

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Apotek

2.1.1 Definisi Apotek

Apotek berasal dari bahasa Yunani "*apotheca*" yang berarti penyimpanan. Dalam bahasa Belanda, apotek disebut *apothek*, yang artinya tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta perdagangan barang medis, rumah obat. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2009, Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian oleh apoteker. Pekerjaan kefarmasian yang dimaksud adalah pembuatan termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengalaman, pengadaan, penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional (Menkes RI dalam Sari, 2017).

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 35 Tahun 2014, Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian oleh Apoteker. Berkaitan dengan itu, arti dari pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Menkes, 2014). Apotek merupakan salah satu sarana kesehatan yang mempunyai fungsi untuk menyediakan sediaan kesehatan khususnya sediaan farmasi agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan keperluan obat-obatan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat (Puspita dan Elmiawati, 2017)

2.1.2 Apotek Hidayat

Apotek Hidayat ini berdiri tahun 2008 yang beralamatkan di Jalan Raya Duduk Sampeyan No.35 Kabupaten Gresik. Apotek ini merupakan apotek satu-satunya di wilayah Duduk Sampeyan, penanggung jawab Apoteker Fariz Nugroho S.Farm, Apt. maka dari tahun ke tahun Apotek Hidayat ini selalu memperbaiki cara pelayanan terhadap pasien untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pasien dalam pelayanan informasi dan keramahan farmasi

2.2 Pelayanan

2.2.1 Definisi Pelayanan Kefarmasian

Pelayanan disebut sebagai suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau pasien dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya, sehingga diperoleh kepuasan pasien dan usaha pembelian yang berulang-ulang. Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Rahman,2013).

Pelayanan kefarmasian selain menjadi tuntutan profesionalisme juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat pasien terhadap perolehan obat di sarana farmasi. Indikator pada pelayanan kefarmasian meliputi (Imas dan Sri,2016).

1. Sarana prasarana Apotek
2. Keramahan farmasis
3. Kecepatan pelayanan obat
4. Pelayanan informasi obat
5. Ketersediaan obat
6. Pelaksanaan pelayanan informasi obat

2.2.2 Pelayanan Resep

1. Pelayanan Resep

Pelayanan resep merupakan suatu proses pelayanan terhadap permintaan tertulis dari seorang dokter, dokter gigi, dokter hewan, kepada apoteker untuk menyediakan dan menyerahkan obat kepada pasien (Parasuraman dkk,1991)

2. Pelayanan Non Resep

Pelayanan non resep merupakan pelayanan kepada pasien yang dilakukan dengan cara pengobatan mandiri yang di kenal dengan istilah swamedikasi (Puspita dan Elmiawati,2017).

2.3 Kepuasan Pasien

2.3.1 Definisi Kepuasan

Kepuasan pasien merupakan salah satu tujuan dari peningkatan mutu layanan kesehatan. Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya setelah pasien membandingkannya dengan apa yang diharapkannya. Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pasien akan kecewa. Sedangkan jika kinerja sesuai harapan, maka

pasien akan puas. Harapan pasien dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta jaminan dan informasi pemasaran dan saingannya, pasien yang puas akan setia lebih lama (Pohan, 2013).

Kepuasan pasien terhadap pelayanan obat di apotek merupakan salah satu cerminan dari kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian yang diberikan oleh tempat obat dengan menggunakan resep maupun obat non resep. Kepuasan pasien dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke Apotek yang sama dan akan menjadi promosi untuk pasien lainnya yang diharapkan sangat positif bagi usaha apotek resep (Puspita dan Elmiawati, 2017).

Kepuasan pasien didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu produk yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Kepuasan merupakan pengalaman yang akan mengendap di dalam ingatan pasien sehingga akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian ulang produk yang sama. Pasien yang puas adalah pasien yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pasien yang puas akan berbagi rasa, pengalaman, dan akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Baik pasien maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan pasien haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan. Faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen atau pasien di Apotek yaitu kualitas pelayanan terhadap pasien, pasien akan merasa puas apabila mereka mendapat pelayanan yang baik, ramah, sesuai dengan yang diharapkan (Suci, 2017).

2.4 Dimensi kepuasan

Menurut Bogadenta dalam Nugroho (2020), ada 5 dimensi mutu pelayanan diantaranya (*reliability, assurance, tangible, empathy dan responsiveness*).

