

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Apotek**

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 73 tahun 2016 tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek, yang dimaksud dengan apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Apoteker adalah sarjana farmasi yang telah lulus dan telah mengucapkan sumpah jabatan apoteker (Anonim, 2016).

Standar pelayanan kefarmasian adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman bagi tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian. 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. Tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat, yang termasuk pekerjaan kefarmasian adalah pembuatan termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusi atau penyaluranan obat, pengelolaan obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional.

Sediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional dan kosmetik (Undang-Undang No.36 tahun 2009 tentang kesehatan). Resep adalah permintaan tertulis dari dokter atau dokter gigi kepada apoteker, baik dalam bentuk *paper* maupun *electronic* untuk menyediakan dan menyerahkan obat bagi pasien sesuai peraturan yang berlaku. Obat adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi untuk manusia.

Alat kesehatan adalah instrument, mesin, dan/ atau implant yang tidak mengandung obat yang digunakan untuk mencegah, mendiagnosis, menyembuhkan dan meringankan penyakit, merawat orang sakit, memulihkan

kesehatan pada manusia, dan/ atau membentuk struktur dan memperbaiki fungsi tubuh. Bahan medis habis pakai adalah alat kesehatan yang ditujukan untuk penggunaan sekali pakai yang daftar produknya diatur dalam peraturan perundang-undangan. Perbekalan kesehatan adalah semua bahan selain obat dan peralatan yang diperlukan untuk menyelenggarakan upaya kesehatan.

Pelayanan farmasi klinik di apotek merupakan bagian dari pelayanan kefarmasian yang langsung dan bertanggung jawab kepada pasien berkaitan dengan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan kualitas hidup pasien.

Pelayanan farmasi klinik meliputi:

- a. Pengkajian dan pelayanan resep
- b. Dispensing
- c. Pelayanan Informasi Obat (PIO)
- d. Konseling
- e. Pelayanan kefarmasian di rumah
- f. Pemantauan Terapi Obat (PTO)
- g. Monitoring Efek Samping Obat (MESO).

Menurut peraturan pemerintah Nomor 73 tahun 2016, tujuan pengaturan pekerjaan kefarmasian adalah untuk:

- a. Meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian
- b. Menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian
- c. Melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka keselamatan pasien.

Pelaksanaan pekerjaan kefarmasian pada fasilitas pelayanan kefarmasian berupa:

- a. Apotek
- b. Instalasi farmasi rumah sakit
- c. Puskesmas
- d. Klinik
- e. Toko obat
- f. Praktek bersama

Sarana dan prasarana untuk menunjang pelayanan kefarmasian di apotek:

- a. Ruang penerimaan resep
- b. Ruang pelayanan resep dan peracikan

- c. Ruang penyerahan obat
- d. Ruang konseling
- e. Ruang penyimpanan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai
- f. Ruang arsip.

## **2.2. Kepuasan**

### **2.2.1. Definisi Kepuasan**

Kepuasan pasien merupakan reaksi emosional terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pendapat menyeluruh atau sikap yang berhubungan dengan keutamaan pelayanan (Anjaryani, 2009). Dengan kata lain kepuasan pasien adalah kualitas pelayanan yang dipandang dari kepentingan pasien.

### **2.2.2. Konsep Kepuasan**

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pasien telah semakin besar bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, eksekutif bisnis, dan juga bagi para birokrat dan politisi. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasien, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pasien sebagai tujuan utama.

Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pasien dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pasien itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pasien terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dalam konteks kepuasan pasien umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pasien tentang apa yang akan diterimanya. Tingkat kepuasan yang diperoleh para pasien sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/jasa yang mereka nikmati. Sikap kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui indeks kepuasan pasien masyarakat.

