

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Apotek

2.1.1 Definisi Apotek

Apotek termasuk ke dalam salah satu institusi pelayanan kesehatan, sehingga kepentingan masyarakat mesti diprioritaskan dalam memberikan pelayanan, pelayanan yang diberikan meliputi menyediakan, menyiapkan serta memberikan perbekalan obat yang berkualitas dan efektif. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 9 Tahun 2017 tentang Apotek “Apotek merupakan fasilitas pelayanan kefarmasian tempat dicoba praktik kefarmasian oleh Apoteker”. Yang diartikan dengan Pelayanan Kefarmasian adalah “Suatu sarana yang memberikan pelayanan secara langsung yang berhubungan dengan sediaan farmasi dan bertanggung jawab kepada pasien, bertujuan untuk mencapai hasil yang pasti guna meningkatkan kualitas hidup pasien” (PERMENKES No. 35 Tahun 2016).

2.1.2 Peran Tenaga Teknis Kefarmasian di Apotek

Menurut PP 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian “Tenaga Teknis Kefarmasian adalah tenaga yang membantu Apoteker dalam menjalani pekerjaan kefarmasian, yang terdiri atas Sarjana Farmasi, Ahli Madya Farmasi, Analis Farmasi, dan Tenaga Menengah Farmasi/Asisten Apoteker”

Menurut PP 51 Tahun 2009 “ Pelayan 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”.

Bentuk wujud pekerjaan kefarmasian yang harus dilaksanakan oleh seseorang Tenaga Teknis Kefarmasian (Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor. 1332/MENKES/X/2002) merupakan selaku berikut:

1. Melayani resep dokter sesuai dengan tanggung jawab dan standar Profesinya.
2. Memberi informasi yang berkaitan dengan penggunaan/pemakaian obat

3. Menghormati hak pasien dan menjaga kerahasiaan identitas serta data kesehatan pasien
4. Melakukan pengelolaan apotek
5. Pelayanan informasi mengenai sediaan farmasi.

2.1.3 Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek

Pelayanan kefarmasian telah mengalami transformasi yang semula berfokus pada *drug oriented* atau pengelolaan obat menjadi pelayanan komprehensif yang meliputi pelayanan obat serta pelayanan farmasi klinik hal ini berdasarkan pada kewenangan yang terdapat pada peraturan perundang-undangan. Pelayanan yang sebelumnya hanya berorientasi kepada pengelolaan obat kini orientasi tersebut berpindah pada pelayanan obat serta pelayanan farmasi klinik, tujuan dari perubahan orientasi ini yaitu untuk membuat kualitas hidup menjadi lebih berkualitas. Dalam melakukan pelayanan kefarmasian ada beberapa pekerjaan kefarmasian yang harus dilakukan. Pekerjaan kefarmasian ini merupakan pembuatan yang dimana mencakup dari pengawasan mutu, keamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusian, pengelolaan kefarmasian, pelayanan kefarmasian bersarkan resep dari dokter, pelayanan informasi kefarmasian, pengembangan obat, komponen dari obat tradisional serta bahan obat. Hal ini terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2009 yang membahas tentang pekerjaan kefarmasian. Tenaga kefarmasian merupakan tenaga yang melakukan pekerjaan kefarmasian, tenaga kefarmasian mesti memiliki pengetahuan dan wajib mengikuti paradigma pelayanan kefarmasian. Tenaga kefarmasian terdiri dari Apoteker dan tenaga teknis kefarmasian. Sebagai akibat dari perubahan orientasi pelayanan apoteker dituntut dalam meningkatkan keterampilan, juga pengetahuan serta sikap sehingga dapat menjalin komunikasi yang baik dalam berinteraksi langsung dengan pasien.

Seorang apoteker mesti paham dan waspada atas kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pengobatan pada proses pelayanan, serta mengidentifikasi, mencegah dan mengatasi masalah yang berhubungan obat, masalah farmakoekonomi, dan masalah farmasi sosial. Untuk mencegah hal-hal yang

berkaitan dengan keadaan ini, apoteker harus menjalankan praktiknya sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Komunikasi dengan tenaga kesehatan lain menjadi salah satu kemampuan yang harus ada pada seorang apoteker dengan tujuan supaya dapat menentukan terapi yang mendukung penggunaan obat secara rasional. Saat menerapkan pendekatan ini, apoteker juga perlu memantau penggunaan obat, mengevaluasi dan mencatat semua aktivitasnya. Untuk mencapai itu semua diperlukan standar pelayanan kefarmasian (Permenkes, 2016)

Berikut merupakan Standar Pelayanan kefarmasian di Apotek, meliputi:

1. Pengelolaan sediaan farmasi, Perlengkapan kesehatan, serta bahan medis habis pakai
 - a. Perencanaan
 - b. Pengadaan
 - c. Penerimaan
 - d. Penyimpanan
 - e. Pemusnahan
 - f. Pengendalian
 - g. Pencatatan dan pelaporan
2. Pelayanan farmasi klinik meliputi :
 - a. Pengkajian resep
 - b. *Dispensing*
 - c. Pelayanan Informasi Obat
 - d. Konseling
 - e. Pelayanan kefarmasian di rumah (*home pharmacy care*)
 - f. Pemantauan Terapi Obat (PTO)
 - g. Monitoring Efek samping Obat (MESO) (Permenkes,2016).

