

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini, tingkat kesadaran masyarakat semakin tinggi bahwa dalam aset utama adalah kesehatan sehingga kebutuhan akan sarana kesehatan juga semakin meningkat (Musa *et.al.*, 2013). Hal ini menuntut penyedia jasa pelayanan kesehatan untuk memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang bersifat kuratif dan preventif sebagai upaya peningkatan kualitas hidup serta memberikan kepuasan bagi konsumen terhadap pelayanan kesehatan. Keberagaman dan kemudahan akses kesehatan menjadikan masyarakat dapat memilih fasilitas kesehatan yang dapat memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan berkualitas (Kemenkes RI, 2014). Salah satu sarana pelayanan kesehatan khususnya bidang kefarmasian adalah apotek, yang merupakan sarana pendistribusian obat secara langsung kepada pasien atau konsumen dan apotek adalah tempat pelayanan kefarmasian yang harus mampu melayani obat kepada masyarakat secara luas, merata dan terjamin kualitasnya. Pelayanan kefarmasian di apotek meliputi tersedianya produk yang bermutu dan di sertai dengan pemberian informasi yang memadai (Alfianasari, 2004).

Pelayanan kefarmasian semakin berkembang, tidak terbatas hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada pelanggan, tetapi perlu melakukan interaksi atau komunikasi dengan pelanggan, dengan melakukan interaksi atau komunikasi dengan pelanggan, dengan melaksanakan pelayanan secara

menyeluruh oleh tenaga farmasi. Sering sekali ditemukan keluhan pelanggan apotek mulai dari lambannya pelayanannya yang diterima pelanggan, kurangnya ketepatan dan keamanan dari obat yang diberikan kepada pelanggan, serta fasilitas apotek yang kurang memadai mulai dari kursi tunggu kurang banyak, kebersihan apotek, tempat parkir yang kurang menjamin kendaraan pelanggan (Irawan H, 2002).

Semakin banyaknya apotek, maka konsumen semakin menuntut pelayanan kefarmasian yang sebaik mungkin. Persaingan antar apotek yang semakin ketat membuat apotek berlomba-lomba bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Konsumen ingin mendapatkan pelayanan dari apotek yang memuaskan dan dapat dipercaya. Faktor kualitas pelayanan meliputi bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan kepastian (*assurance*) dan kepedulian terhadap konsumen (*emphaty*). Kualitas pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Semakin banyak produk dan jasa yang ditawarkan dengan baik, maka konsumen semakin tertarik dan merasa puas. Konsumen yang merasa puas cenderung menjadi konsumen setia (Cornelia E, & Veronica S, 2009).

Menurut Parasuraman *et.al* (1988) dalam buku Fandy Tjiptoo (2014) ada beberapa dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan yaitu meliputi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Bukti fisik (*tangible*) adalah dimensi yang berkenaan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi. Kehandalan (*reliability*) adalah kemampuan memberikan jasa yang

dijanjiikan secara akurat dan andal. Daya tanggap (*responsivness*) adalah kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Jaminan (*assurance*) adalah sikap santun, respek, dan keramahan para staf lini depan, sifat jujur dan dapat dipercaya serta bebas dari bahaya, resiko, atau keraguu-raguan. Empati (*empathy*) adalah memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan dan berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan pelanggan .

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kustiah R (2018) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan kefarmasian *tangible* dan *reliability* di Apotek Ari tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan dimensi kualitas pelayanan *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Sedangkan dimensi kualitas pelayanan kefarmasian *tangible*, *reliability*, dan *assurance* di Apotek Nayla Farma tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Persentase kepuasan pasien di Apotek Ari Farma yang dapat dijelaskan oleh faktor kualitas pelayanan kefarmasian *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebesar 49,2% dan selebihnya 50,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar faktor penelitian sedangkan persentase faktor kepuasan pasien di Apotek Nayla Farma yang dapat dijelaskan oleh faktor kualitas pelayanan kefarmasian *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebesar 40,0% dan selebihnya 60,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar faktor penelitian (Kustiah 2018).

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kesopan santunan, keramahan, ketepatan dan kecepatan tenaga kefarmasian dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Masyarakat memiliki penilaian yang berbeda dari setiap kinerja yang diberikan apotek. Apotek merupakan sarana pelayanan kesehatan masyarakat untuk mendapatkan obat yang mengutamakan pelayanan kefarmasian. (Lupiyoadi, 2001). Di Apotek A dan Apotek B belum pernah dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kefarmasian dengan menggunakan dimensi *tangible, reability, responsiveness, assurance dan emphaty* jumlah konsumen Apotek A dan Apotek B memenuhi untuk diteliti khususnya faktor pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan sejauh mana kepuasan akan berdampak pada loyalitas konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul Perbedaan Tingkat kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Antar Apotek A dan Apotek B dikota Surakarta Januari 2021.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Berapa persentase faktor kepuasan pasien di Apotek A dan Apotek B di Kota Surakarta Januari 2021 dapat dijelaskan oleh faktor – faktor kualitas pelayanan kefarmasian *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty*?
- b. Apakah dimensi kualitas pelayanan kefarmasian *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*, masing-masing berpengaruh

terhadap kepuasan pasien di Apotek A dan Apotek B di Kota Surakarta Januari 2021?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui persentase faktor kepuasan pasien di Apotek A dan Apotek B di Kota Surakarta Januari 2021 dapat dijelaskan oleh faktor – faktor kualitas pelayanan kefarmasian *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty?*
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan kefarmasian *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*, masing-masing berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Apotek A dan Apotek B di Kota Surakarta Januari 2021?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Bagi Apotek**

Dapat menjadikan masukan untuk apotek agar dapat meningkatkan pelayanan kefarmasian yang baik kepada pasien, sehingga mutu pelayanan tenaga kefarmasian dalam memberikan obat kepada pasien bisa menjadi lebih baik.

### **1.4.2. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Penelitian yang dilakukan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya untuk mengetahui perkembangan pelayanan kefarmasian ke pasien dari tenaga kefarmasian.

### **1.4.3. Bagi Peneliti**

Dapat menambah wawasan bagi peneliti tentang pelayanan kefarmasian terhadap pasien.