

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kepuasan**

##### **2.1.1 Definisi Kepuasan**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang, yang membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2012). Kepuasan konsumen merupakan sasaran dan faktor utama dalam menentukan kesuksesan bagi perusahaan. Perusahaan akan menyadari bahwa konsumen yang merasa puas akan menghasilkan berbagai manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen (Resihono, 2011).

##### **2.1.2 Manfaat Kepuasan**

Beberapa manfaat kepuasan sebagai berikut (Indrasari, 2019) :

1. Dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan.
2. Mengurangi biaya kegagalan dan mendorong pelanggan kembali.
3. Mengisolasi pelanggan dari pesaing.
4. Mendorong pelanggan kembali dan mendorong loyalitas.
5. Menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru.
6. Mempromosikan biaya untuk menarik pelanggan baru.

##### **2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan**

Lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan (Indrasari, 2019):

1. Kualitas produk dan jasa, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap diri kita apabila menggunakan produk dan jasa dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Biaya, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pasien cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.
5. Harga, semakin mahal harga produk maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan produk atau jasa yang berkualitas sama tetapi harga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pasien.

#### 2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan

Metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pasien yaitu (Indrasari, 2019):

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian *ghost shopper* melaporkan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman dari pembelian produk tersebut.

3. *Survey* kepuasan pelanggan

Umumnya dalam penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian *survey*, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok, sehingga dapat memahami dan memberikan informasi dari terjadinya suatu hal tersebut.

#### 2.1.5 Dimensi Kepuasan

Dimensi kualitas pelayanan ada 5 yaitu (Fatihudin dan Firmansyah, 2019) :

1. *Reliability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

2. *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu respond atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

3. *Assurance* (jaminan)

Yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

4. *Empathy* (empati)

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan jasa kepada pelanggan, hal ini seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan jasa, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan jasa untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

5. *Tangible* (berwujud)

Yaitu berhubungan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

## 2.2 Standar pelayanan kefarmasian di Apotek

### 2.2.1 Definisi standar pelayanan kefarmasian di apotek

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI No.73 Tahun (2016), Standar Pelayanan Kefarmasian merupakan sebuah tolak ukur yang

digunakan sebagai pedoman tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian. Pelayanan kefarmasian merupakan suatu pelayanan yang bertanggung jawab langsung pada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi untuk mencapai hasil yang pasti dalam meningkatkan mutu kehidupan pasien (Menkes RI, 2016).

Standar pelayanan kefarmasian diapotek yaitu meliputi standar pengelolaan sediaan farmasi, bahan medis habis pakai, alat kesehatan dan pelayanan farmasi klinik. Pengaturan standar pelayanan kefarmasian di apotek perlu didukung dengan ketersediaan sumber daya kefarmasian yang berorientasi terhadap keselamatan pasien serta sumber daya kefarmasian sebagaimana yang meliputi sumber daya manusia dan sarana prasarana. Dalam menjamin mutu sebuah pelayanan kefarmasian di apotek maka harus dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian (Menkes RI, 2016).

Pelayanan obat pada sarana kefarmasian meliputi :

#### 1. Pelayanan resep

Resep adalah permintaan tertulis dari dokter, dokter gigi, atau dokter hewan kepada apoteker, baik dalam bentuk *paper* maupun *electronic* untuk menyediakan dan menyerahkan obat bagi pasien sesuai peraturan yang berlaku (Menkes RI, 2016). Tahapan pelayanan resep dimulai dari penerimaan, pemeriksaan ketersediaan, pengkajian resep, penyiapan sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan termasuk peracikan obat, pemeriksaan, penyerahan disertai pemberian informasi. Setiap tahap alur pelayanan resep dilakukan upaya pencegahan terjadinya kesalahan pemberian obat (*medication error*) (Rusli, 2016)