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Sarana dan fasilitas yang didapatkan oleh pelanggan pada saat melakukan pelayanan seperti kecukupan tempat duduk yang ada diruang tunggu, kebersihan ruang, kenyamanan ruang tunggu dengan memberikan fasilitas seperti kipas angin atau AC serta televisi agar pelanggan merasa nyaman. serta, lahan parkir yang mencukupi

2. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi yang mengukur keandalan perusahaan (apotek) dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Aspek dalam dimensi ini adalah kemampuan apotek

dalam memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dan seberapa jauh, misalnya seorang tenaga teknis kefarmasian memberikan pelayanan obat dengan tepat waktu, memuaskan, tidak membuat kesalahan, dan cepat

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dimensi ini diukur dari harapan konsumen terhadap kecepatan pelayanan yang akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Dalam bahasa ekonomi waktu adalah "*scarc resources*". Waktu adalah uang yang harus digunakan secara bijak, itulah sebabnya konsumen tidak puas apabila waktunya terbuang percuma karena sudah kehilangan kesempatan lain untuk memperoleh sumber uang. Sama seperti dimensi pelayanan lainnya maka kepuasan terhadap dimensi *responsive* adalah berdasarkan persepsi bukan aktualnya. Pelayanan yang *responsive* atau tanggap juga sangat dipengaruhi oleh sikap *front line staf* dan sering kali ditentukan pelayanan melalui telepon. misalnya, seorang tenaga teknis kefarmasian dengan tanggap dan cepat merespondan menjawab pasien saat bertanya.

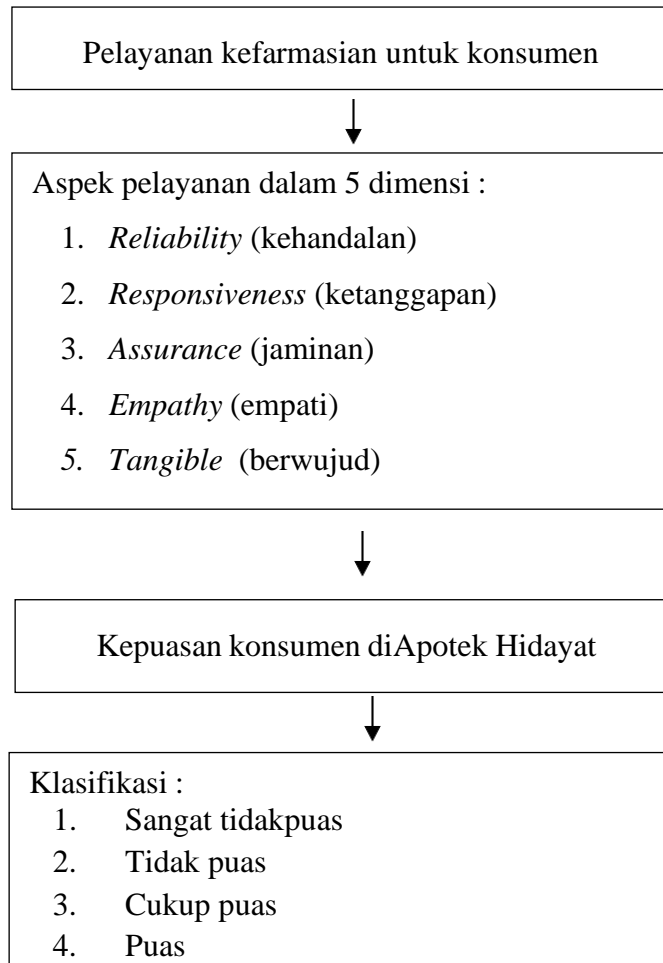
4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan seorang tenaga kefarmasian dalam memberikan pelayanan dan kebenaran atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam hal kelengkapan obat dan kemurahan harga obat serta menjamin obat yang diberikan asli dan legal dari PBF

5. Empati (*Empathy*)

Konsumen dari kelompok menengah atas mempunyai harapan tinggi agar apotek penyedia jasa mengenal mereka secara pribadi. Dimensi ini dirasa kurang penting dibanding dimensi *reliability* dan *responsiveness* dimata kebanyakan misalnya, seorang tenaga teknis kefarmasian memberikan rasa kepedulian, perhatian dan berusaha merasakan keluhan pasien.

2.5 Kerangka Konsep



Gambar 2.1 Kerangka Konsep