

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Apotek

2.1.1 Definisi Apotek

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian oleh Apoteker. Pekerjaan kefarmasian adalah pembuatan termasuk pengendalian mutu Sediaan Farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusi atau penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional. Perbekalan kesehatan adalah semua bahan dan peralatan yang diperlukan untuk menyelenggarakan upaya kesehatan. Sedangkan sediaan farmasi meliputi obat, bahan obat, obat asli Indonesia, alat kesehatan dan kosmetik (UU 36, 2009).

Apotek sebagai salah satu sarana pelayanan kesehatan perlu mengutamakan kepentingan masyarakat dan berkewajiban menyediakan, menyimpan dan menyerahkan perbekalan farmasi yang bermutu baik dan keabsahannya terjamin. Apotek dapat diusahakan oleh lembaga atau instansi pemerintah dengan tugas pelayanan kesehatan di pusat dan daerah, perusahaan milik negara yang ditunjuk oleh pemerintah dan apoteker yang telah mengucapkan sumpah serta memperoleh izin dari Suku Dinas Kesehatan setempat (UU 36, 2009).

Pelayanan kefarmasian pada saat ini telah bergeser orientasinya yaitu dari obat kepada pelanggan yang mengacu kepada *Pharmaceutical Care*. Kegiatan apotek yang semula hanya berfokus pada pengelolaan obat sebagai komoditi menjadi pelayanan komprehensif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pelanggan. Sebagai konsekuensi perubahan orientasi tersebut, apoteker dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan mengubah perilaku agar dapat melakukan interaksi langsung dengan pelanggan. Bentuk interaksi tersebut antara lain adalah pemberian informasi, konseling obat dan monitoring penggunaan obat (Menkes, 2004).

Di dalam PP No.51 Tahun 2009 Tentang Pekerjaan Kefarmasian pada pasal 1 telah disebutkan bahwa salah satu pekerjaan kefarmasian yang harus dilakukan apoteker adalah pelayanan informasi obat. Terdapat dua tahap pelayanan resep, dimana pemberian informasi merupakan salah satu tahap pada proses pelayanan. Salah satu manfaat dari pemberian informasi adalah untuk menghindari masalah yang berkaitan dengan terapi obat (*Drug Therapy Problem*) yang dapat mempengaruhi terapi obat dan dapat mengganggu hasil yang diinginkan oleh pelanggan (Cipolle et al, 1998).

Informasi yang diberikan apoteker pada pelanggan yang mendapat resep baru meliputi nama dan gambaran obat, tujuan pengobatan, cara dan waktu penggunaan, saran ketaatan dan pemantauan sendiri, efek samping dan efek merugikan, tindakan pencegahan, kontraindikasi, dan interaksi, petunjuk penyimpanan, informasi pengulangan resep dan rencana pemantauan lanjutan. Untuk mengakhiri diskusi diperlukan untuk mengulang kembali dan menekankan hal-hal terpenting terkait pemberian informasi mengenai obat. Dengan diberikannya informasi obat kepada pelanggan maka masalah terkait obat seperti penggunaan obat tanpa indikasi, indikasi yang tidak terobati, dosis obat terlalu tinggi, dosis subterapi, serta interaksi obat dapat dihindari (Rantucci, 2007).

2.1.2 Tugas dan Fungsi Apotek

Tugas dan fungsi apotek menurut Peraturan Pemerintahan No. 51 Tahun 2009, adalah meliputi:

1. Tempat pengabdian profesi seorang apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan apoteker.
2. Sarana yang digunakan untuk melakukan pekerjaan kefarmasian
3. Sarana yang digunakan untuk memproduksi dan distribusi sediaan farmasi antara lain obat, bahan baku obat, obat tradisional, dan kosmetika.
4. Sarana pembuatan dan pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusi atau penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional.

