

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN APOTEK “X” DI BANDUNG

Indah Utami Putri, Angga Prawira Kautsar

Program Studi Profesi Apoteker Fakultas Farmasi Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21, Jatinangor, Sumedang 45363

indahup@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang banyak dipakai dalam mengukur kualitas layanan sebuah produk baik barang maupun jasa. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan apotek. Pelanggan yang puas berdampak terhadap minat pelanggan untuk kembali ke apotek yang sama dan juga sebagai alat promosi dan dapat berpengaruh sangat positif bagi kemajuan apotek. Analisis kepuasan pelanggan Apotek “X” dilakukan dengan survei berisi 25 pernyataan yang mengandung lima dimensi SERVQUAL yang dinilai dengan skala likert. Data hasil survei, diolah ke dalam Diagram Kartesius yang terbagi ke dalam empat kuadran tingkat penilaian pelanggan. Berdasarkan survei yang dilakukan di Apotek “X”, yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi *Assurance* (jaminan), sedangkan yang terendah adalah dimensi *Reability* (kehandalan), serta dua atribut termasuk dalam prioritas tertinggi untuk dilakukan perbaikan adalah “Karyawan memberikan pilihan obat pada pelanggan swamedikasi (pengobatan sendiri)” dan “Apoteker memberikan solusi jika terjadi keluhan pada obat yang diberikan”.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, Skala Likert, Diagram Kartesius

ASBTRACT

Customer satisfaction is one of the indicators that are widely used in measuring the quality of service a product good goods and services. Service quality can also affect customer loyalty directly and influence customer loyalty indirectly through satisfaction. Customer satisfaction is strongly influenced by the quality of the pharmacy service. Satisfied customers impact the customer's interest to return to the same pharmacy as well as a promotional tool and can have a very positive effect on the progress of the pharmacy. Customer satisfaction analysis The "X" pharmacy was conducted with a survey containing 25 statements containing five SERVQUAL dimensions assessed by Likert scale. Data from survey results, processed into a Cartesian Diagram divided into four quadrants of customer rating levels. Based on the survey conducted at "X" Pharmacy, which has the highest satisfaction level is Assurance, while the lowest is Reability, and two attributes included in the highest priority for improvement is “Employees provide drug choices to customers self-medication” and “Pharmacist provides a solution if there is a complaint on a given drug”.

Keywords: Customer Satisfaction, SERVQUAL, Likert Scale, Cartesian Diagram

Diserahkan: 30 Juli 2018, Diterima 7 Agustus 2018

PENDAHULUAN

Apotek adalah sarana dilakukan pelayanan jasa berupa praktek kefarmasian serta penyaluran perbekalan farmasi oleh

apoteker kepada masyarakat. Kotler (1997) mengemukakan karakteristik dalam penawaran jasa yang diberikan harus “a tangible good with accompanying service”,

yaitu setiap layanan praktek kefarmasian yang diberikan oleh apoteker harus baik guna menjamin mutu praktek kefarmasian. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 tahun 2016 pasal 5 ayat 1 dinyatakan bahwa untuk menjamin mutu pelayanan kefarmasian di apotek harus dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian (Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2016).

Berdasarkan data Rekapitulasi Apotek Indonesia dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, jumlah apotek yang tersedia pada tahun 2018 adalah sebanyak 24.874 unit, dimana daerah yang memiliki jumlah apotek terbanyak adalah Jawa Barat, yaitu 4.298 unit (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018). Jumlah apotek yang semakin banyak akan menimbulkan persaingan ketat baik dari aspek kualitas pelayanan maupun sarana dan fasilitas. Peningkatan persaingan antar apotek juga didasari oleh adanya perubahan gaya hidup, trend kesehatan, mudahnya mendapatkan informasi digital, meningkatnya kebutuhan obat, jenis penyakit yang semakin kompleks, dan banyaknya lulusan apoteker di Indonesia sehingga meningkatkan tuntutan masyarakat terhadap pelayanan kefarmasian di apotek yang tidak lagi hanya berorientasi pada obat tetapi lebih berorientasi kepada pasien.

Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan untuk menjaga konsistensi pelayanan kefarmasian yaitu dengan menjaga atribut-atribut dari tiap dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas bila kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan harapannya. Konsep pengukuran kepuasan pelanggan dapat dijadikan dalam lima dimensi "SERVQUAL" yaitu: *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Tangible* (bukti langsung), *Empathy* (empati), dan *Reliability* (kehandalan). Kualitas pelayanan yang baik mengindikasikan bahwa penyedia jasa mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten (Parasuraman, *et al*, 1994; Supranto, J., 2001).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan pelanggan sehingga terkhusus untuk atribut-atribut yang perlu mendapatkan perhatian lebih segera diperbaharui. Analisis kepuasan pelanggan dilakukan di Apotek "X" Bandung yang beroperasi selama 24 jam sehari dengan jumlah pelanggan yang banyak karena lokasi apotek bertempat di daerah padat penduduk dan sering dilalui oleh kendaraan.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian.

Penelitian dilaksanakan selama bulan Maret 2018 di Apotek "X", Bandung.

Metode. Rancangan penelitian menggunakan metode statistik deskriptis inferensial dengan pendekatan *single cross sectional study* yaitu dalam responden diberikan kuisisioner “Analisis Kepuasan Pelanggan” yang berisi 25 butir pernyataan yang merangkum dari lima dimensi kualitas pelayanan beserta skala persetujuan responden dalam nilai numerik atau skala *likert* dengan skala satu sampai dengan lima (Parasuraman, *et al*, 1994; Ary, *et al*, 2009; Simamora, B., 2005).

Penetapan Populasi dan Sampel. Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan yang datang ke Apotek “X” Bandung. Sampel atau responden dibagi menjadi kriteria inklusi dan kriteria eksklusi. Kriteria inklusinya adalah pelanggan berusia di atas 17 tahun, pelanggan yang berkunjung lebih dari satu kali ke Apotek “X” Bandung, dan pelanggan yang menebus resep di Apotek “X” Bandung. Kriteria eksklusinya adalah pelanggan yang berusia di bawah 17 tahun.

Analisis Data. Data hasil kuisisioner diinterpretasikan dalam suatu Diagram

Kartesian yang merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan membandingkan tingkat harapan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Diagram Kartesian dibagi terdalem empat kuadran, setiap kuadran menduduki tingkatan prioritas untuk diperbaharui, bila diurutkan dari tingkatan prioritas tertinggi untuk diperbaharui maka urutannya adalah kuadran I, kuadran III, kuadran IV, dan kuadran II (Caruana, A., 2002; Cronin Jr dan Taylor, S.A., 1994).

HASIL

Kuisisioner analisis kepuasan pelanggan apotek dibagi dalam dua isi, yaitu demografi pelanggan dan pernyataan atribut-atribut setiap dimensi. Atribut tersebut dirangkum dalam lima dimensi yaitu, *Responsiveness*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Reliability*. Tanggapan responden terhadap respon tersebut dikonversikan ke skala *likert*.

