

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Apotek**

Apotek Merupakan suatu institusi pelayanan kesehatan dimana sangat penting untuk memprioritaskan kepentingan masyarakat dalam memberikan pelayanan seperti menyediakan, menyiapkan, dan memberikan perbekalan obat yang efektif dan berkualitas. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan No 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek, “Apotek adalah tempat sarana kefarmasian tempat dilakukannya praktek kefarmasian oleh seorang Apoteker”. Apoteker adalah seorang Sarjana Farmasi yang sudah lulus dan sudah melakukan Sumpah Apoteker.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan No 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. “Tenaga Teknis Kefarmasian adalah tenaga yang membantu Apoteker dalam menjalani Pekerjaan Kefarmasian, yang terdiri atas Sarjana Farmasi, Ahli Madya Farmasi, dan Analis Farmasi”. Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek merupakan suatu pedoman yang dijadikan tolak ukur bagi Tenaga Teknis Kefarmasian dalam melaksanakan 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. Pengaturan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek bertujuan untuk meningkatkan mutu Pelayanan Kefarmasian, menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian, dan melindungi pasien dan Masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka keselamatan pasien (*patien safety*).

Sediaan Farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika. Resep adalah permintaan secara tertulis dari dokter atau dokter gigi, kepada apoteker baik itu dalam bentuk *paper* maupun *electronic* untuk menyediakan dan

menyerahkan obat bagi pasien sesuai dengan 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 instrumen, aparatus, mesin, dan atau implan 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 (*single use*) yang daftar produknya diatur dalam peraturan perundang-undangan. (Permenkes No. 73 Tahun 2016).

Pengelolaan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai dilakukan sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku meliputi, Perencanaan, Pengadaan, Penerimaan, Penyimpanan, Pemusnahan, Pengendalian, Pencatatan, dan Pelaporan.

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 untuk mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan kualitas hidup pasien. (Permenkes No. 73 Tahun 2016).

Pelayanan Farmasi Klinik meliputi :

1. Pengkajian Dan Pelayanan Resep
2. Dispensing
3. Pelayanan Informasi Obat (PIO)
4. Konseling
5. Pelayanan Kefarmasian di Rumah (*home pharmacy care*)
6. Pemantauan Terapi Obat (PTO)
7. Monitoring Efek Samping Obat (MESO)

Sarana dan Prasarana yang diperlukan untuk menunjang Pelayanan Kefarmasian di Apotek meliputi sarana yang memiliki fungsi :

1. Ruang Penerimaan Resep
2. Ruang Pelayanan Resep Dan Peracikan
3. Ruang Penyerahan Obat
4. Ruang Konseling
5. Ruang Penyimpanan Sediaan Farmasi, Alat Kesehatan, Dan Bahan Medis Habis Pakai
6. Ruang Arsip

## **2.2 Kepuasan Pasien**

### **2.2.1 Definisi Kepuasan Pasien**

Kepuasan Pasien merupakan perasaan yang dialami oleh seseorang dimana orang tersebut dapat membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperoleh setelah pasien membandingkan dengan apa yang dirasakan. Pasien akan merasakan puas apabila kinerja layanan kesehatan yang diperoleh sama atau melebihi harapan dan sebaliknya, ketidakpuasan akan timbul atau perasaan kecewa pasien akan terjadi apabila kinerja pelayanan kesehatan yang diperolehnya tidak sesuai harapannya (Skurniasih 2012).

### **2.2.2 Konsep Kepuasan Pasien**

Kepuasan Pelanggan dibangun berdasarkan prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam pelayanan seperti, Sarana Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*). Pelayanan yang baik terhadap pelanggan yaitu salah satu rasa tanggung jawab dari suatu Perusahaan (Lubis, 2015). Namun tidak sedikit Perusahaan yang bisa memberikan pelayanan yang bijak terhadap pelayannya, hal ini bisa disebabkan oleh :

1. Tidak mengenali apa yang diinginkan oleh pelanggan

Hal ini bisa diakibatkan karena Perusahaan kurang maksimal dalam melakukan riset pelanggan sehingga Perusahaan kurang mengenali apa yang diharapkan oleh pelanggan.

