

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP PELAYANAN KEFARMASIAN DENGAN MODEL SERVQUAL DI APOTEK

Rahajeng Fauziah Sulistyaningrum¹, Elia Azani², Aria Sanjaya³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Ar-Rum

Email: eliaazani@ar-rum.ac.id

Abstrak

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang timbul karena adanya kesesuaian antara apa yang diharapkannya dengan apa yang diterimanya. Kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan jika jasa yang diberikan telah sesuai ataupun melampui apa yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian dengan Model servqual di Apotek Sinar Farma Salatiga. Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner yang telah di uji validasi kemudian diisi oleh pasien yang datang ke Apotek. Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan 5 dimensi yaitu reliability, assurance, tangibles, empathy dan responsiveness. Berdasarkan uji validitas pada seluruh pertanyaan pada kuesioner kepuasan pasien yang telah dibuat peneliti dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,207$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pada dimensi reliability 95%, assurance 94%, tangibles 94%, empathy 94%, responsiveness 96% dari hasil keseluruhan didapatkan rata-rata sebesar 95% menunjukkan nilai tersebut dalam kategori sangat puas, sedangkan nilai gap (kesenjangan) secara keseluruhan dengan rata-rata -0,26. Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian dengan model servqual di Apotek Sinar Farma Salatiga hasil nilai kepuasan pasien dalam kategori sangat puas.

Kata kunci: tingkat kepuasan, pelayanan kefarmasian, apotek

ANALYSIS OF PATIENT SATISFACTION LEVEL OF PHARMACEUTICAL SERVICES WITH SERVQUAL MODEL IN PHARMACY

Abstract

Consumer satisfaction is a feeling that arises because of the match between what he expects and what he receives. Service quality is good and gives satisfaction if the services provided are in accordance with or exceed the expectations of what is expected. The purpose of this study was to determine the level of patient satisfaction with pharmaceutical services using the servqual model at Sinar Farma Pharmacy Salatiga. Data were obtained by distributing questionnaires that had been validated and then filled out by patients who came to the pharmacy. Measuring customer satisfaction uses 5 dimensions, namely reliability, assurance, tangibles, empathy and responsiveness. Based on the validity test on all questions on the patient satisfaction questionnaire that the researcher had made, it was declared valid because $r \text{ count} > r \text{ table}$ (0.207). The results showed that the level of satisfaction on the dimensions of reliability 95%, assurance 94%, tangibles 94%, empathy 94%, responsiveness 96% of the overall results obtained an average of 95% indicating that the value is in the very satisfied category, while the gap value overall with an average of -0.26. Based on the research findings, it is known that patients of Apotek Sinar Farma are quite satisfied with the pharmaceutical services they receive. This shows that the pharmaceutical services of Sinar Farma Pharmacy still do not meet the standards set by its customers.

Keywords: satisfaction level, pharmaceutical services, pharmacy

Pendahuluan

Standar pelayanan kefarmasian adalah tolak ukur yang dipergunakan bagi tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian guna menghindari kemungkinan terjadinya kesalahan Ketika melayani pemberian obat. Kemudian, untuk menentukan bagaimana keberhasilan pelayanan kefarmasian di apotek adalah dengan melakukan penilaian kepuasan pelanggan, karena penilaian kepuasan pelanggan dianggap sebagai petunjuk utama dari mutu pelayanan farmasi yang menjadi tolak ukur untuk menentukan pelayanan sudah sesuai dengan standar harapan pelanggan atau sebaliknya.¹

Apotek adalah sarana atau tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh farmasis yang terdiri menyediakan, menyimpan, menyerahkan obat untuk konsumen dan memberi informasi mengenai penggunaan obat atau biasa disebut pemberian informasi obat.²

Pentingnya menilai kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian Apotek untuk mempelajari respon konsumen terhadap mutu pelayanan yang diminati konsumen, untuk bisa memenuhi apa yang dibutuhkan dan diharapkan mereka atas layanan yang diberikan, meningkatkan mutu

pelayanan, merangkai susunan kerja untuk menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa mendatang bagi pelayanan kefarmasian.³

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang timbul karena adanya kesesuaian antara apa yang diharapkannya dengan apa yang diterimanya. Mutu pelayanan dikatakan baik dan memuaskan apabila jasa yang diterima sudah sesuai atau melebihi harapan konsumen. Sebaliknya mutu pelayanan dikatakan buruk atau tidak memuaskan apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan.⁴

