

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
DI APOTEK BUNDA SURAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

**DIDIK SANTOSO
K 100 050 243**

**FAKULTAS FARMASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan di bidang kesehatan mempunyai visi Indonesia Sehat 2010. Untuk mewujudkan visi tersebut ditetapkan misi pembangunan kesehatan yang salah satunya adalah menjamin tersedianya pelayanan kesehatan yang bermutu. Untuk itu diperlukan perubahan dalam sistem pelayanan kesehatan termasuk di dalamnya pelayanan kefarmasian. Pada saat ini orientasi paradigma pelayanan kefarmasian telah bergeser dari pelayanan obat (*drug oriented*) menjadi pelayanan pasien (*patient oriented*) dengan mengacu kepada *pharmaceutical care*. Kegiatan pelayanan yang tadinya hanya berfokus pada pengelolaan obat sebagai komoditi berubah menjadi pelayanan yang komprehensif dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien (Anonim, 2004).

Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi. Penyelenggaraan upaya kesehatan harus didukung oleh sumber daya kesehatan yang baik. Sumber daya kesehatan meliputi tenaga kesehatan, sarana kesehatan, perbekalan kesehatan, pembiayaan kesehatan, pengelolaan kesehatan dan penelitian kesehatan dan penelitian serta pengembangan kesehatan (Anonim, 1992).

Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-

rata penduduk serta penyelenggarannya sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Pelayanan kefarmasian merupakan salah satu usaha yang dapat digunakan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat mengharapkan pelayanan farmasi yang sebaik mungkin dalam proses penyaluran obat. Pelayanan obat yang tepat dan berkinerja baik akan berpengaruh terhadap peningkatan kesehatan masyarakat yang utuh. Masyarakat pun semakin kritis memilih pelayanan farmasi yang lebih baik dan memuaskan. Apabila pelayanan tersebut berkualitas maka akan terwujud pula masyarakat yang berkualitas (Azwar, 1996).

Salah satu sarana pelayanan kesehatan khususnya bidang kefarmasian adalah apotek, yang merupakan sarana pendistribusian obat secara langsung kepada pasien atau konsumen. Apotek adalah tempat pelayanan kefarmasian yang harus mampu melayani obat kepada masyarakat secara luas, merata dan terjamin kualitasnya. Pelayanan kefarmasian di apotek meliputi tersedianya produk yang bermutu dan di sertai dengan pemberian informasi yang memadai (Anonim, 2004).

Semakin banyaknya apotek, maka konsumen semakin menuntut pelayanan kefarmasian yang sebaik mungkin. Persaingan antar apotek yang semakin ketat membuat apotek berlomba-lomba bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Konsumen ingin mendapatkan pelayanan dari apotek yang memuaskan dan dapat dipercaya. Faktor kualitas pelayanan meliputi bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan kepastian (*assurance*) dan kepedulian terhadap konsumen (*emphaty*). Kualitas pelayanan

yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Semakin banyak produk dan jasa yang ditawarkan dengan baik, maka konsumen semakin tertarik dan merasa puas. Konsumen yang merasa puas cenderung menjadi konsumen setia.

Apotek Bunda merupakan apotek yang dari segi aspek tempat merupakan tempat yang strategis, banyak pengunjung, rata-rata resep perbulan sekitar 1500 lembar atau sehari sekitar 50 resep, dan bersebelahan dengan klinik pengobatan maupun praktik dokter (Wahyuni, 2010).

Banyaknya konsumen apotek Bunda memenuhi untuk diteliti khususnya faktor pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan sejauh mana kepuasan akan berdampak pada loyalitas konsumen.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian latar belakang tersebut dapat dikembangkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Apotek Bunda Surakarta dilihat dari aspek-aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*?
2. Apakah tingkat kepuasan konsumen akan berpengaruh pada loyalitas konsumen di Apotek Bunda Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Apotek Bunda Surakarta dilihat dari aspek-aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

2. Mengetahui pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas konsumen di Apotek Bunda Surakarta.

D. Tinjauan Pustaka

1. Apotek

Apotek adalah tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Apoteker adalah sarjana farmasi yang telah lulus pendidikan profesi dan telah mengucapkan sumpah berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku dan berhak melakukan pekerjaan kefarmasian di Indonesia sebagai apoteker (Anonim, 2004).