Tabel 1. Demografi Pelanggan

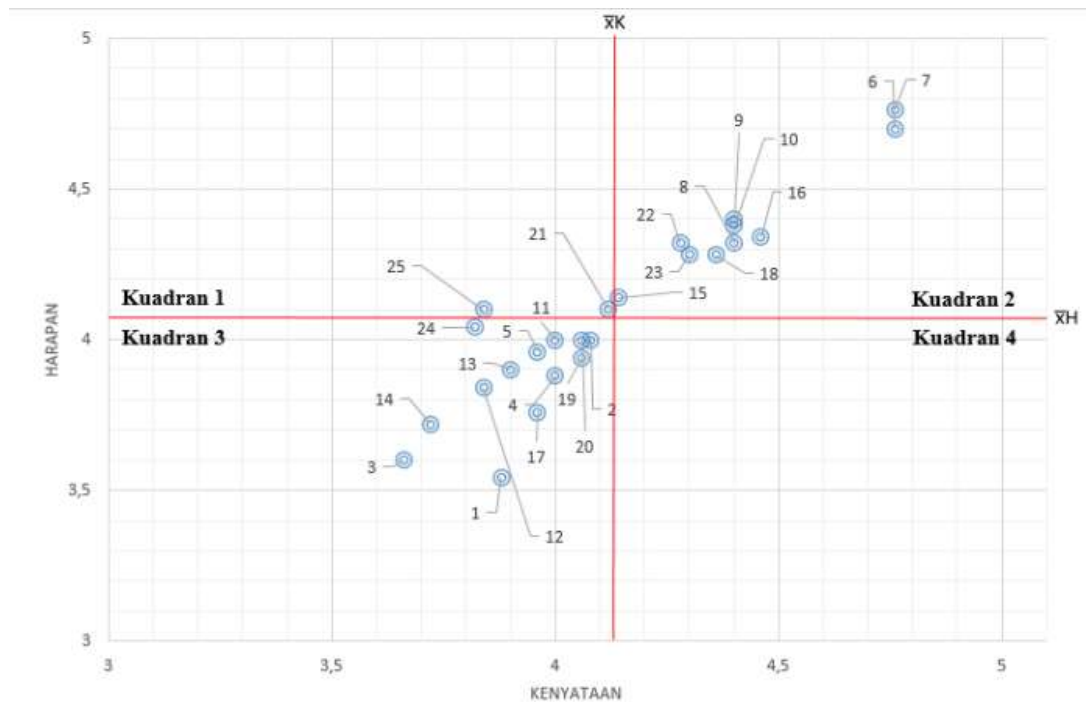
Demografi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	24	48%
Perempuan	26	52%
Usia		
< 17 tahun	0	0%
17 – 25 tahun	17	35%
26 – 35 tahun	8	16%
36 – 45 tahun	14	28%
46 – 55 tahun	7	14%
56 – 65 tahun	2	4%
> 65 tahun	2	4%
Tingkat Pendidikan Terakhir		
Tidak sekolah	0	0%
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	9	18%
Perguruan tinggi	41	82%
Pekerjaan		
Tidak bekerja	0	0%
Pelajar/Mahasiswa	6	12%
Ibu rumah tangga	1	2%
Wiraswasta	11	22%
Pegawai swasta	19	38%
PNS	13	26%
Penghasilan per Bulan		
< Rp 2.000.000	7	14%
Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	15	30%
> Rp 5.000.000	28	56%
Jarak Apotek dari Rumah		
< 1 km	2	4%
1 – 2 km	2	4%
2 – 5 km	14	28%
> 5 km	32	64%
Kendaraan Menuju Apotek “X”		
Mobil pribadi	31	62%
Sepeda motor pribadi	17	34%
Pejalan kaki/umum	2	4%
Alasan Memilih Apotek “X”		
Dekat dari rumah	19	38%
Pelayanan baik	14	28%
Obat lengkap	6	12%
Rekomendasi teman	7	14%
Obat tidak ada di apotek lain	4	8%
Ditunjuk instansi	0	0%

Tabel 2. Hasil kuisisioner kepuasan pelanggan

No.	Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kenyataan	Kuadran
<i>Responsiveness</i>				
1.	Karyawan memberikan <i>greeting</i> “Selamat datang di Apotek” saat pelanggan datang	3,54	3,88	III
2.	Karyawan cepat dalam melayani pelanggan	4,00	4,08	III
3.	Karyawan cepat menawarkan bantuan untuk membawakan barang belanjaan pelanggan	3,60	3,66	III
4.	Karyawan membantu mencari obat atau barang di swalayan	3,88	4,00	III
5.	Karyawan cepat mengarahkan pelanggan kepada produk yang diinginkan	3,96	3,96	III
Rata-rata		3,80	3,92	
<i>Assurance</i>				
6.	Obat yang dijual asli	4,70	4,76	II
7.	Obat yang diberikan tidak kadaluwarsa	4,76	4,76	II
8.	Harga yang diberikan tidak melebihi HET (Harga Eceran Tertinggi)	4,32	4,40	II
9.	Pelayanan informasi obat dilakukan oleh Apoteker	4,40	4,40	II
10.	Apoteker memastikan kembali informasi tentang obat telah dipahami oleh pelanggan	4,38	4,40	II
Rata-rata		4,51	4,54	
<i>Tangible</i>				
11.	Area parkir memadai	4,00	4,10	III
12.	Apotek memiliki penerangan yang cukup	3,84	3,92	III
13.	Tata letak barang/obat teratur	3,90	3,94	III
14.	Karyawan memakai pakaian seragam rapi	3,72	4,22	III