#### 2. Pelayanan OWA

Menurut Menkes nomor 347 tahun (1990) Obat Wajib Apotek (OWA) merupakan obat keras yang dapat diserahkan oleh apoteker kepada pasien di apotek tanpa resep dokter. OWA dapat diharapkan meningkatkan masyarakat dalam mendorong dirinya untuk pengobatan sendiri agar meningkatkannya derajat kesehatan masyarakat. Hal-hal yang menjadi alasan ditetapkannya peraturan OWA (Menkes RI, 1990) :



- a. Untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menolong dirinya sendiri guna mengatasi masalah kesehatan, maka perlu ditunjang dengan sarana yang dapat meningkatkan pengobatan sendiri.
- b. Peningkatan pengobatan sendiri secara tepat, aman dan rasional dapat dicapai melalui peningkatan penyediaan obat yang dibutuhkan.
- c. Peran apoteker di apotek dalam pelayanan KIE perlu ditingkatkan dalam rangka pengobatan sendiri.

### 3. Pelayanan obat bebas dan bebas terbatas

Obat bebas adalah obat yang dijual bebas di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter, memiliki tanda khusus pada kemasan dan etiket berupa lingkaran hijau dengan garis tepi berwarna hitam. Obat bebas terbatas adalah obat yang sebenarnya termasuk obat keras tetapi masih dapat dijual atau dibeli bebas tanpa resep dokter, dan disertai dengan peringatan, memiliki tanda khusus pada kemasan dan etiket berupa lingkaran biru dengan garis tepi berwarna hitam.

#### 2.2.2 Tujuan standar pelayanan kefarmasian

Tujuan standar pelayanan kefarmasian digunakan untuk meningkatkan sebuah mutu pelayanan kefarmasian dalam menjamin kepastian hukum oleh tenaga kefarmasian serta melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam hal keselamatan pasien (*patient safety*) (Menkes RI, 2016).

#### 2.2.3 Manajemen Mutu

Sistem manajemen mutu merupakan sebuah pendekatan yang menekankan peningkatan proses produksi secara terus menerus melalui eliminasi pemborosan, peningkatan kualitas, serta mengurangi biaya produksi. Dengan demikian konsep manajemen mutu adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan dan upaya mengurangi suatu kesalahan/ketidaksempurnaan barang atau jasa yang dihasilkan. Karena kebutuhan atau persyaratan itu ditentukan oleh pelanggan dan organisasi (Sutopo dan Sudarwati, 2019).

## 2.3 Evaluasi mutu pelayanan kefarmasian

Untuk menjamin mutu pelayanan kefarmasian di apotek, perlu dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 Tahun 2016 dibagi dua jenis evaluasi mutu apotek, yaitu evaluasi mutu manajerial dan evaluasi mutu pelayanan farmasi klinik. Evaluasi dilakukan dengan berbagai metode serta indikator evaluasi mutu. Metode yang digunakan pada evaluasi mutu manajerial meliputi metode audit, *review*, dan observasi. Pada evaluasi mutu pelayanan farmasi klinik sama seperti metode evaluasi manajerial namun ditambahkan dengan metode *survey*. Dari kedua mutu tersebut memiliki indikator pencapaian khusus (Menkes, 2016).

## 2.4 Apotek

### 2.4.1 Definisi Apotek

Apotek merupakan tempat dilakukannya praktek kefarmasian oleh seorang apoteker. Apotek memiliki aturan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kefarmasian di apotek, memberikan pelayanan kefarmasian kepada pasien dan masyarakat di apotek, dan menjamin kejelasan hukum untuk tenaga teknis kefarmasian dalam memberikan pelayanan kefarmasian di apotek. Penyelenggaraan pelayanan kefarmasian di apotek wajib menyediakan sediaan Farmasi, seperti alat kesehatan dan juga bahan medis habis pakai yang aman digunakan, bermutu, bermanfaat dan juga terjangkau (Menkes RI, 2017).

### 2.4.2 Tugas Dan Fungsi Apotek

Menurut Peraturan Pemerintah No.51 Tahun (2009) Tentang pekerjaan kefarmasian adalah sebagai berikut (Presiden RI, 2009):

1. Tempat yang dipergunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan sediaan farmasi, seperti obat, bahan baku obat, obat tradisional serta kosmetika.
2. Tempat pembuatan dan pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan, serta pendistribusian atau

penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat, dan obat tradisional.

