

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Definisi Apotek**

##### **2.1.2 Apotek**

Menurut Permenkes RI No. 73 tahun 2016 apotek merupakan suatu alat untuk pelayanan kefarmasian yaitu tempat dilakukannya praktek kefarmasian oleh apoteker. Selain itu pelayanan kefarmasian juga adalah jasa terkait dengan persediaan dalam farmasi yakni dengan tujuan akan mencapai hasilnya yang terukur/pasti agar mengembangkan kualitas pelanggan.

Apoteker harus memahami dan bisa mengatasi semua permasalahan yang ada, misalnya berupa permasalahan menyelesaikan masalah terkait obat, masalah farmaekonomi, agar dapat terhindar dari hal tersebut, apoteker harus dapat menjalankan praktek yang sesuai standar pelayanan, seorang apoteker juga harus ahli dalam membuat percakapan dengan tenaga kesehatan lainnya. Apoteker juga di dalam melakukan praktek diwajibkan untuk melakukan pengawasan/monitoring dalam penggunaan obat, serta melakukan penilaian/evaluasi dan juga merekam segala aktivitas dan juga kegiatan yang dilakukan. Untuk melaksanakannya diperlukan sebuah standar pelayanan kefarmasian (Perkemenkes, 2016)

### **2.1.3 Tugas dan fungsi apotek**

- a. Melayani sarana jasa pelayan kefarmasian
- b. Mengevaluasi standar pelayanan kefarmasian
- c. Untuk memproduksi dan mendistribusikan sediaan obat, bahan baku obat, kosmetik, tradisional.
- d. Membuat sistem pengendalian atas mutu dan sediaan farmasi, pengadaan, pengamanan, pengendalian dan distribusi atau penyaluran obat, pengelolaan obat tanpa resep dokter, PIO.
- e. Sebagai tempat pengabdian untuk apoteker dan tenaga teknis kefarmasian

### **2.1.4 Tujuan Standar Pelayanan Di Apotek**

- a. Mengembangkan reparasi farmasi
- b. Menjaga kepastian hukum apoteker, TTK,
- c. Menjaga pasien dari penggunaan obat yang tidak baik

### **2.1.5 Definisi Kepuasan**

Kepuasan konsumen merupakan suatu ungkapan perasaan baik senang ataupun kecewa yang hal itu muncul atas perbandingan pada kinerja yang diharapkan dengan hasil yang dihasilkan (Kotler, 2014).

Terdapat 4 metode/cara mengukur dari kepuasan konsumen, antara lain :

- a. Sistem saran dan masukan atas keluhan

Perusahaan wajib memberi kesempatan pada pelanggan untuk memberikan keluhan dan saran.

b. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan dapat melakukan survey kepuasan pelanggan karena perusahaan tidak tahu tentang kepuasan pelanggan.

c. pembeli bayangan

Metoda ini dilakukan agar perusahaan tahu apakah produk dan pelayanannya cukup baik.

d. analisis pelanggan yang beralih

Agar pelanggan tidak beralih kepada perusahaan lain dan perusahaan harus mengetahui mengapa pelanggan tersebut beralih.

### **2.1.6 Konsep Kepuasan**

Menurut (Abdullah, 2017) perhatian kepuasan maupun ketidak puasan pelanggan semakin besar, makin banyak yang terlibat dalam keinginan, kebutuhan, kewajiban pelanggan, setiap organisasi atau perusahaan pada kepuasan adalah tujuan utama

Menurut (Alfianasari, 2018) Pelayanan yang baik terhadap pelanggan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya

### **2.1.7 Manfaat Kepuasan**

Menurut Tjiptono (2016),” kepuasan pelanggan telah menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

### **2.1.8 Faktor – Faktor Kepuasan**

Amir (2012) mengungkapkan ada beberapa faktor yaitu:

1. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dari berbagai bidang
2. Kualitas produk menjadi yang terpenting karena sebagai representasi terhadap kualitas organisasi atau perusahaan tersebut
3. Harga juga menjadi salah satu hal yang terpenting karena harga yang ditawarkan suatu organisasi atau perusahaan pada konsumen untuk tolak ukur untuk organisasi atau perusahaan.
4. Promosi yaitu satu dari suatu hal dalam pemasaran yang penting karena untuk menjual produk atau jasa di perusahaan atau organisasi tersebut.

### **2.1.9 Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono 2016 menyatakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. (Kotler dalam Fandy Tjiptono) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

- a. Bukti fisik/nyata atau (*Tangible*), yakni bukti fisik terhadap kualitas pelayanan yaitu dalam bentuk nyata yang secara fisik/terlihat dan dapat disentuh dan dipakai.
- b. Empati (*Empathy*), Kesiediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

- c. Cepat tanggap (*Responsiveness*), Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk menolong pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
- d. Kehandalan (*Reliability*), Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten..
- e. Kepastian (*Assurance*), Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.