Pelayanan yang baik terhadap pasien merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap pasiennya. Hal ini disebabkan oleh:

a. Tidak mengetahui apa yang diharapkan pasien

Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan kurang dalam melakukan riset pasien sehingga perusahaan tidak mengetahui apa yang sebenarnya para pasien harapkan.

b. Kurangnya saran dari para pasien

Terkadang pasien juga hanya mementingkan kepentingannya dengan menginginkan pelayanan yang baik namun tidak memberi saran kepada perusahaan mengenai apa yang diharuskan oleh perusahaan tersebut sehingga perusahaan tidak bisa memperbaiki pelayanannya kepada para pasien.

c. Kurang fokus dalam membangun relasi dengan pasien

Hal ini bisa dikarenakan perusahaan hanya memikirkan untuk mencari pasien baru tanpa memperhatikan dan menjaga hubungan baik dengan pasien lamanya sehingga perusahaan hanya memprioritaskan pasien barunya saja.

d. Kurang memperhatikan terhadap standar pelayanan

Karena terlalu mengarah kepada pencarian pasien baru, perusahaan terkadang sampai tidak memperhatikan bagaimana standar pelayanan yang baik yang seharusnya diberikan kepada pasiennya.

e. Kurangnya sarana dan prasarana pendukung

Kurangnya sarana dan prasarana pendukung dalam pelayanan terhadap pasien ini membuat pelayanan menjadi terlihat biasa saja tanpa keunikan atau kesan tersendiri bagi pasiennya.

Itulah beberapa hal yang menyebabkan perusahaan kurang memberikan pelayanan yang baik terhadap pasiennya. Padahal sebenarnya hal-hal tersebut bisa diatasi apabila perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan pasiennya. Ada 5 prinsip utama yang harus dijalankan agar *customer* menjadi sangat puas (*delight customer*) atau setidaknya terpenuhi ekspektasinya.

a. Memahami *customer*

*Customer* adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami *customer* merupakan langkah pertama yang terpenting. Apabila anda berhasil memahami kebutuhannya maka langkah selanjutnya akan merasa mudah dan membuat anda senang.

- b. Membuat *customer* mengerti semua layanan perusahaan anda

*Customer* yang sudah datang ke perusahaan anda dipastikan telah memiliki kepercayaan dengan produk/layanan yang disediakan. Atau setidaknya mereka telah mendengar berita positif tentang perusahaan anda. Buatlah mereka mengetahui secara lengkap dan jelas mengenai semua produk/layanan yang perusahaan anda miliki. Jangan biarkan mereka pulang dengan informasi yang tidak lengkap atau bahkan salah persepsi.

- c. Menciptakan kesan positif

Kesan positif yang terekam di benak *customer* anda akan selalu diingat. Hal sederhana yang bisa dilakukan misalnya adalah dengan memberikan senyum atau salam yang ramah, menjaga kebersihan, mau mendengar dan membantu mereka dengan tulus, serta cepat tanggap.

- d. Senantiasa menggunakan kata positif

Kata-kata positif senantiasa dianggap *customer* sebagai pesan yang positif juga. Sebaliknya juga pernah menggunakan kata-kata negatif karena akan memberikan citra negatif untuk perusahaan anda. Jangan pernah menyalahkan mereka apalagi membuat marah. Hormati mereka sebagai pasien anda sehingga mereka merasa aman dan diperhatikan.

- e. Mempertahankan yang sudah baik dan terus melakukan perbaikan

Apabila selama ini *customer* anda sudah merasa puas dengan produk/layanan yang ada maka perusahaan anda wajib mempertahankan. Buatlah sesuatu yang sudah baik menjadi standar baku dan ciptakan perbaikan terus menerus agar semakin menjadi baik (Saleh, 2010). Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggungnya (Tjiptono, 2012). Secara konseptual kepuasan pasien dapat digambarkan sebagai berikut:

- i. Kebutuhan dan Keinginan Pasien
- ii. Tujuan Perusahaan
- iii. Produk
- iv. Harapan Pasien terhadap Produk
- v. Nilai Produk Bagi Pasien