No.	Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kenyataan	Kuadran
15.	Ruang tunggu apotek bersih	4,14	4,08	II
	Rata-rata	3,92	4,05	
<i>Empathy</i>				
16.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	4,34	4,46	II
17.	Karyawan mengucapkan “Terima kasih, semoga sehat selalu” ketika pelanggan telah selesai mendapat pelayanan	3,76	3,96	III
18.	Karyawan tidak membedakan pelanggan dalam pelayanan	4,28	4,36	II
19.	Karyawan selalu menanyakan keluhan atau gejala yang diderita	3,94	4,06	III
20.	Karyawan dapat memberikan solusi jika obat tidak tersedia	4,00	4,06	III
	Rata-rata	4,06	4,18	
<i>Reability</i>				
21.	Karyawan memberikan pilihan obat pada pelanggan swamedikasi (pengobatan sendiri)	4,10	4,12	I
22.	Apoteker memberikan informasi obat dengan bahasa yang mudah dimengerti	4,32	4,29	II
23.	Apoteker menjawab seluruh pertanyaan pelanggan terkait obat yang diberikan	4,28	4,30	II
24.	Apoteker memberikan penjelasan pola hidup sehat untuk menunjang hasil pengobatan	4,04	3,82	III
25.	Apoteker memberikan solusi jika terjadi keluhan pada obat yang diberikan	4,10	3,84	I
	Rata-rata	4,17	4,07	
	Rata-rata Akhir	4,09	4,13	

Gambar 1. Diagram Kartesius untuk Seluruh Atribut



PEMBAHASAN

Karakteristik pelanggan yang menjadi responden dapat dilihat pada Tabel 1. Tabel 1 menunjukkan bahwa pelanggan yang berkunjung ke Apotek “X” sebagian besar berumur 17 – 25, tingkat pendidikan perguruan tinggi, pekerjaan pegawai swasta, dan penghasilan per bulan lebih dari Rp 5.000.000. Dari data tersebut, sebagian besar pelanggan Apotek “X” Bandung merupakan pelanggan kelas ekonomi menengah keatas.

Tabel 2 menunjukkan bahwa berdasarkan kuisisioner analisis kepuasan pelanggan yang berisikan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Responsiveness*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Reliability*. Dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi dan dapat dipertahankan kinerjanya adalah *Assurance*. Namun hal

ini berbeda dengan penelitian Yuyun Yuniar dan Hardianto, yang menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan tertinggi dipegang oleh dimensi *Empathy* (Yuyun Yuniar, Rini Sasanti., 2016; Harianto, *et al.*, 2005). Atribut yang memiliki tingkat kepuasan terendah atau berada di posisi kuadran I bila dilihat dari Gambar 1 dan perlu perhatian khusus adalah “Karyawan memberikan pilihan obat pada pelanggan swamedikasi (pengobatan sendiri)” dan “Apoteker memberikan solusi jika terjadi keluhan pada obat yang diberikan”. Kedua atribut tersebut berasal dari dimensi *Reability*.

Pada atribut yang menyatakan “Karyawan memberikan pilihan obat pada pelanggan swamedikasi (pengobatan sendiri)” pelanggan memberikan nilai yang kurang baik akibat pilihan yang diinginkan

oleh pelanggan ketika berobat secara swamedikasi ditolak. Produk-produk tolak tersebut merupakan efek dari pengadaan dan pengendalian yang kurang baik. Terlihat dari banyaknya daftar obat tolak yang ditulis dalam sebuah Daftar Barang Tolakan. Namun, karyawan Apotek "X" telah berusaha membantu dengan memberikan ekivalensi terapeutik dan tidak seluruh pelanggan menyetujui. Harapannya terhadap produk-produk tolakan tersebut segera diatasi dengan mengadakannya di pengadaan berikutnya atau menanyakan ketersediaan stok di apotek jejaring lainnya dan produk-produk dikendalikan dengan sebaik-baiknya yaitu dengan segera *entry* produk-produk yang baru saja diterima sehingga stok tidak *minus* palsu dan tekun mengisi Kartu Stok Harian serta merapihkan tempat penyimpanan barang-barang agar mempermudah pencarian dan pengisian stok di gondola depan apabila kosong.

Atribut berikutnya adalah "Apoteker memberikan solusi jika terjadi keluhan pada obat yang diberikan". Karyawan Apotek "X" telah memberikan solusi yang cukup baik terhadap masalah berikut namun beberapa pelanggan merasa kurang puas dengan jawaban yang diinginkan. Solusi yang ditawarkan seperti menanyakan apakah kondisi pelanggan memiliki kontraindikasi terhadap suatu obat, apabila ada, karyawan Apotek "X" akan memberikan alternatif lainnya yang

lebih aman untuk dikonsumsi pelanggan. Selain itu, karyawan Apotek "X" menginformasikan apabila tidak terjadi perubahan yang membaik dalam pengobatan dan keluhan tersebut semakin parah, segera mengunjungi dokter untuk konsultasi.

Atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi atau berada di kuadran II, antara lain adalah semua atribut di dimensi *Assurance*; "Ruang tunggu apotek bersih"; "Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan"; "Karyawan tidak membedakan pelanggan dalam pelayanan"; "Apoteker memberikan informasi obat dengan bahasa yang mudah dimengerti; dan "Apoteker menjawab seluruh pertanyaan pelanggan terkait obat yang diberikan". Dengan dimensi tingkat kepuasan tertinggi dipegang oleh *Assurance*. Dimensi *Assurance* berisikan hal-hal yang berhubungan aspek rasa percaya dan meyakinkan bahwa pelayanan harus menjaga mutu dan Apotek "X" Bandung dirasa paling baik oleh pelanggan dalam hal kepercayaan yang membuktikan bahwa pelanggan Apotek "X" Bandung selalu loyal. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Delladari Mayefis, dimensi yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah *Empathy*. Delladari Mayefis menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh informasi yang disampaikan oleh apoteker, bahasa yang

mudah dimengerti oleh pelanggan, serta keramahan dalam melayani pelanggan.

Atribut dimensi selain *Reliability* tidak ada yang menempati atribut di kuadran I. Atribut berikutnya yang memiliki prioritas rendah untuk diperbaiki adalah atribut-atribut yang menempati kuadran III, tetapi atribut tersebut juga harus tetap diperhatikan sebagai langkah antisipasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari lima dimensi kualitas layanan, *Assurance* (jaminan) menempati tingkat kepuasan tertinggi, sedangkan *Reability* (kehandalan) menempati tingkat kepuasan terendah yang dirasa oleh pelanggan. Atribut yang memiliki prioritas terbesar untuk diperbaiki berdasarkan hasil seluruh atribut dimensi adalah “Karyawan memberikan pilihan obat pada pelanggan swamedikasi (pengobatan sendiri)” dan “Apoteker memberikan solusi jika terjadi keluhan pada obat yang diberikan”. sehingga ke depannya Apotek “X” dapat meningkatkan pelayanan kefarmasian dengan lebih aktif dalam memberikan solusi terhadap kebutuhan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Dekan Fakultas Farmasi Universitas Padjadjaran dan Kepala Program Studi Profesi Apoteker Universitas Padjadjaran beserta staf dan

dosen pembimbing atas dukungan dan bimbingan terhadap penyelesaian dan publikasi artikel ini.

PUSTAKA

- Ary, D., Jacobs, L.C., Sorensen, C.K. 2009. *Introduction to Research in Education – Eighth Edition*. Wadsworth. Belmont.
- Caruana, A. 2002. Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*.
- Cronin Jr., J.J., dan Taylor, S.A., 1994. SERPERF Versus SERVQUAL : Reconciling Performance based and Perceptions-Minus-Expectation Measurement of Services Quality. *Journal of Marketing*: Vol. 58:125-131.
- Delladari Mayefis, Auzal Halim, Rida Rahim. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Obat Kepuasan Pasien Apotek X Kota Padang. *JURNAL ILMU KEFARMASIAN INDONESIA*. Vol.13, No. 2:201-204.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta.
- Hariato, Khasanah N, Supardi S. 2005. Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Resep Di Apotek Kopkar RSUD Budhi Asih Jakarta. *Majalah Ilmu Kefarmasian*. 2(1):12-21.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2018. Aplikasi Pemetaan Saran Kefarmasian. Available online at http://apif.binfar.depkes.go.id/index.php?req=view_services&p=pemetaanApotek [Verified 30 Juli 2018].
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management Analysis, Planning*,

- Implementation, and Control. International edition.* Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A.V., and Berry, L.L. 1994. Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality; Implications for Further Research. *Journal Marketing.* 58: 111-124.
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran.* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Supranto J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Yuyun Yuniar, Rini Sasanti Handayani. 2016. Kepuasan Pasien Peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek. *Jurnal Kefarmasian Indonesia.* Vol.6(1):39-48.