2.2 Pelayanan Kefarmasian

2.2.1 Pengertian Pelayanan Kefarmasian

Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pelanggan yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan kefarmasian yang baik sangat dibutuhkan masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan (Presiden RI. No. 51, 2009).

Pelayanan farmasi di apotek saat ini dituntut untuk berubah orientasi dari product atau *drug oriented* menjadi *patient oriented* (Ihsan *et al*,2014). Namun, pada kenyataannya masih banyak apotek yang berfungsi tidak lebih hanya sebagai ritel farmasi biasa dengan layanan yang lebih berorientasi kepada produk (Sampurno,2011). Pelaksanaan bisnis ritel apotek sebenarnya tidak dapat disamakan dengan bisnis ritel lainnya karena apotek merupakan bisnis yang sarat dengan regulasi dan etika profesi. Adanya regulasi dan etika yang mengatur bisnis apotek adalah karena risiko dari obat-obatan yang dijual kepada masyarakat.

Pelayanan kefarmasian yang terdapat dalam standar pelayanan kefarmasian di apotek di antaranya adalah pelayanan informasi obat (*PIO*), pelayanan konseling atau konsultasi obat dan pelayanan farmasi ke rumah (*Home Pharmacy Care*). Ketiga pelayanan tersebut adalah pelayanan kefarmasian yang dapat langsung dirasakan oleh konsumen.

1. Pelayanan informasi obat (PIO)

Pelayanan Informasi Obat merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Apoteker dalam pemberian informasi mengenai Obat yang tidak memihak, dievaluasi dengan kritis dan dengan bukti terbaik dalam segala aspek penggunaan Obat kepada profesi kesehatan lain, pelanggan atau masyarakat. Informasi mengenai Obat termasuk Obat Resep, Obat bebas dan herbal. Informasi meliputi dosis, bentuk sediaan, formulasi khusus, rute dan metoda pemberian, farmakokinetik, farmakologi, terapeutik dan alternatif, efikasi, keamanan penggunaan pada ibu hamil dan menyusui, efek samping, interaksi, stabilitas, ketersediaan, harga, sifat fisika atau kimia dari Obat dan lain-lain.

2. Pelayanan konseling atau konsultasi obat

Konseling merupakan proses interaktif antara Apoteker dengan pelanggan/keluarga untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, kesadaran dan kepatuhan sehingga terjadi perubahan perilaku dalam penggunaan Obat dan menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan. Untuk mengawali konseling, Apoteker menggunakan *three prime questions*. Apabila tingkat kepatuhan pelanggan dinilai rendah, perlu dilanjutkan dengan metode *Health Belief Model*. Apoteker harus melakukan verifikasi bahwa pelanggan atau keluarga pelanggan sudah memahami Obat yang digunakan.

3. Pelayanan farmasi ke rumah (*Home Pharmacy Care*)

Apoteker sebagai pemberi layanan diharapkan juga dapat melakukan Pelayanan Kefarmasian yang bersifat kunjungan rumah, khususnya untuk kelompok lansia dan pelanggan dengan pengobatan penyakit kronis lainnya.

Jenis Pelayanan Kefarmasian di rumah yang dapat dilakukan oleh Apoteker, meliputi (Sampurno, 2011) :

1. Penilaian (*assessment*) masalah yang berhubungan dengan pengobatan
2. Identifikasi kepatuhan pelanggan
3. Pendampingan pengelolaan Obat dan/ atau alat kesehatan di rumah, misalnya cara pemakaian Obat asma, penyimpanan insulin
4. Konsultasi masalah Obat atau kesehatan secara umum
5. Monitoring pelaksanaan, efektifitas dan keamanan penggunaan Obat berdasarkan catatan pengobatan pelanggan

2.2.2 Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek

Standar pelayanan kefarmasian di apotek sesuai Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004 antara lain mencakup pengelolaan sumber daya dan pelayanan. Adapun tujuan standar pelayanan kefarmasian di apotek disusun, antara lain (Menkes RI, 2004) :

1. Sebagai pedoman praktek apoteker dalam menjalankan profesi.
2. Untuk melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional.
3. Melindungi profesi dalam menjalankan praktek kefarmasian.