### 2.2.3. Dimensi kepuasan

Dimensi pelayanan kesehatan yang mempengaruhi kepuasan pasien menurut Parasuraman (1994) mengemukakan sepuluh faktor yang mempengaruhi kualitas yang ada dengan dirangkum menjadi lima faktor pokok dalam keunggulan pelayanan, yaitu :

- a. Bukti fisik (*tangibles*), bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan sediaan obat dan penampilan petugas apotek.
- b. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kehandalan kemampuan petugas apotek untuk memberikan pelayanan yang cepat, tidak membuat kesalahan apapun dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), sehubungan dengan kesediaan dan kemampuan petugas untuk memberi permintaan pasien dengan tanggap, serta menginformasikan secara tepat.
- d. Jaminan (*assurance*), yakni mencakup pengetahuan, ketrampilan, kesopanan, mampu menumbuhkan kepercayaan pasien. Jaminan juga berarti bahwa bebas bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- e. Empati (*empathy*) berarti kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pasien dan bertindak demi kepentingan pasien (Tjiptono, 2007).

### 2.2.4. Metode pengukuran kepuasan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pasiennya dan pasien perusahaan pesaing. (Kotler, 2002), mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pasien, yaitu:

#### A. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pasien mempermudah pasiennya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pasien. Beberapa pasien yang tidak puas akan

menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih ke apotek lain dan tidak akan menjadi pasien apotek tersebut.

## B. Survei kepuasan pasien

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pasien dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pasien melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

### 1. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

### 2. *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang di ajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan pasien terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

### 3. *Problem Analysis*

Pasien yang dijadikan responden, diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

### 4. *Importance-Performance Analysis*

Dalam tehnik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

## C. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pasien potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* menyampaikan temu-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pasiennya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian akan menjadi biasa.

#### D. *Lost customer analysis*

Pihak perusahaan berusaha menghubungi pasien yang sudah berhenti menjadi pasien atau beralih ke perusahaan lain. Harapannya adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. (Lupiyoadi, 2001) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima factor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk, Pasien akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Tertutama untuk industri jasa, pasien akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, Pasien akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pasien menjadi puas dengan merk tertentu.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pasiennya.
5. Biaya, Pasien tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

#### **2.2.5. Manfaat Kepuasan**

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan pasien telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pasien dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

- a. Berdampak positif pada loyalitas pasien.
- b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*).
- c. Menekan biaya transaksi pasien di masa depan.
- d. Meningkatkan toleransi harga.
- e. Rekomendasi gethok tular positif.

- f. Pasien cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan.
- g. Meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

### 2.2.6. Faktor yang mempengaruhi kepuasan

Notoatmodjo (2007), berpendapat bahwa faktor-faktor dasar yang mempengaruhi kepuasan yaitu:

#### a. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang mana makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang kesehatan, maka makin tinggi untuk berperan serta.

#### b. Kesadaran

Bila pengetahuan tidak dapat dipahami, maka dengan sendirinya timbul suatu kesadaran untuk berperilaku berpartisipasi.

#### c. Sikap positif

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sedangkan salah satu kompensasi dari sikap yang positif adalah menerima (*receiving*), diartikan bahwa orang mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan.

#### d. Sosial ekonomi

Pelayanan yang diberikan oleh sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh pasien. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan oleh pasien maka semakin baik pelayanan yang diberikan.

#### e. Sistem nilai

Sistem nilai seseorang pasien sangat mempengaruhi seseorang pasien untuk mempersepsikan pelayanan kesehatan yang diberikan.

#### f. Pemahaman pasien tentang jenis pelayanan yang akan diterimanya

Tingkat pemahaman pasien terhadap tindakan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap tindakan.

g. Empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan

Sikap ini akan menyentuh emosi pasien. Faktor ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pasien (*compliance*).