2.1.4 Evaluasi Mutu Pelayanan

Proses mengevaluasi kinerja pada pelayanan kefarmasian di apotek disebut sebagai evaluasi mutu pelayanan. Yang termasuk kedalam evaluasi mutu pelayanan ialah pengelolaan sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan, evaluasi sumber daya manusia, serta pelayanan kefarmasian kepada pelanggan.

Indikator yang digunakan untuk menilai mutu atau kualitas pada pelayanan kefarmasian yaitu:

1. Tingkat kepuasan, dengan cara melakukan survey menggunakan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung kepada pasien.
2. Prosedur tetap (Protap), memastikan mutu pelayanan sama dengan standar yang telah ada sebelumnya.
3. Dimensi Ukuran waktu, lama pelayanan diukur dengan waktu

Tujuan penilaian kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan dalam mengevaluasi segala rangkaian aktivitas pelayanan kefarmasian di apotek serta selaku dasar untuk revisi serta kenaikan pelayanan kefarmasian selanjutnya. Dari ketiga indikator diatas indikator yang mudah untuk dilakukan dalam mengukur serta menilai kepuasan pasien yaitu dengan menggunakan kuesioner.

2.2 Kepuasan Pasien

2.2.1 Definisi Kepuasan Pasien

Definisi dari kepuasan pasien ialah suatu tingkatan perasaan yang timbul setelah memperoleh pelayanan kesehatan dan membandingkan dengan apa yang pasien harapkan sebelumnya (Pohan, 2018). Disamping itu, manfaat yang diperoleh masyarakat mengenai pelayanan kesehatan merupakan suatu kepastian yang diberikan oleh pemerintah mengenai pelayanan kefarmasian yang diberikan didasarkan pada keadilan, nilai ilmiah, kemanusian juga perlindungan serta keselamatan pasien yang ada hubungannya dengan sediaan farmasi yang telah terstandar dan telah terjamin dalam persyaratan keamanannya, kualitas serta kemanfaatanya telah terpenuhi. (Kurniasih, 2012)

Pelayanan dan kepuasan merupakan dua hal yang selalu berkaitan, karena berkat adanya kepuasan pihak yang terikat satu sama lain dapat saling mengoreksi

mengenai pelayanan yang diberikan semisal pelayanan yang diberikan sudah baik atau masih kurang baik. Hal tersebut merupakan pengaruh dari petugas yang memberikan pelayanan, pelayanan yang memuaskan ialah pelayanan yang bisa menguasai serta memenuhi harapan dari masyarakat mengenai jurusan pelayanan itu sendiri dengan memberlakukan persyaratan yang berlaku. (Sukamto, 2017)

Dua aspek yang mempengaruhi kepuasan pasien ialah aspek pelayanan dan aspek pelanggan. Adapun 2 aspek yang terdapat pada pelayanan kesehatan ialah aspek medis, semacam tersedianya perlengkapan yang mencukupi dan aspek ke 2 yaitu aspek non medis yaitu meliputi layanan dari petugas kesehatan, kenyamanan dan keadaan kebersihan dari ruang tunggu, serta biaya yang relatif murah. (Sukamto, 2017)

Penelitian mengenai kepuasan harus dikerjakan berdampingan dengan pengukuran dimensi kualitas layanan kesehatan lainnya. Harapan serta keinginan dari pasien dapat disampaikan ataupun diutarakan lewat survei mengenai kepuasan pasien. Pembuktian mengenai transformasi ekonomi dapat mempengaruhi kemauan serta kebutuhan masyarakat terhadap layanan kesehatan dapat dibuktikan dari pengalaman yang pernah dialami sebelumnya. Oleh karena itu, untuk mengukur kepuasan pasien harus dilakukan secara periodik dan juga akurat. (Pohan, 2018)

Rasa ketidakpuasan yang muncul dari dalam diri pasien merupakan akibat dari adanya ketidaksesuaian antara apa yang pasien harapkan dengan performa layanan kesehatan yang diterimanya ketika mendapatkan pelayanan kesehatan (Pohan, 2018). Adanya rasa ketidakpuasan memiliki dampak terhadap banyaknya jumlah kedatangan, dampak lainnya pasien terdorong untuk menggunakan jasa kompetitor sehingga mengakibatkan penurunan laba. (Sukamto, 2017)

2.2.2 Konsep Kepuasan

Dalam konteks kepuasan biasanya harapan ialah perkiraan ataupun kepercayaan pelanggan mengenai apa yang hendak diterimanya. Standar kualitas dari suatu barang atau jasa yang pelanggan nikmati sangat berhubungan erat dengan tingkatan kepuasan.

