kenyataan

## **2.5 Tinjauan Tentang Kuisisioner Dan Responden**

### **2.5.1 Kuesioner**

Pada penelitian survey, pemakaian kuisisioner merupakan hal yang pokok untuk mengumpulkan data. Analisa data kuantitatif didasarkan pada hasil kuisisioner tersebut. Sebuah kuisisioner yang baik adalah kuisisioner yang mengandung pertanyaan-pertanyaan yang baik, dalam arti pertanyaan yang diajukan tidak menimbulkan interpretasi lain dari responden.

Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Pertanyaan-pertanyaan data kuisisioner harus jelas dan mudah dimengerti untuk mengurangi kesalahan interpretasi responden dalam pengisian kuisisioner. Berdasarkan jenis pertanyaan, kuisisioner dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu :

- 1) Pertanyaan tertutup, adalah pertanyaan yang telah disertai pilihan jawabannya, responden tinggal memilih salah satu jawaban yang tersedia. Pertanyaan tertutup bisa berupa pilihan ganda atau berupa skala.
- 2) Pertanyaan terbuka, adalah pertanyaan yang membutuhkan jawaban bebas dari responden, responden tidak diberi pilihan jawaban tetapi responden menjawab pertanyaan sesuai dengan pendapatnya.
- 3) Pertanyaan kombinasi tertutup dan terbuka, adalah pertanyaan yang telah disediakan pilihan jawabannya tetapi kemudian diberi pertanyaan terbuka.
- 4) Pertanyaan semi terbuka, adalah pertanyaan yang diberi pilihan jawabannya tetapi kemudian masih ada kemungkinan bagi responden untuk memberikan tambahan jawaban. Ada beberapa keuntungan dari kuisisioner, yaitu :
  1. Tidak memerlukan hadirnya peneliti.
  2. Dapat digunakan secara serentak kepada banyak responden.
  3. Dapat dijawab oleh responden menurut kesempatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden.
  4. Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur dan tidak malu-

malumenjawab.

5. Dapat dibuat terstandar sehingga semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

Pada proses pengambilan sampel, perlu diperhatikan adanya kriteria inklusi. Kriteria inklusi adalah karakteristik umum dari subyek penelitian yang layak untuk dilakukan penelitian atau dijadikan responden (Nursalam, 2011). Kriteria inklusi pada penelitian ini adalah bersedia menjadi responden dan pasien rawat jalan yang menerima pelayanan pemberian informasi obat. Sedangkan kriteria eksklusi adalah kriteria dimana subyek penelitian tidak dapat mewakili sampel karena tidak memenuhi syarat sebagai sampel penelitian (Nursalam, 2008).

### **2.5.2 Responden**

Responden atau subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan sampling (acak/ non acak) yang digunakan. Subjek penelitian dapat terdiri dari tiga level, yaitu :

- 1) Mikro, merupakan level terkecil dari subjek penelitian dan hanya berupa individu.
- 2) Meso, merupakan level subjek penelitian dengan jumlah anggota lebih banyak, misal keluarga atau kelompok.
- 3) Makro, merupakan level subjek penelitian dengan anggota yang sangat banyak, misal masyarakat atau komunitas luas.

## **2.6 Tinjauan Tentang Profil Apotek Al Shihah**

### **2.6.1 Profil Apotek AL Shihah**



Apotek AL Shihah Didirikan oleh Idha Wahyu Susanti sebagai pemilik usaha dengan Apoteker Noviyantika Wiendya Suryani S.Farm.Apt. dan Tenaga Teknik Kefarmasian IraWijayanti A.Md.Farm. berdiri pada tanggal 17 Januari 2019 yang berada di Jl. Kyai Parseh Jaya No. 4 Rt. 3 Rw 2 Bumiayu Kedung Kandang Malang seluas 71m<sup>2</sup> dengan Visi Menjadi Apotek yang amanah dan terpercaya dengan mengedepankan pelayanan yang profesional serta berkualitas demi kepuasan pasien dan konsumen dan Misi Memberikan pelayanan yang bermutu melalui sistem kerja yang efektif dan efisien. Menyediakan obat ,alat kesehatan serta perbekalan kefarmasian yang berkualitas dan terjangkau oleh masyarakat.