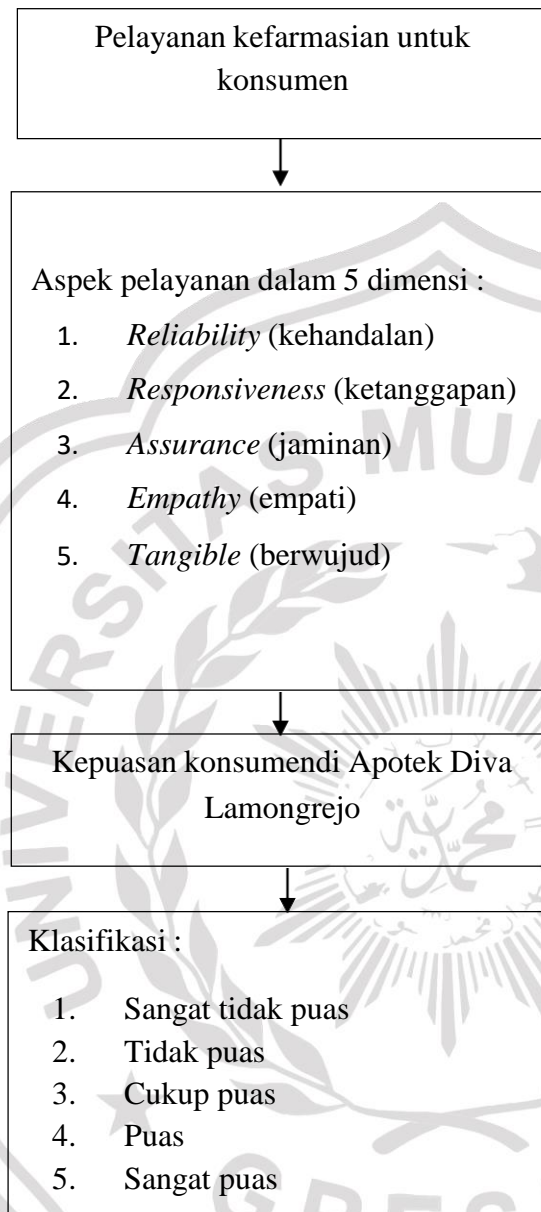
Menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No.73 (2016) tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek menyebutkan bahwa apotek merupakan suatu tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh seorang apoteker. Pelayanan kefarmasian merupakan pelayanan yang bertanggung jawab langsung terhadap pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi untuk mencapai hasil yang pasti dalam meningkatkan mutu kehidupan pasien (Menkes RI, 2016).

Ruang lingkup pelayanan kefarmasian di apotek mencakup 2 kegiatan utama, yaitu yang bersifat manajerial sebagaimana pengelolaan sediaan farmasi, alat kesehatan dan bahan medis habis pakai serta pelayanan farmasi klinik. Kedua kegiatan besar tersebut harus didukung dengan sarana dan prasarana serta sumber daya manusia yang berkompeten (Menkes RI, 2016).

#### *2.4.3 Pharmaceutical Care*

*Pharmaceutical care* (Asuhan kefarmasian) adalah tanggung jawab langsung farmasis pada pelayanan yang berhubungan dengan pengobatan pasien dengan tujuan mencapai hasil yang ditetapkan untuk memperbaiki kualitas hidup pasien. Asuhan kefarmasian tidak hanya melibatkan terapi obat tapi juga keputusan tentang penggunaan obat pada pasien. Termasuk keputusan untuk tidak menggunakan terapi obat, pertimbangan pemilihan obat, dosis, rute dan metode pemberian, pemantauan terapi obat, pemberian informasi dan konseling pada pasien (Rusli, 2016).

## 2.5 Kerangka Konsep



Gambar 2.1 Kerangka Konsep