Undang–undang yang mengatur tentang perapotekan, diantaranya:

- a. Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2009 ini mengatur tentang pekerjaan kefarmasian. Apotek dalam kedudukannya sebagai sarana pelayanan kefarmasian mempunyai tugas dan fungsi tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker yang telah lulus sebagai Apoteker dan telah mengucapkan sumpah jabatan Apoteker dan sarana yang digunakan untuk melakukan pengubahan bentuk dan penyerahan obat atau bahan obat serta sarana penyaluran perbekalan farmasi yang harus menyebarkan obat yang diperlukan masyarakat secara meluas dan merata dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan masyarakat (Anonim, 2009).

- b. Undang-undang RI No. 36 tahun 2009 Kesehatan, ini mengatur tentang praktik kefarmasian, meliputi: pembuatan termasuk pengendalian mutu, pengolahan, peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran, penyimpanan dan penyerahan obat atau bahan obat. Selanjutnya peraturan ini juga mengatur tentang pengadaan, penyimpanan, penyaluran, dan penyerahan perbekalan farmasi lainnya, diantaranya: pelayanan informasi tentang obat dan perbekalan farmasi diberikan baik pada dokter, tenaga kesehatan lainya maupun kepada masyarakat. Selanjutnya peraturan ini juga mewajibkan pengamatan dan pelaporan informasi mengenai khasiat, keamanan, bahaya atau kualitas suatu obat dan perbekalan farmasi lainya. Pelayanan informasi tersebut di atas wajib dilakukan oleh tenaga kesehatan yang mempunyai keahlian dan kewenangan sesuai peraturan perundang-undangan, karena menyangkut kepentingan masyarakat (Anonim, 2009).
- c. Keputusan Menteri Kesehatan No. 1027/Menkes/SK/IX/2004, yang mengatur hal-hal yang berkaitan dengan informasi obat. Informasi yang diberikan harus benar, jelas dan mudah dimengerti, akurat, tidak bias, etis, bijaksana dan terkini. Informasi obat pada pasien sekurang-kurangnya meliputi: cara pemakaian obat, cara penyimpanan obat, jangka waktu pengobatan, aktifitas serta makanan dan minuman yang harus dihindari selama terapi.
- d. Apotek wajib melayani resep dokter, dokter gigi dan dokter hewan. Pelayanan resep adalah menjadi tanggung jawab apoteker pengelola apotek. Apoteker wajib melayani resep sesuai dengan tanggung jawab dan keahlian profesinya dan dilandasi pada kepentingan masyarakat. Apoteker wajib memberikan

informasi tentang penggunaan obat secara tepat, aman, rasional, kepada pasien atas permintaan masyarakat.

Hal-hal yang harus dilakukan agar pelayanan di apotek berjalan dengan baik, adalah sebagai berikut:

- a. Adanya sistem yang mampu mendukung berjalannya (kinerja) dengan cepat, tepat dan aman.
- b. Sebaiknya mendistribusikan pelayanan di beberapa loket untuk memudahkan pasien.
- c. Sistem *inventory* (persediaan) yang dapat mengontrol persediaan dan modal kerja
- d. Jalinan komunikasi yang harmonis dengan seluruh unit kerja di apotek.
- e. Karyawan yang andal dan terlatih (Aditama, 2002).

Peranan apoteker apotek

Apotek mempunyai tugas utama dalam pelayanan obat atas dasar resep–resep pelayanan obat tanpa resep yang biasa dipakai di rumah. Pengelolaan apotek menjadi tanggung jawab apoteker. Dalam pelayanan obat harus berorientasi pada pasien atau penderita tersebut. Jenis obat yang diinginkan pasien tersebut dapat menyembuhkan penyakit serta ada tidaknya efek samping yang merugikan. Seorang apoteker yang memiliki pengetahuan tentang obat secara baik dan benar dalam memberikan informasi mengenai obat kepada pasien akan berdampak pada kesehatan pasien sendiri maupun konsumen lain.