Penelitian terdahulu dilaksanakan Nikmatuzahroh tahun 2018, merasa puas dengan kualitas layanan pada Apotek di wilayah Yogyakarta memiliki hasil pelanggan puas pada kualitas layanan dalam dimensi Empati (98,87%), Jaminan (98,42%), Ketanggungan (98,35%), Bukti Fisik (96,89%), Kehandalan (98,30%). Pelanggan puas dengan kualitas pelayanan pada dimensi empati (0,01), sedangkan kurang memuaskan pada dimensi Assurance (-0,05), Responsiveness (-0,1), Tangible (-0,23) dan Reability (-0,13).⁵

Model kualitas layanan Servqual adalah kriteria evaluasi yang memperhitungkan bagaimana pelanggan memandang lima elemen kinerja layanan yang berbeda. Membuat penilaian menyeluruh terhadap

kepuasan pelanggan atas layanan di bidang barang atau jasa yang mengutamakan karakteristik layanan merupakan salah satu metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.⁶ Lima dimensi *Servqual* yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangible* (Berwujud)

Segala sesuatu yang terlihat dan terdengar termasuk dalam kategori ini. seperti fasilitas fisik yang dapat diakses pelanggan, desain interior, presentasi personil, dan lain-lain.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan suatu produk atau layanan ditentukan ditentukan oleh kapasitasnya untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Persepsi pelanggan tentang keinginan perusahaan untuk membantu mereka diukur dari seberapa responsif perusahaan terhadap kebutuhan mereka.

4. *Assurance* (Jaminan)

Kemampuan pemasok produk atau jasa untuk menanamkan kepercayaan pada barang atau jasanya di antara klien adalah komponen dari elemen jaminan.

5. *Empathy* (Empati)

Persepsi pelanggan terhadap kemudahan penggunaan, komunikasi, dan perhatian yang diberikan oleh penyedia produk dan jasa kepada kleptomania diukur dengan komponen perhatian.^{7,8}

Metode

Penelitian ini menggunakan metode survey yang bersifat deskriptif dengan rancangan *cross sectional* dan pengambilan data secara prospektif untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi konsumen dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang diberikan kepada konsumen di Apotek Sinar Farma. Penelitian ini menekankan pada kepuasan pasien di Apotek Sinar Farma.

Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan ini termasuk salah satu pendekatan pengambilan *non-random sampling*. Berdasarkan tujuan penelitian, penulis memilih fitur-fitur tertentu untuk digunakan dalam pengambilan sampel. Dengan demikian, hal ini diharapkan dapat mengatasi kesulitan penelitian.

1. Kriteria inklusi yang digunakan:

- a. Pasien yang berusia 17 – 65 tahun berjenis kelamin pria dan wanita
- b. Konsumen yang bisa melakukan komunikasi secara baik
- c. Siap dijadikan responden
- d. Konsumen yang mengerti baca tulis

2. Kriteria eksklusi yang digunakan:

- a. Pasien yang tidak mengisi kuesioner dengan lengkap
- b. Pasien dengan keadaan tunarungu
- c. Pasien yang tidak bisa membaca dan menulis

Variabel yang digunakan adalah variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat dalam kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*) keramahan (*emphaty*) dan berwujud (*tangible*) di Apotek Sinar Farma Salatiga.

1. **Analisis Gap *Servqual***

Nilai *Servqual* gap untuk setiap kualitas merepresentasikan perbedaan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Ini dapat digunakan untuk menentukan seberapa baik Apotek telah memenuhi harapan pelanggan dalam hal penyampaian layanan.

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor Kenyataan} - \text{Skor Harapan}$$

2. **Analisis Diagram Kartesius**

Analisis gap adalah analisis kesenjangan antara kenyataan yang didapatkan pasien dengan harapan yang di harapkan oleh pasien, kemudian data tersebut dianalisis menggunakan program spss untuk di analisis menggunakan diagram kartesius yang berguna untuk menentukan prioritas berdasarkan analisis dari 4 kuadran.