2. Minimnya masukan dari pelanggan

Hal ini diakibatkan karena terkadang pelanggan hanya mementingkan kepentingannya saja dengan pelayanan yang terbaik tetapi tidak memberikan saran atau / masukan ke Perusahaan supaya Perusahaan bisa memperbaiki sistem pelayanan.

3. Kurang fokus dalam membangun kedekatan dengan pelanggan

Hal ini bisa diakibatkan karena Perusahaan hanya memikirkan pelanggan barunya tetapi tidak memperhatikan dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan yang lama.

4. Kurang mencermati terhadap standar pelayanan

Hal ini diakibatkan karena Perusahaan terlalu fokus dengan pelanggan baru sampai tidak memperhatikan bagaimana standar pelayanan yang baik yang seharusnya diberikan kepada pelanggan.

5. Kurangnya Sarana dan Prasarana Pendukung

Hal ini dapat mengakibatkan pelayanan tampak seperti biasa saja dan tidak ada keunikan untuk membuat kesan tertentu kepada pelanggan.

### **2.2.3 Indikator Kepuasan Pasien**

Kepuasan pasien merupakan salah satu indikator dalam kesuksesan dari suatu pelayanan kesehatan. Kepuasan ini diaktikan 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).

Lima dimensi penilaian pada kepuasan yaitu :

1. Sarana Fisik (*Tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat (Tjiptono, 2012 : 175)

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Keandalan (*reability*) merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja suatu organisasi. Keandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari keandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, keandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan, keandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan keandalan menggunakan teknologi kerja (Sunnyoto, 2004: 16)

### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Setiap orang yang mendapat pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan yang diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan dimengerti. Untuk mewujudkan dan merealisasikan hal tersebut, maka kualitas layanan daya tanggap mempunyai peranan penting atas pemenuhan berbagai penjelasan dalam kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Apabila pelayanan daya tanggap diberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana, penjelasan yang mendetail, penjelasan yang membina, penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, apabila hal tersebut secara jelas dimengerti oleh individu yang mendapat pelayanan, maka secara langsung pelayanan daya tanggap dianggap berhasil, dan ini menjadi suatu bentuk keberhasilan prestasi kerja (Tjiptono, 2012 : 175)

### 4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*) (Tjiptono, 2012 : 175). Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Selain dari performance tersebut, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan

secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (personality behavior) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda pegawai yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2003: 201).

##### 5. Empati (*Emphaty*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan. Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani harus memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama. Berarti empati dalam suatu organisasi kerja menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas pelayanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani (Tjiptono, 2012:175).

#### 2.2.4 Metode pengukuran kepuasan

Ada beberapa metode yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya, baik itu dari perusahaannya sendiri ataupun dari perusahaan lain (pesaing).

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

1. Sistem keluhan serta saran

Perusahaan yang fokus pada pelanggan dapat mempermudah pelanggannya pada saat memberikan pendapat, masukan, dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat yang strategis, saluran telepon khusus, kartu pendapat dan lain sebagainya. Akan tetapi karena metode ini selalu pasif dan sulit untuk bisa memahami kepuasan maupun ketidakpuasan dari pelanggan. Namun tidak semua pelanggan selalu mau untuk menyampaikan keluhannya. Karena mereka bisa saja buru-buru pindah ke perusahaan lain dan tidak menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut.