Saat ini pemerintah telah menyusun standart pelayanan kefarmasian yang tercantum dalam keputusan menteri kesehatan RI No. 35 tahun 2014. Standart pelayanan ini dibentuk karena untuk meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian di apotek yang berorientasi kepada keselamatan pelanggan, maka diperlukan suatu standart yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pelayanan kefarmasian apotek.

2.3 Mutu Pelayanan Kesehatan

2.3.1 Pengertian Mutu Pelayanan Kesehatan

Mutu pelayanan kesehatan meliputi kinerja yang menunjukkan tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan, tidak saja yang dapat menimbulkan kepuasan bagi pelanggan sesuai dengan kepuasan rata-rata penduduk tapi juga sesuai dengan standar dan kode etik profesi yang telah ditetapkan. Mutu pelayanan kesehatan akan selalu menyangkut dua aspek yaitu pertama aspek teknis dari penyedia layanan kesehatan dan aspek yang kedua, aspek kemanusiaan yang timbul sebagai akibat hubungan yang terjadi antara pemberi layanan kesehatan dan penerima layanan kesehatan. Peningkatan mutu pelayanan dapat memberikan pelayanan secara efektif dan efisien sesuai dengan standar profesi, standar pelayanan yang dilaksanakan secara menyeluruh sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memanfaatkan teknologi tepat guna dan hasil penelitian dalam pengembangan pelayanan kesehatan sehingga tercapai derajat kesehatan yang optimal (Menkes RI, 2014).

2.3.2 Faktor Mutu Pelayanan Kesehatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi mutu pelayanan farmasi, yaitu (Kodner dan Spreeuwenberg, 2002) :

- a. Administrasi merupakan salah satu faktor penting terhadap pelaksanaan sistem pelayanan farmasi. Administrasi merupakan transparansi, kerjasama dan informasi serta alur pelayanan resep pelanggan yang mengindikasikan bahwa rata-rata responden mempersepsikan positif, namun perlu untuk ditingkatkan karena efektifitasnya dalam mendukung pelaksanaan sistem farmasi .

- b. *Service delivery* juga merupakan faktor penting terhadap pelaksanaan sistem pelayanan farmasi. Selain faktor administrasi, cara penyediaan layanan dan staf manajemen yaitu bagaimana staf dilatih, melaksanakan tanggung jawab dan tugas-tugas mereka, bekerja sama, bagaimana staff berhubungan dengan pelanggan dan keluarga menjadi variabel penting dalam sistem pelayanan terpadu.

2.3.3 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 (Menkes RI, 2004) :

1. Tingkat kepuasan pelanggan dilakukan dengan survey berupa kuesioner atau wawancara langsung.
2. Dimensi waktu lama pelayanan diukur dengan waktu (yang telah ditetapkan).
3. Prosedur tetap untuk menjamin mutu pelayanan sesuai standar yang telah ditetapkan.

2.3.4 Tujuan Evaluasi Mutu Pelayanan

Tujuan evaluasi mutu pelayanan adalah untuk mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan pelayanan kefarmasian di apotek dan sebagai dasar perbaikan pelayanan kefarmasian selanjutnya. Salah satu indikator yang mudah dilakukan adalah dengan mengukur kepuasan pelanggan dengan kuesioner (Menkes RI, 2004).