### **2.6.2 Tugas Karyawan**

Apoteker merupakan sebuah gelar profesi. Gelar ini diberikan untuk seseorang yang telah berhasil menempuh pendidikan profesi apoteker. Tugas Apoteker Memimpin seluruh kegiatan dalam apotek. Mengatur, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan administrasi apotek. Membayar pajak apotek.

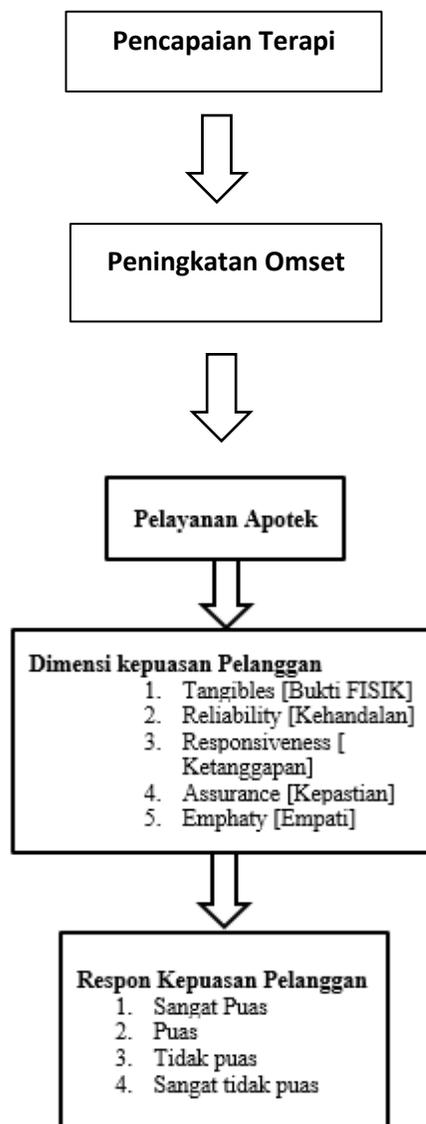
Tanggung jawab seorang apoteker adalah bertanggung jawab terhadap kelangsungan perkembangan dari apotek yang dipimpin, dan bertanggung jawab terhadap pemilik dari apotek itu sendiri.

Asisten apoteker merupakan sebuah profesi pelayanan kesehatan di bidang Farmasi. Tugas asisten apoteker ini adalah sebagai asisten yang bertugas dalam pekerjaan kefarmasiannya. Tugas Asisten Apoteker Mengerjakan pekerjaan yang sesuai dengan profesinya dalam memberikan pelayanan obat bebas dan obat resep.

Menyusun buku defecta setiap pagi, dan memelihara buku harga. Mencatat dan membuat laporan keluar masuknya obat. Menyusun resep-resep menurut nomor urut dan tanggalnya, lalu digulung dan disimpan. Memelihara kebersihan ruang peracikan obat, lemari obat, gudang, dan rak obat. Dalam keadaan darurat, asisten apoteker harus bisa menggantikan pekerjaan sebagai kasir, penjual obat bebas, dan berperan sebagai juru resep.

Tanggung jawab seorang asisten apoteker adalah bertanggung jawab kepada apoteker. Artinya, asisten apoteker akan bertanggung jawab atas kebenaran segala tugas yang asisten apoteker selesaikan. Tidak boleh ada kesalahan, kekeliruan, kekurangan, kehilangan, maupun kerusakan obat.

## 2.7 Kerangka Konsep



## **2.8 Kerangka Teori**

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya Pengetahuan, tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang mana makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang instrumen, 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 instrumen yang diberikan, dan empati, empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan instrumen, sikap ini akan menyentuh emosi pelanggan.