Menurut Anief (1998), tugas dan tanggung jawab seorang apoteker di apotek adalah :

- a. Tanggung jawab atas obat dan resep. Apoteker mampu menjelaskan tentang obat. Orientasi pada pasien adalah penting sebab menyangkut, pilihan obat yang diinginkan pasien untuk menyembuhkan penyakitnya serta ada tidaknya efek samping yang merugikan. Apoteker harus dengan baik menyampaikan informasi yang selengkap–lengkapny pada pasien cara menggunakan obat, reaksi samping obat yang mungkin ada, stabilitasnya obat dan dosisnya, cara dan rute pemakaian.
- b. Tanggung jawab apoteker untuk memberi informasi pada masyarakat dalam memakai Obat Bebas Terbatas (OTR). Apoteker mempunyai tugas dan tanggung jawab penuh dalam menghadapi kasus *self diagnosis* atau mengobati seseorang dan pemakaian obat tanpa resep. Apoteker menentukan apakah *self diagnosis / self medicine* dari penderita itu dapat diberikan obatnya atau dirujuk untuk konsultasi dokter atau tidak.

2. Pelayanan

Kotler (2002) menyebutkan bahwa jasa atau layanan adalah aktivitas yang dapat memberikan manfaat kepada yang lain yang sangat utama, tidak terukur dan tidak mengakibatkan kepemilikan dari apapun. Hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Maksudnya jasa adalah setiap kegiatan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menghasilkan hak milik terhadap suatu.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah usaha untuk mewujudkan kepuasan dan kesetiaan konsumen sehingga terus-menerus terjalin kerja sama yang baik. Kualitas pelayanan yang terbaik merupakan suatu hal yang harus menjadi keharusan untuk diwujudkan bila suatu pelayanan kefarmasian ingin maju. Penyedia jasa dalam hal ini harus memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada konsumen sehingga mereka merasa dipuaskan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan secara konsisten. Keunggulan suatu produk jasa kesehatan akan sangat tergantung dari keunikan kualitas jasa yang diperlihatkan dan sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan (Muninjaya, 2005).

Menurut Parasuraman (1998), ada 5 dimensi yang mewakili persepsi konsumen terhadap suatu kualitas pelayanan jasa, yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*) adalah dimensi yang mengukur keandalan suatu pelayanan jasa kepada konsumen. Keandalan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat kepada konsumen. Dimensi ketanggapan merupakan dimensi yang bersifat paling dinamis. Hal ini dipengaruhi oleh faktor perkembangan teknologi. Salah satu contoh aspek ketanggapan dalam pelayanan adalah kecepatan.

- c. Jaminan (*assurance*) adalah dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Dimensi jaminan meliputi kemampuan tenaga kerja atas pengetahuan terhadap produk meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan kepada produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan di dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan.
- d. Empati (*emphaty*) adalah kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada konsumen (pengguna jasa). Dimensi empati adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk menciptakan pelayanan yang “*surprise*” yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pengguna jasa tetapi ternyata diberikan oleh penyedia jasa.
- e. Berwujud (*tangible*) didefinisikan 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.

3. Kepuasan konsumen

Kepuasan adalah perasaan seseorang terhadap keseimbangan apa yang diharapkan dengan kenyataan yang diterima. Menurut Hafizurrachman (2004), kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dan si pemberi jasa kepada pelanggan sesuai dengan apa yang dipersepsikan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen akan merasa puas bila kinerja produk sesuai dengan harapannya, jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasa amat puas. Apotek sebagai sarana pelayanan kefarmasian harus berfokus pada kepuasan yang tinggi karena konsumen yang merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Kepuasan tinggi atau kesenangan, akan menciptakan kelekatan emosional terhadap apotek. Hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi (Kotler, 1997).