2.4 Kepuasan Pelanggan

2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perasaan pelanggan yang timbul akibat kinerja layanan kesehatan yang di perolehnya setelah pelanggan membandingkannya dengan apa yang diharapkannya. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pelanggan puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihanya, tetapi jika merasa tidak puas mereka akan dua kali lebih habit kepada orang lain tentang pengalaman buruknya (Kotler, 2007).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi. Persepsi pelanggan terhadap pelayanan instalasi farmasi yang buruk akan merugikan instalasi farmasi dari aspek bisnis karena konsumen akan beralih ketempat lain, sedangkan pelayanan instalasi farmasi yang baik dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke instalasi farmasi yang sama dan akan menjadi promosi dari mulut ke mulut dari calon pelanggan lainnya yang diharapkan sangat positif bagi sebuah instalasi farmasi rumah sakit. Dampak yang timbul tidak saja kepada pelanggan yang bersangkutan tetapi kesan buruk ini akan diceritakan kepada orang lain sehingga citra instalasi farmasi, terutama para petugasnya, termasuk tenaga farmasinya akan negatif. Oleh karena itu, persepsi pelanggan yang baik terhadap pelayanan harus ditumbuhkan terus menerus dan berkesinambungan dengan orientasi kepada pelanggan itu sendiri. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam pembenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal (Supranto, 2006).

Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya sama atau melebihi harapanya dan sebaliknya, ketidak puasan kecewa pelanggan akan muncul apabila kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya tidak dengan harapanya (Supranto, 2006).

2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain (Lupyoadi, 2001) :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.4.3 Peningkatan Kepuasan Pelayanan Sebagai Upaya Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh Apotek, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki Apotek. Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut *Wyckof* dalam kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Keberhasilan Apotek dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

2.5 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml, et al (dalam Zulian Yamit, 2005) menemukan dimensi yang mempengaruhi pelayanan antara lain:

1. *Reliability*, Mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja yaitu *performance* dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness*, Merupakan kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Communication*, Memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
4. *Competence*, Setiap orang dalam satu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

2.6 Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan atau penerima pelayanan maka perlu dilakukan pengukuran. Menurut Supranto (2001). Pengukuran tingkat kepuasan dimulai dari penentuan pelanggan, kemudian dimonitor dari tingkat kualitas yang diinginkan dan akhirnya merumuskan strategi. Lebih lanjut juga dikemukakan bahwa harapan pelanggan dapat terbentuk dari pengalaman masa lalu, komentar dari kerabat serta janji dan informasi dari

penyedia jasa dan pesaing. Kepuasan pelanggan dapat digambarkan dengan suatu sikap pelanggan, berupa derajat kesukaan (kepuasan) dan ketidaksukaan (ketidakpuasan) pelanggan terhadap pelayanan yang pernah dirasakan sebelumnya.

Menurut Kotler, *et al.*, (1996) ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Adapun metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan saran. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan hubungan telepon langsung dengan pelanggan.

2. *Ghost shopping*

Mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi.

4. Survei kepuasan pelanggan

Penelitian survey dapat melalui pos, telepon dan wawancara langsung. Responden juga dapat diminta untuk mengurutkan berbagai elemen penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik perusahaan dalam masing-masing elemen. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Tingkat kepuasan dapat diukur dengan beberapa metode diatas. Data yang diperoleh dari hasil pengukuran tiap-tiap metode mempunyai hasil yang berbeda. Pada penelitian yang menggunakan metode survei kepuasan pelanggan, data/informasi yang diperoleh menggunakan metode ini lebih fokus pada apa yang ingin diteliti sehingga hasilnya pun akan lebih valid.

2.7 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Telah dijelaskan tadi bahwa metode survei adalah metode yang paling baik digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Adapun teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan (Kotler, *et al.*, 1996).Yaitu:

1. Responden atau pelanggan diberi pertanyaan mengenai seberapa besar harapan mereka terhadap produk tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan setelah menggunakan produk tersebut.
2. Pelanggan diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi terkait dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan terhadap saran mereka.
3. Responden diharapkan merangking elemen dari penawaran menurut derajat kepentingan elemen dan seberapa baik perusahaan bekerja dari setiap elemen.
4. Pengukuran ini dapat dilakukan langsung dengan pertanyaan seperti “seberapa puas saudara terhadap pelayanan apotek pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, puas, sangat puas”.