

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan faktor yang mutlak diperlukan untuk kelangsungan hidup manusia, sehingga banyak dijumpai layanan jasa kesehatan, contohnya apotek. Apotek merupakan suatu tempat tertentu dimana dilakukan usaha-usaha dalam bidang Farmasi, pekerjaan kefarmasian dan penyaluran obat kepada masyarakat. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke apotek yang sama. Kepuasan merupakan pengalaman yang akan mengendap di dalam ingatan konsumen sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian ulang produk yang sama. Pelayanan terbaik terletak pada keunikan dan kualitas yang ditunjukkan dari jasa yang dapat dirasakan dan dinikmati langsung oleh pelanggan (Kotler, 2005).

Apotek sebagai tempat dilaksanakannya pekerjaan kefarmasian mempunyai peran penting sebagai tempat untuk memperoleh informasi tentang obat. Pelayanan kefarmasian semakin berkembang, tidak terbatas hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada pelanggan, tetapi perlu melakukan interaksi atau komunikasi dengan pelanggan, dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh tenaga farmasi.

Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek dikelompokkan sebagai pengelolaan sumber daya mencakup ; pengelolaan sumber daya manusia, Sarana Prasarana, sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan lain dan administrasi. Pelayanan mencakup pelayanan resep, edukasi dan promosi, serta Pelayanan Residensial (Home Care) (KMK RI no.1027/Menkes/SK/IX/2004).

Kepuasan konsumen sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi (Priyoto, 2014)

Pelayanan dan kepuasan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena dengan adanya kepuasan maka pihak terkait dapat saling mengoreksi sampai dimana pelayanan yang diberikan apakah bertambah baik atau buruk. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh setiap aparat petugas dalam memberikan pelayanan, dengan kata lain pelayanan yang dapat memuaskan adalah pelayanan yang dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku dan dapat memahami apa yang diminta masyarakat dari jurusan pelayanan itu sendiri (Kurniati, 2013).

Keberhasilan suatu Apotek tergantung dari pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat bagi apotek itu sendiri diantaranya hubungan antara apotek dengan konsumen menjadi harmonis, terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat memberikan dampak positif bagi apotek.

Peneliti sebelumnya, Egy Ferbyna Br. Kembaren (2020), yang berjudul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kota Medan dengan hasil, bahwa dimensi bukti fisik total skornya 1056 atau 84,48%, termasuk kategori sangat puas, maka dilihat dari hasil menyatakan bahwa kenyamanan berdasarkan sarana dan prasarana apotek serta penampilan tenaga kefarmasian hasilnya sangat puas. Berdasarkan tabel bahwa dimensi empati total skornya 1012 atau 79.36%, termasuk kategori puas, maka dilihat dari hasil menyatakan bahwa tenaga kefarmasian memahami masalah konsumen dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen hasilnya puas.

Berdasarkan tabel bahwa dimensi cepat tanggap total skornya 983 atau 78.64%, termasuk kategori puas, maka dilihat dari hasil menyatakan bahwa kesediaan dan kemampuan tenaga kefarmasian untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan konsumen, serta menginformasikannya hasilnya puas. Berdasarkan tabel bahwa dimensi kehandalan total skornya 919 atau 80,80%, termasuk kategori puas, maka dilihat dari hasil menyatakan bahwa kemampuan tenaga kefarmasian untuk memberikan pelayanan dengan waktu yang disepakati agar terwujudnya kualitas pelayanan yang baik hasilnya puas. Berdasarkan tabel bahwa dimensi kepastian total skornya 988 atau 79,04%,

termasuk kategori puas, maka dilihat dari hasil menyatakan bahwa perilaku apoteker dan tenaga teknis kefarmasian yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap apotek dan bisa menciptakan rasa aman bagi konsumen hasilnya puas. Berdasarkan tabel total skor dari semua dimensi yaitu sebanyak 5029 maka rata-ratanya adalah 80,46% maka tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan kefarmasian di apotek Kota hasilnya puas.

Penelitian ini saya lakukan di apotek Sudirman, karena apotek ini berlokasi dipusat kota Tanjungbalai yang mana terdapat sebaran masyarakat yang ramai oleh karena itu terdapat banyak konsumen yang datang. Apotek Sudirman ini juga belum pernah diteliti tingkat kepuasan konsumen sebelumnya, sehingga perlu mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen apotek Sudirman Kota Tanjungbalai.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kehandalan di Apotek Sudirman Kota Tanjungbalai
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap ketanggapan di Apotek Sudirman Kota Tanjungbalai
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap jaminan di Apotek Sudirman Kota Tanjungbalai
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap empati di Apotek Sudirman Kota Tanjungbalai
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap bukti fisik di Apotek Sudirman Kota Tanjungbalai

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai berdasarkan dimensi bukti fisik (Tangibles)
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai berdasarkan dimensi kehandalan (Reliability)
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai berdasarkan dimensi ketanggapan (Responsiveness)
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai berdasarkan dimensi jaminan (Assurance)
- e. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai berdasarkan dimensi empati (Emphaty)

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari laporan penelitian ini akan memberikan suatu tambahan informasi, sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan tentang dunia bisnis farmasi dalam hal ini apotek Sudirman Kota Tanjungbalai terutama kajian manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di apotek Sudirman Kota Tanjungbalai

Hasil penelitian ini juga dapat di jadikan bahan bacaan bagi rekan-rekan sekalian dan dapat sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dalam kasus yang sama.