Kepuasan konsumen sangat tergantung pada perasaan atau kesan konsumen terhadap suatu produk, setelah dibandingkan dengan produk lain. Apabila kesan konsumen baik terhadap produk tersebut akan menandakan konsumen merasa puas dan besar kemungkinan untuk kembali pada produk tersebut. Kepuasan konsumen adalah merupakan faktor yang menentukan untuk mempertahankan konsumen agar tetap setia pada suatu apotek (Kotler, 2002).

Terdapat lima faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Kualitas produk farmasi yaitu kemampuan menyembuhkan penyakit, yang berkualitas adalah obat yang dapat menimbulkan efek terapi apabila dikonsumsi.
- b. Kualitas pelayanan terhadap pasien. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik, ramah, sesuai yang diharapkan.

- c. Komponen emosional yaitu pengaruh atau pertimbangan yang bersifat emosional seperti: sugesti, angan-angan, gambaran yang indah.
- d. Masalah harga. Meskipun produk farmasi yang mempunyai kemanjuran khasiat yang sama dengan produk farmasi lain tetapi harganya relatif murah, maka konsumen akan memperhitungkan faktor harga. Hal tersebut merupakan faktor yang penting bagi konsumen untuk menentukan tingkat kepuasannya.
- e. Faktor biaya untuk memperoleh produk farmasi tersebut. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak perlu membuang waktu untuk memperoleh obat tersebut. Maka bagi apotek perlu melengkapi obat-obat yang disediakan (Anief, 1998).

Kepuasan konsumen dapat dibangun berdasarkan kualitas pelayanan. Konsumen akan selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak apotek. Apabila apotek ingin memberikan kepuasan yang lebih pada konsumen maka pihak apotek harus meningkatkan kualitas pelayanan yang semakin bermutu. Keunggulan suatu produk dan jasa tergantung dari keunikan serta kualitas yang diberikan oleh produk atau jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen (Simamora, 2004).

Konsumen selain tertarik pada apotek yang memberikan harga yang lebih murah dari apotek lain, konsumen juga akan tertarik membeli berdasarkan pada hubungan yang terjalin baik dengan penjual. Hubungan yang terjalin dengan baik tidak dengan mudahnya untuk terlepas. Apotek memberikan pelayanan ramah

akan membuat konsumen merasa nyaman, dan membuat hubungan antara konsumen dengan pihak apotek akan terjalin dengan baik.

4. Loyalitas

Loyalitas adalah kondisi konsumen yang memiliki sikap positif terhadap sebuah merk, mempunyai komitmen pada merk tersebut, dan bermaksud meneruskan pembelianya di masa yang akan datang. Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli produk tertentu. Terjadi loyalitas merk pada konsumen disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan dengan merk tersebut yang terakumulasi terus menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas produk. Loyalitas memberikan keuntungan besar bagi suatu apotek dibandingkan jika mencari konsumen baru. Loyalitas juga mempengaruhi pola pembelian konsumen dan rekomendasi mereka kepada orang lain sebagai pelanggan baru. Konsumen yang royal adalah konsumen yang bersedia melakukan pembelian ulang pada apotek yang sama (Sutarto, 2005).

Loyalitas konsumen sering ditunjukkan pada obyek tertentu. Obyek tersebut adalah merk yang melekat pada suatu produk. Merk dianggap lebih lazim dan lebih banyak menjadi obyek loyal karena dianggap sebagai identitas produk yang lebih mudah dikenali oleh konsumen. Akan tetapi karena pengukuran loyalitas merk melibatkan pembelian ulang dan komitmen pada merk, maka akan sulit dibedakan antara konsumen yang loyal merk dan konsumen yang pembelianya berdasarkan kebiasaan (membeli obat yang turun menurun selalu digunakan).

Untuk mempertahankan loyalitas konsumen, perlu diperhatikan unsur-unsur seperti kesepakatan, ketergantungan, kepribadian, harga, kualitas, ketersediaan, keamanan dan kecepatan. Unsur-unsur tersebut mengandung sifat emosional dan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Meningkatnya kepuasan memungkinkan pula meningkatkan loyalitas konsumen (Barner, 2001).