Kepuasan pelanggan dibentuk berdasarkan sebagian prinsip yang digunakan buat memperhitungkan sesuatu organisasi dalam sebagian pelayanan: *tangibles*(berwujud), *reliability*(kehandalan), *responsiveness*(daya paham), *assurance*(kepastian), *empathy*(empati). Pelayanan yang baik terhadap pelanggan yakni salah satu bentuk tanggung jawab industri. Namun, tidak sedikit dari industri yang belum membagikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya. Mengenai ini disebabkan oleh:

1. Tidak mengenali apa yang diharapkan pelanggan

Perihal ini bisa diakibatkan sebab pihak perusahaan tidak maksimal dalam pelaksanaan riset pelanggan sehingga pihak perusahaan tidak mengenali tentang apa yang sesungguhnya diharapkan oleh para pelanggan.

2. Minimnya masukan dari para pelanggan

Banyak pelanggan yang hanya mengutamakan kepentingannya sekaligus keinginannya dalam mendapatkan pelayanan yang baik, namun sering kali mereka tidak acuh dalam memberikan masukan serta saran kepada perusahaan sehingga perusahaan tidak dapat memperbaiki sistem pelayanan yang mereka berikan kepada para pelanggan.

3. Kurang fokus dalam membangun kedekatan dengan pelanggan

Perihal ini disebabkan pihak perusahaan tidak bisa memelihara jalinan baik dengan pelanggan lamanya, dan selalu memprioritaskan pelanggan barunya saja.

4. Kurang mencermati terhadap standar pelayanan

Karena terlalu fokus untuk mencari pelanggan baru, perusahaan sering kali ceroboh dan tidak mencermati bagaimana memberikan standar pelayanan yang baik yang semestinya diberikan kepada para pelanggannya.

5. Minimnya fasilitas serta prasarana pendukung

Hal ini menyebabkan pelayanan nampak seperti biasa saja tidak ada keunikan dan tidak membuat kesan tertentu bagi para pelanggan.

2.2.3 Indikator Kepuasan pasien

Kepuasan pasien merupakan salah satu indikator dalam kesuksesan dari suatu pelayanan kesehatan. Kepuasan ini diartikan sebagai evaluasi selepas kegiatan konsumsi, apabila suatu produk atau jasa bisa memenuhi ataupun melebihi apa yang diharapkan oleh pasien, hingga mempengaruhi keputusan untuk membeli lagi produk yang serupa. Bentuk kepuasan komprehensif yang fokus utamanya pada pelayanan barang maupun jasa meliputi lima dimensi penilaian. (Lubis, 2015)

Adapun 5 dimensi penilaian pada kepuasan pasien :

- a. *Responsiveness* (Ketanggapan), ialah keahlian petugas melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap kepada pasien.
- b. *Reliability* (Kehandalan), ialah keahlian petugas dalam membagikan pelayanan yang tepat kepada pasien.
- c. *Assurance* (Jaminan), ialah keahlian petugas dalam membangun rasa percaya pada pasien terhadap pelayanan yang diberikan.
- d. *Empathy* (Kepedulian), ialah keahlian petugas dalam membina ikatan, kepedulian, serta mengerti apa yang pasien butuhkan.
- e. *Tangible* (Bukti Fisik), ialah kesiapan fasilitas serta sarana raga yang bisa dirasakan dan digunakan sesuai dengan kebutuhan pasien.

2.2.4 Metode Pengukuran Kepuasan

Setiap perusahaan dapat menggunakan beberapa metode untuk mengukur serta memonitoring kepuasan pelanggan baik dari pelanggan perusahaan itu sendiri maupun dari perusahaan pesaing.

Kotler (2002) mengusulkan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan serta saran

Perusahaan yang berpusat pada pelanggan memungkinkan pelanggan dengan mudah memberikan pendapat, masukan, dan keluhan mereka. Media yang digunakan antara lain kotak saran yang ditempatkan di lokasi penting, kartu pendapat, saluran telepon khusus, dll. Namun, karena metode ini sering pasif, sulit untuk memahami kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sepenuhnya. Tidak semua pelanggan yang tidak puas ingin menyampaikan keluhannya. Mereka dapat segera beralih ke perusahaan lain tanpa menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut.

2. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya, sejumlah besar penelitian tentang kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui surat, telepon, atau wawancara pribadi. Berbagai metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui metode ini, antara lain:

a. Directly Reported Satisfaction

Pengukuran yang pelakasanaanya secara langsung lewat suatu persoalan.

b. Derived Dissatisfaction

Persoalan yang diajukan mengaitkan 2 isu utama, ialah harapan pelanggan mengenai atribut tertentu serta nilai dari kinerja yang mereka rasakan ataupun terima.

c. Problem Analysis

Pelanggan selaku narasumber dipinta untuk mengantarkan 2 poin utama, diantaranya mengenai kasus yang mereka hadapi yang berhubungan dengan penawaran yang diberikan oleh manajemen perusahaan dan anjuran revisi.

d. Importance- Performance Analysis

Pelanggan selaku narasumber mesti mengurutkan macam-macam elemen penawaran berdasarkan tingkat kepentingan dari masing-masing elemen. Tidak hanya hal tersebut pelanggan juga mesti menilai seberapa baik performa perusahaan dalam masing-masing elemen.

3. *Ghost Shopping*

Cara atau metode *ghost shopping* ini memperkerjakan sejumlah orang untuk menjadi *ghost shoppers*. Dimana *ghost shoppers* ini bertindak menjadi calon pelanggan baik untuk produk dari perusahaan sendiri maupun perusahaan pesaing. Temuan dari seorang *ghost shopper* berupa kekuatan atau kelemahan dari perusahaan pesaing menurut kejadian yang mereka alami selama membeli produk yang dimaksud. Tidak hanya itu, *ghost shoppers* juga menyaksikan bagaimana pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan serta memperhatikan bagaimana cara mereka dalam melayani para pelanggannya. Tentu saja, hal ini merupakan hal biasa dimana evaluasi yang dilakukan oleh seorang atasan ini tidak boleh diketahui oleh karyawan mereka.

4. *Lost customer analysis*

Perusahaan berupaya menjalin korelasi dengan pelanggan yang bukan pelanggan lagi ataupun yang sudah bergeser ke perusahaan pesaing. Harapan untuk mendapatkan informasi untuk perusahaan dalam mengambil langkah kebijakan berikutnya untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan..

Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa dalam proses menjamin kepuasan, perusahaan harus memenuhi 5 aspek utama, yaitu:

- a. Kualitas produk. Bila hasil penilaian mereka menampilkan jika produk yang mereka pakai bermutu besar, pelanggan hendak merasa puas.
- b. Kualitas pelayanan. Khusus untuk industri jasa, pelanggan akan merasa sangat puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau pelayanan yang diharapkan.
- c. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan percaya bahwa jika mereka menggunakan merek produk tertentu, mereka cenderung mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi karena nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan puas dengan merek tertentu.
- d. Harga. Produk dengan mutu yang sama namun harga yang relatif rendah hendak membagikan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

- e. Bayaran. Pelanggan tidak butuh menghasilkan uang ekstra ataupun tidak butuh membuang waktu buat memperoleh produk maupun jasa serta kerap kali merasa puas dengan produk ataupun jasa tersebut.

2.2.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Notoatmodjo (2007), berpendapat jika faktor-faktor dasar yang mempengaruhi kepuasan ialah:

1. Pengetahuan

Tingkatan pengetahuan seseorang bisa membagikan pengaruh terhadap karakter seorang, pada saat seorang memiliki pengetahuan yang besar mengenai kesehatan, hingga hendak menjadi besar pula keikutsertaannya.

2. Kesadaran

Bila pengetahuan tidak bisa dipahami, maka dengan kehendak sendirinya mencuat keinginan untuk turut berpartisipasi.

3. Sikap positif

Sikap yakni reaksi seorang terhadap sesuatu objek. Kebalikannya salah satu kompensasi dari sikap yang positif ialah menerima(receiving), dimaksud bila orang mau dan mencermati stimulus yang diberikan.

4. Sosial ekonomi

Pelayanan yang diberikan cocok dengan bayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan. Jika bayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan besar maka akan menjadi baik pula pelayanan yang diberikan.

5. Sistem nilai

Sistem nilai seseorang pelanggan sangat pengaruh anggapan seseorang pelanggan menimpa pelayanan kesehatan yang diberikan.

6. Uraian pelanggan tentang jenis pelayanan yang hendak diterimanya

Tingkatan mengenai seberapa paham pembeli terhadap pelayanan yang diberikan hendak pengaruh tingkatan kepuasan seseorang pelanggan.

7. Empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan

Sikap ini mesti bisa memegang emosi pelanggan. Aspek tersebut pengaruh tingkatan kepatuhan pelanggan (*compliance*).