## **2.3 Pelayanan Farmasi**

Pelayanan kefarmasian adalah bentuk pelayanan dan tanggung jawab langsung profesi apoteker dalam pekerjaan kefarmasian untuk meningkatkan kualitas hidup pasien. Pelayanan kefarmasian merupakan proses kolaboratif yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mencegah dan menyelesaikan masalah obat dan masalah yang berhubungan dengan kesehatan (Situmorang, 2000).

### **2.3.1. Standar Pelayanan Kefarmasian**

Pelayanan kefarmasian di apotek saat ini telah mempunyai standar dengan diterbitkannya Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Tujuan diterbitkannya surat keputusan ini adalah sebagai pedoman praktek apoteker dalam menjalankan profesi, melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional, dan melindungi profesi dalam praktek kefarmasian di apotek sehingga diharapkan pelayanan kefarmasian yang diselenggarakan dapat meningkatkan kualitas hidup pasien.

### **2.3.2. 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 pasien.

Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi mutu pelayanan di apotek antara lain:

- a. Tingkat kepuasan, pasien dilakukan dengan survey berupa kuesioner atau wawancara langsung.
- b. Dimensi waktu, lama pelayanan diukur dengan waktu (waktu telah ditetapkan).

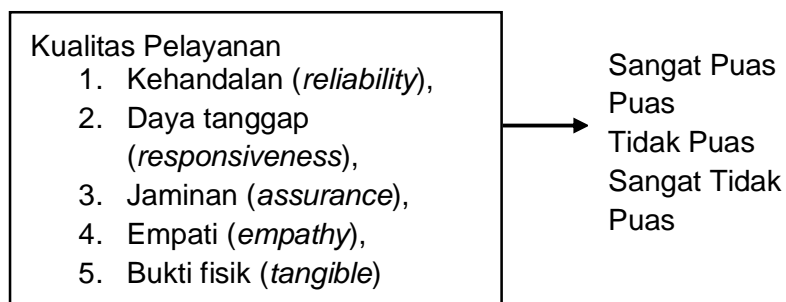
- c. Prosedur tetap, untuk menjamin mutu pelayanan sesuai standar yang telah ditetapkan.

Tujuan evaluasi mutu pelayanan adalah untuk mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan pelayanan kefarmasian di apotek dan sebagai dasar perbaikan pelayanan kefarmasian selanjutnya. Untuk mengetahui mutu pelayanan kefarmasian, salah satu indikator yang mudah dilakukan adalah dengan mengukur kepuasan pasien dengan cara membagikan kuisioner.

## 2.4 Gambaran Umum Apotek Kimia Farma Basri Medan

Apotek Kimia Farma Basri Medan adalah salah satu Apotek PT. Kimia Farma (Tbk) yang mengadakan ikatan kerja sama dengan Praktek Dokter Basri Widjaya yang berada dalam satu gedung pelayanan yang terletak di Jalan Kapten Jumhana no. 39/440 sekitar kawasan komplek Asia Mega Mas Medan. Apotek Kimia Farma Basri melayani penjualan obat bebas, obat bebas terbatas, dan obat dengan resep dokter baik dokter *in house* maupun dokter *out house*.

## 2.5 Kerangka Konsep



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

## 2.6 Definisi Operasional

- Keandalan (*reliability*) merupakan tingkat kemampuan dan keandalan petugas dalam peningkatan pelayanan kefarmasian diukur berdasarkan jawaban kuisioner sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas.
- Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan tingkat kemampuan dan ketanggapan petugas dalam peningkatan pelayanan kefarmasian

diukur berdasarkan jawaban kusioner sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

- c. Jaminan (*assurance*) terkait dengan pengetahuan petugas dan kelengkapan lain dari obat kefarmasian diukur berdasarkan jawaban kusioner sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas.
- d. Empati (*emphaty*) merupakan tingkat empati petugas dalam peningkatan pelayanan kefarmasian diukur berdasarkan jawaban kusioner sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas.
- e. Bukti fisik (*tangible*) merupakan suasana dan kondisi di apotek Kimia Farma Basri diukur berdasarkan jawaban kusioner sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas.