

**EVALUASI TINGKAT KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN  
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI INSTALASI  
FARMASI RUMAH SAKIT NIRMALA SURI  
SUKOHARJO**

**SKRIPSI**



Oleh

**PRATIWI**

**K 100060070**

**FAKULTAS FARMASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
SURAKARTA  
2010**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Pelayanan kesehatan yang berkualitas bagi masyarakat menjadi hal yang harus mendapat perhatian dari pemerintah sebagai salah satu upaya dalam pembangunan di bidang kesehatan. Pelayanan kesehatan kepada masyarakat bertujuan membentuk masyarakat yang sehat. Diperlukan upaya-upaya kesehatan yang menyeluruh dan terpadu untuk mencapai tujuan pembangunan kesehatan tersebut (Siregar dan Amalia, 2004).

Salah satu upaya untuk mewujudkan pelayanan kesehatan yang memberikan kepuasan kepada konsumen adalah senantiasa melakukan strategi dan meningkatkan mutu pelayanan, oleh karena itu sudah seharusnya pelayanan kesehatan tidak lagi hanya sekedar memberikan pelayanan yang ada tetapi mengadakan peningkatan mutu yang dapat menjawab tuntutan kesehatan masyarakat, seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan pendidikan masyarakat (Rohmawati, 2007).

Kepuasan konsumen seringkali dipandang sebagai suatu komponen yang penting dalam pelayanan kesehatan. Kepuasan konsumen didefinisikan, sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pelanggan. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pelanggan merasa tidak puas. Bila prestasi sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan merasa puas (Kotler, 1997). Berdasarkan definisi tersebut berarti kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan mempengaruhi pasien untuk

kembali ke rumah sakit dan menebus obat di instalasi farmasi yang sama bilamana membutuhkan. Bila pasien puas, bukan hanya pasien yang akan diuntungkan, tetapi juga rumah sakit khususnya instalasi farmasi akan dipromosikan (Umar<sup>a</sup>, 2003).

Rumah Sakit Nirmala Suri adalah salah satu rumah sakit swasta yang berada di Kabupaten Sukoharjo yaitu sebagai pemberi jasa pelayanan kesehatan yang melayani masyarakat. Rumah Sakit Nirmala Suri merasakan persoalan yang sama dengan rumah sakit lain yaitu persaingan yang ketat. Persaingan tersebut tidak hanya pada aspek teknologi pemeriksaan saja, melainkan persaingan yang lebih berat yaitu persaingan dalam pelayanan kesehatan yang berkualitas. Rumah sakit selaku penyedia jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dibanding rumah sakit yang lain agar kepuasan pasien tercapai. Salah satu aspek yang perlu ditingkatkan kualitasnya adalah pelayanan di bidang farmasi (Rohmawati, 2007).

Untuk menilai kepuasan pasien terhadap pelayanan farmasi, maka harus dilakukan survei kepuasan konsumen secara berkala, setidaknya setahun sekali. Bentuk pertanyaan harus serupa berdasarkan pada kepustakaan atau pengalaman yang lalu. Dengan demikian konsumen akan merasa puas dan hal itu akan sangat berpengaruh sekali pada perkembangan instalasi farmasi yang ada di rumah sakit tersebut (Aditama, 2002).

Berdasarkan data kunjungan pasien umum rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Nirmala Suri Sukoharjo bulan Januari tahun 2009 sampai dengan Desember tahun 2009 adalah 20.624 lembar resep selama 1 tahun dan jumlah penerimaan resep setiap bulan mengalami *fluktuasi*.

Dengan meninjau hal tersebut maka diperlukan penelitian untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan terhadap Kualitas Pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Nirmala Suri Sukoharjo.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana tingkat kepuasan pasien rawat jalan terhadap kualitas pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Nirmala Suri Sukoharjo?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien rawat jalan terhadap kualitas pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Nirmala Suri Sukoharjo?

## **D. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Instalasi Farmasi Rumah Sakit**

Instalasi farmasi rumah sakit didefinisikan sebagai suatu departemen rumah sakit di bawah pimpinan seorang apoteker dibantu oleh beberapa orang apoteker. Setiap personel perorangan dari instalasi farmasi rumah sakit harus mengetahui lingkup, tanggung jawab dan kewenangan fungsi mereka dan dampak mereka pada produk atau pelayanan. Setiap personel harus bertanggung jawab untuk mencapai mutu produk dan/ pelayanan (Siregar dan Amalia, 2004).

Apoteker yang berpraktek di rumah sakit memerlukan pendidikan atau pengalaman khusus agar mampu melaksanakan prakteknya dengan keefektifan

yang maksimal. Apabila instalasi farmasi tidak dapat memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau tidak sesuai dengan peraturan, maka konsumen tidak hanya mengalami kerugian biaya, akan tetapi juga kerugian spiritual, karena konsumen instalasi farmasi umumnya orang yang sedang menderita/ sakit (Umar<sup>b</sup>, 2003).

Tugas dan tanggung jawab instalasi farmasi rumah sakit adalah sebagai berikut:

- a. Pengelolaan yaitu mulai dari perencanaan, pengadaan, penyimpanan, penyiapan, peracikan sediaan farmasi
- b. Pelayanan langsung kepada penderita sampai dengan pengendalian semua perbekalan kesehatan yang beredar dan digunakan dalam rumah sakit baik untuk penderita rawat jalan, rawat inap maupun untuk semua unit termasuk poliklinik rumah sakit.
- c. Bertanggung jawab mengembangkan suatu pelayanan farmasi yang luas dan terkoordinasi dengan baik dan tepat (Siregar dan Amalia, 2004).

## **2. Jenis Pelayanan**

Dalam mengelola pelayanan perbekalan farmasi terdapat 2 jenis pelayanan yaitu:

- a. Pelayanan di saat penjualan (*sales service*)

Pelayanan perbekalan farmasi kepada konsumen pada saat konsumen sedang membeli obat di instalasi farmasi, terdapat beberapa pelayanan antara lain berupa:

- 1). Keramahan (*friendliness*), disadari atau tidak keramahan petugas farmasi yang berupa senyuman dan sapaan yang santun dalam menyambut konsumen dapat

mengurangi beban penyakit yang diderita dan memberi semangat hidup bagi pasien.

- 2). Keamanan dan kenyamanan (*comfortness*) ruang tunggu, petugas farmasi selalu menjaga keamanan dan kenyamanan fasilitas konsumen berupa ruang tunggu, toilet, musholla, halaman parkir yang aman dan nyaman, sehingga dapat mengurangi tingkat emosional konsumen yang sedang labil.
- 3). Kelengkapan (*availability*) perbekalan farmasi, petugas farmasi harus menjaga kelengkapan barang (stok), sehingga meringankan beban biaya dan tenaga konsumen, karena tidak harus berpindah- pindah dari satu instalasi farmasi ke instalasi farmasi yang lainnya.
- 4). Kecepatan (*speediness*) pelayanan, petugas farmasi harus selalu bekerja teliti dan cepat agar waktu tunggu memperoleh obat tidak terlalu lama, sehingga dapat mengurangi kegelisahan atau kecemasan dan tingkat emosional konsumen yang sedang labil.
- 5). Harga (*price*) yang sesuai dengan kualitas barang dan pelayanan, tenaga farmasi harus dapat menjadi penasehat terhadap setiap kelas konsumen yang datang agar dapat meringankan beban biaya yang harus dikeluarkan, karena tidak semua konsumen berasal dari orang kaya yang mampu membayar biaya obat.
- 6). Kecekatan dan keterampilan (*emphaty*), tenaga farmasi selalu siap membantu dan memberikan jalan keluar (*alternative solusi*), bila ada hambatan dengan harga atau ketersediaan perbekalan obat yang dibutuhkan konsumen.
- 7). Informasi (*informative*), tenaga farmasi baik diminta ataupun tidak harus selalu pro aktif memberikan informasi tentang cara dan waktu menggunakan obat,

jumlah pemakaian dalam sehari, cara menyimpan perbekalan farmasi dirumah, cara mengatasi efek samping yang mungkin akan terjadi, sehingga dapat membuat konsumen merasa aman dengan obat yang dibeli.

- 8). Bertanggung jawab (*responsible*), tenaga farmasi selalu memberikan nomer telepon khusus yang dapat dihubungi konsumen, bila terjadi sesuatu dengan obat yang dibeli, sehingga dapat membuat konsumen memiliki tempat mengadu (konsultasi) yang dapat diandalkan.

b. Pelayanan sesudah penjualan (*after sales service*)

Pelayanan yang diberikan instalasi farmasi kepada konsumen setelah konsumen membeli dan menggunakan obat, pelayanan ini antara lain dapat berupa:

- 1). Penyediaan informasi data penggunaan obat konsumen (*consumer medication profile*), petugas farmasi menyediakan data-data mengenai nama dan alamat pasien, umur dan status, waktu membeli obat, jenis obat yang dibeli, nama dan alamat dokter penulis resep konsumen, yang sewaktu-waktu dibutuhkan konsumen (kecuali setelah 3 tahun), sehingga dapat membuat konsumen merasa nyaman terhadap keamanan dokumen obat-obat yang pernah digunakan.
- 2). Peduli (*care*) terhadap penggunaan obat oleh konsumen, rasa peduli dan ikut merasakan penderitaan dari petugas instalasi farmasi, dapat membuat konsumen merasa sangat diperhatikan dan dihormati sehingga ingat akan kepedulian petugas farmasi.

- 3). Jaminan (*guarantee*), tenaga farmasi siap mengganti, menukar obat yang rusak, kurang atau tidak sesuai dengan permintaan resepnya dan mengantarkan kerumah konsumen, tanpa adanya tambahan biaya yang dibebankan kepada konsumen.
- 4). Dapat diandalkan (*reliable*), tenaga farmasi cepat dalam memberikan bantuan atau memberikan informasi jalan keluar terhadap keluhan mengenai khasiat obat yang digunakan atau efek samping yang dialami oleh konsumen (Umar<sup>b</sup>, 2003).

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Komponen Utama Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu upaya penjual barang atau jasa untuk memberi dan memenuhi unsur-unsur yang menjadi harapan kepuasan konsumen. 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 (Umar<sup>a</sup>, 2003).

Terdapat tiga komponen utama dalam kualitas pelayanan (Tjiptono, 2004) yaitu:

- 1). *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi:



- a). *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
  - b). *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa, contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil.
  - c). *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa.
- 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 apotek milik pemerintah memberikan citra lebih dibanding dengan apotek swasta.

#### b. Dimensi kualitas 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.

Salah satu pendapat yang sering digunakan adalah dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yaitu: (Tjiptono, 2005)

- 1). Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 2). Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 3). Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- 4). Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- 5). Bukti fisik (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

#### **4. Kepuasan Pasien**

##### **a. Definisi Kepuasan Pasien**

Kepuasan pasien adalah tingkat perasaan pasien setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan yang merasa puas terhadap nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Umar, 1999). Menurut Kotler (1997), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pelanggan tak puas. Bila prestasi sesuai atau melebihi harapan, pelanggan merasa puas.

Kepuasan konsumen atau pasien merupakan kunci utama untuk lebih meningkatkan mutu dan kualitas dari pelayanan kesehatan, agar konsumen semakin tertarik akan pelayanan kesehatan di instalasi farmasi tersebut. Pelayanan yang berkualitas akan mewujudkan rasa puas dari konsumen sehingga hubungan antara kepuasan dan kualitas pelayanan sangat erat, yang merupakan wujud dari harapan konsumen.

Untuk menilai kepuasan pasien terhadap pelayanan farmasi, maka harus dilakukan survei kepuasan konsumen secara berkala, setidaknya setahun sekali. Bentuk pertanyaan harus serupa berdasarkan pada kepustakaan atau pengalaman yang lalu. Dengan demikian konsumen akan merasa puas dan hal itu akan sangat berpengaruh sekali pada perkembangan instalasi farmasi rumah sakit tersebut (Aditama, 2002).

#### b. Tingkat kepuasan pasien

Tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Terdapat 5 faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen/ pasien menurut Anief (2000), yaitu:

- 1) Kualitas produk farmasi yaitu kemampuan menyembuhkan penyakit. Hal ini menyangkut ketersediaan farmasi dan ketersediaan hayati hingga tercapai tujuan efek terapi. Persepsi konsumen atau pasien terhadap produk farmasi dipengaruhi oleh 2 hal yaitu kenyataan sesungguhnya kualitas produk farmasi dan komunikasi.

- 2) Kualitas pelayanan terhadap pasien. Pasien akan puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik dan ramah, sesuai yang diharapkan.
- 3) Merupakan komponen emosional, yaitu pengaruh/ pertimbangan yang bersifat emosional seperti: karena sugesti, angan-angan dan perasaan bangga.
- 4) Masalah harga. Meskipun produk farmasi yang dipilih mempunyai kemanjuran khasiat yang sama dengan produk farmasi lain tetapi harganya relatif murah. Hal tersebut merupakan faktor penting bagi konsumen untuk menentukan tingkat kepuasannya.
- 5) Faktor biaya untuk memperoleh produk farmasi tersebut. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan, juga tidak perlu membuang waktu untuk memperoleh obat tersebut. Maka bagi instalasi farmasi perlu melengkapi obat-obat yang disediakan.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari pengukuran kepuasan pelanggan menurut Gerson (2001), adalah:

- 1). Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan.
- 2). Pengukuran bisa dijadikan dasar penentuan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan perusahaan menuju keadaan yang semakin baik dan kepuasan pelanggan yang meningkat.
- 3). Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada perusahaan, terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja perusahaan yang memberikan pelayanan.

- 4). Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih besar.