2. Survey kepuasan pelanggan

Pada umumnya, yang melakukan penelitian terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survey baik itu melalui telepon, wawancara pribadi, maupun pos. metode dalam mengukur kepuasan pelanggan dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

- a. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran yang dilakukan secara langsung melalui pertanyaan

- b. *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan melalui 2 isu utama, yaitu keinginan pelanggan mengenai atribut tertentu dan nilai kinerja yang diterima ataupun yang dirasakan.

c. *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan 2 poin utama, yaitu anjuran revisi atau saran untuk dilakukannya perbaikan dan kasus yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan.

d. *Importance – Performance Analysis*

Pelanggan selaku responden diminta untuk menilai berbagai macam elemen penawaran dari tingkatan kepentingan masing-masing elemen. Dan responden juga diminta untuk menilai seberapa baiknya kinerja perusahaan di masing-masing elemen tersebut.

3. *Ghost Shopping*

Metode atau cara yang dilakukan dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*). Dimana (*Ghost shopper*) bersikap menjadi pelanggan yang baik bagi perusahaan sendiri maupun perusahaan pesaing. (*Ghost Shopper*) memberikan temuannya tentang kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan pesaing menurut pengalaman mereka saat pembelian produk tersebut. Selain itu (*Ghost Shopper*) melihat secara langsung bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan saat berinteraksi dan melayani pelanggannya. Tentunya hal seperti ini sudah biasa dimana penilaian yang diberikan oleh atasan tidak boleh diketahui oleh karyawannya.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi pelanggan yang sudah tidak lagi menjadi pelanggan dan beralih ke perusahaan lain. Hal ini tujuannya untuk mendapatkan informasi untuk perusahaan saat mengambil kebijakan selanjutnya untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Menurut (Lupiyoadi, 2001) Dalam menentukan tingkat kepuasan harus memenuhi 5 macam ketentuan yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, yaitu :

1. Kualitas produk. Dimana pelanggan hendak merasa puas apabila hasil dari penilaian mereka menunjukkan produk yang mereka gunakan bernilai.

2. Kualitas Pelayanan. Khusus untuk industri jasa, pelanggan akan merasa begitu puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau mendapatkan pelayanan yang diinginkan.
3. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan merasa percaya diri apabila mereka memakai produk tertentu maka akan cenderung mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi. Produk yang didapatkan bukan karena kualitas produknya akan tetapi karena nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan akan merasa puas dengan merek tertentu.
4. Harga. Produk dengan tingkatan yang sama tetapi menentukan harga yang relatif lebih murah maka akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya. Pelanggan tidak perlu membuang waktu atau tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk memperoleh suatu produk ataupun jasa yang cenderung akan puas pada produk atau jasa tersebut.

### 2.2.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut (Notoadmodjo, 2007) Bahwa faktor-faktor dasar yang mempengaruhi kepuasan yaitu :

#### 1. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan seseorang bisa memberikan pengaruh terhadap perilaku individu, dimana pada saat seseorang mempunyai pengetahuan yang besar terhadap kesehatan, maka makin besar pula untuk ikut serta.

#### 2. Kesadaran

Bila pengetahuan tidak bisa di mengerti, maka dengan sendirinya akan muncul keinginan untuk ikut berpartisipasi.

#### 3. Sikap Positif

Sikap yaitu reaksi seseorang kepada suatu stimulus atau objek. Sedangkan salah satu kompensasi dari sikap atau perilaku yang positif yaitu menerima (*receiving*), yang berarti jika orang tersebut mau dan memperhatikan stimulus atau objek yang diberikan.

4. Sosial Ekonomi

Pelayanan yang diberikan setara dengan biaya yang sudah dikeluarkan oleh pelanggan. Apabila biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan tinggi maka akan lebih baik juga pelayanan yang diberikan.

5. Sistem Nilai

Sistem nilai seorang pelanggan sangat berpengaruh terhadap anggapan pelanggan yang menimpa terhadap pelayanan kesehatan yang diberikan.

6. Uraian pelanggan tentang jenis pelayanan yang hendak diterimanya

Tingkat pengetahuan pelanggan mengenai tindakan yang diberikan bisa mempengaruhi tingkat kepuasan kepada pelanggan.

7. Empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan

Sikap ini dapat menyentuh emosi pelanggan. Faktor tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pelanggan (*compliance*).