Hasil dan Pembahasan

Keadaan sosiodemografi dan karakteristik pasien pada penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan frekuensi kedatangan. Populasi pada penelitian ini sebanyak 800 pasien, sedangkan sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 88 pasien. Berdasarkan pada karakteristik usia 26-45 (47%), jenis kelamin perempuan (57%), Tingkat Pendidikan SMA (49%), dengan pekerjaan lain-lain (32%) dan frekuensi kedatangan sebanyak lebih dari 5 kali (47%).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Sosiodemografi dan karakteristik pasien	Jumlah	%
Umur (tahun)		
17-25	35	39%
26-45	42	47%
> 46	13	14%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	39	43%
Perempuan	51	57%
Tingkat Pendidikan		
Tidak Sekolah	3	3%
SD	12	13%
SMP	9	10%
SMA	44	49%
S1	17	19%
D3	3	3%
SMK	2	2%
Jenis Pekerjaan		
Pelajar	13	14%
Pegawai Swasta	19	21%
Wiraswasta	10	11%
Ibu Rumah Tangga	19	21%
Lain-lain	29	32%
Frekuensi Kedatangan		
Baru pertama kali	9	10%
Sudah 2-5 kali	39	43%
Lebih dari 5 kali	42	47%

Hasil analisis Gap (Kesenjangan)

Berdasarkan analisis gap antara harapan dan kenyataan pasien tentang standar pelayanan kefarmasian di Apotek Sinar Farma yang diteliti dengan menggunakan model *Servqual* dengan penilaian lima dimensi, didapati hasil antara lain:

a. Kehandalan (*Reliability*)

Kecepatan pelayanan obat dan harga obat Apotek Sinar Farma memiliki nilai gap dimensi *reliability* yang paling besar, yaitu sama-sama sebesar -0,3. Hal ini dikarenakan adanya persepsi pasien tertentu bahwa harga obat Apotek Sinar Farma lebih besar dan pelayanan obatnya lebih lama dibandingkan dengan apotek lain.

b. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Nilai *gap* dimensi *responsiveness* yang paling besar yaitu mengenai pemberian solusi apabila obat yang diminta pasien tidak tersedia di Sinar Farma sebesar -0,3 hal ini terjadi karena petugas apotek tidak menyarankan solusi seperti pengganti obat yang tidak tersedia dengan obat yang kandungan, dosis, indikasi, dan jumlah dengan obat yang dicari pasien. Nilai *gap* terkecil pada dimensi ini yaitu mengenai petugas apotek selalu murah senyum dan ramah kepada pasien yaitu sebesar -0,1.

c. Jaminan (Assurance)

Nilai *gap* terbesar yaitu mengenai keakuratan informasi tentang obat yang disampaikan oleh petugas hal ini terjadi karena saat pemberian informasi tentang obat petugas terlihat ragu-ragu saat menjelaskan informasi kepada pasien sehingga pasien mempertanyakan apakah informasi tersebut akurat atau tidak. Dari hasil kuesioner didapatkan *gap* sebesar -0,4. Nilai *gap* terkecil pada dimensi ini adalah tentang kualitas obat yang baik yaitu sebesar -0,2.

d. Empati (*Emphaty*)

Nilai dimensi ini *gap* terbesar yaitu mengenai kenyamanan pasien saat menunggu obat, hal ini terjadi karena petugas apotek yang berjaga hanya 1 orang setiap giliran baik pagi maupun siang sehingga pasien menunggu waktu yang agak lama dan kurang nyaman, dari pertanyaan ini didapatkan *gap* sebesar -0,4. Nilai *gap* terkecil dari dimensi sebesar -0,2 yaitu mengenai perhatian tulus kepada pasien dan tidak membeda-bedakan pasien berdasarkan status sosial.

e. Berwujud (Tangible)

Nilai *gap* terbesar pada dimensi ini mengenai tersedianya obat secara lengkap hal ini terjadi karena apotek tersebut kurang lengkap terkait obat yang harganya agak mahal karena di apotek tersebut hanya sedia sedikit, *gap* yang didapat yaitu sebesar -0,5. Nilai *gap* terkecil pada dimensi ini yaitu sebesar -0,1 yaitu mengenai apotek tersebut terlihat bersih dan rapi.

Tabel 2. Hasil Analisis gap

No	Dimensi Kualitas	Kepuasan Harapan	gap	%
1	<i>Tangible</i>	4.625	4.9	-0.275
2	<i>Reliability</i>	4.525	4.775	-0.225
3	<i>Responsiveness</i>	4.625	4.825	-0.2
4	<i>Assurance</i>	4.6	4.9	-0.3
5	<i>Emphaty</i>	4.625	4.9	-0.275
Rata-rata		4.6	4.86	-0.255
%				95%

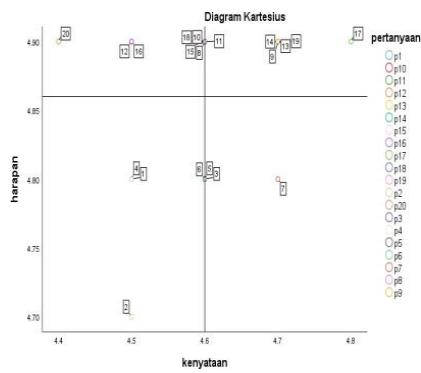
Analisis Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram Kartesius pada Gambar 1 terlihat bahwa terdapat tiga pertanyaan yaitu bernomor 12, 16, dan 20 pada kuadran I. Pertanyaan nomor 12 pada dimensi jaminan (*Assurance*), pertanyaan nomor 16 pada dimensi dimensi empati (*Empathy*), dan pertanyaan nomor 20 berada pada dimensi *tangible*.

Penempatan pertanyaan pada kuadran I ini menunjukkan bahwa responden sangat menghargai dimensi *tangible* sehingga menjadi prioritas utama yang perlu dibenahi pada kuadran ini. Sebagian besar pertanyaan dari lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terdapat pada kuadran II yang menunjukkan bahwa apotek telah memberikan pelayanan kefarmasian yang berkualitas. Akibatnya, komponen dimensi ini harus dipertahankan.

Dimensi dependability untuk aspek dimensi ini menunjukkan bahwa apotek telah memberikan pelayanan yang berkualitas rendah sehingga dimensi pelayanan menjadi prioritas yang rendah. Ada tiga aspek dalam kuadran III, terutama soal nomor 4, 1 dan 2. Kuadran IV meliputi soal 3,5,6, dan 7. Soal nomor 3 termasuk dalam kategori reliabilitas, sedangkan soal 5,6, dan 7 termasuk dalam kategori daya tanggap.

Meskipun termasuk kategori yang berlebihan, apoteker memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada klien yang berkunjung ke apotek. Berdasarkan gambar 1 sebagian besar Apotek Sinar Farma berada pada kuadran II.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Simpulan

Berdasarkan data di atas, pada dimensi kehandalan (*reliability*) 95%, ketanggapan (*responsiveness*) sebesar 96%, jaminan (*assurance*) sebesar 94%, empati (*emphaty*) 94%, berwujud (*tangible*) 94%. Nilai rata-rata tingkat kepuasan dari seluruh dimensi sebesar 95%, hasil nilai gap kepuasan pasien di Apotek Sinar Farma termasuk dalam kategori sangat puas dengan nilai kepuasan 81-100% diartikan bahwa tingkat kepuasan sangat puas. nilai *gap* yang didapatkan dari dimensi kehandalan (*reliability*) -0,25, ketanggapan (*responsiveness*) -0,2, jaminan (*assurance*) -0,3, empati (*emphaty*) -0,275. Pada dimensi berwujud (*tangible*) didapatkan nilai sebesar 0,275. Nilai rata-rata *gap* yang didapatkan adalah -0,26.

Saran

Saran untuk Apotek Sinar Farma Salatiga agar mempertahankan kualitas pelayanan yang dan meningkatkan terutama pada poin poin yang ada pada kuadran I sangat diperlukan perbaikan dan bagi peneliti selanjutnya penelitian dapat melakukan penelitian di beberapa Apotek.

Daftar Pustaka

1. Alrosyidi, A.F. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Sistem Pelayanan Farmasi Di Apotek Kimia Farma 274 Pamekasan. Jurnal Farmagazine 2020;VII(1):66-71.
2. Menteri Kesehatan RI. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Jakarta: Menteri Kesehatan RI.
3. Utami, S. A. Zakky, C. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kabupaten Rembang. Jurnal Farmasi Indonesia. 2017;14(2): 54-61.

4. Sutrisna, I.N. G. Tri, Putu, A.W.G.M.P., Kadek, D. P. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Resep di Apotek Kimia Farma 286 Padang Asri. *Jurnal Ilmiah Medicamento*. 2016;2(2):34-38.
5. Nikmatuzaroh, E. R. Evaluasi Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Wilayah Kota Yogyakarta Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta [Tesis]. 2018. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Bahem, Nureeyah. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nur Farma [Skripsi]. 2017. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
7. Narendra M.P, Skarayadi O, Duda M, Adirestuti P. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. *Kartika Jurnal Ilmu Farmasi*. 2017;5(1):31–7.
8. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. Servqual : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. 1988;(64):12-40.