

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Pelayanan Farmasi

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) No 58 tahun 2014 tentang standar pelayanan kefarmasian di rumah sakit, 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. Pelayanan kefarmasian merupakan suatu pelayanan langsung kepada pasien yang bertanggung jawab yang berkaitan dengan sediaan farmasi, untuk meningkatkan kualitas kesehatan pasien (Depkes, 2006).

Tujuan dari standar pelayanan kefarmasian di rumah sakit untuk meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian, serta melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka untuk keselamatan pasien (Permenkes, 2014). Tujuan pelayanan farmasi (Kemenkes RI Nomor 1197/MENKES/SK/X/2004) meliputi:

- a. Melaksanakan pelayanan farmasi yang optimal baik dalam keadaan biasa maupun dalam keadaan darurat, sesuai dengan keadaan pasien maupun fasilitas yang tersedia.
- b. Menyelenggarakan kegiatan pelayanan profesional berdasarkan prosedur kefarmasian dan etik profesi.

- c. Melaksanakan KIE (Komunikasi Informasi dan Edukasi) mengenai obat.
- d. Menjalankan pengawasan obat berdasarkan aturan-aturan yang berlaku.
- e. Melakukan dan memberi pelayanan bermutu melalui analisa, telaah dan evaluasi pelayanan.
- f. Mengawasi dan memberi pelayanan bermutu melalui analisa, telaah dan evaluasi pelayanan.
- g. Mengadakan penelitian dibidang farmasi dan peningkatan metode.

Sumber daya manusia merupakan hal yang perlu ditingkatkan mengingat perkembangan tenaga perencanaan yang masih terbatas, hal ini menggambarkan makin perlunya peningkatan kemampuan perencanaan pembangunan kesehatan baik ditingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Menurut Ingga (2011), suatu perusahaan atau rumah sakit sangat tergantung pada sumber daya manusia (SDM). Pengetahuan dan keahlian yang dimiliki petugas sangat penting bagi perusahaan atau rumah sakit untuk memenuhi harapan pelanggan (pasien) dalam strategi pelayanan yang diberikan.

Sumber daya manusia farmasi rumah sakit dapat mempengaruhi kualitas pelayanan farmasi di rumah sakit, berdasarkan penyelenggaraan pelayanan kefarmasian dilaksanakan oleh tenaga farmasi profesional yang berwenang berdasarkan Undang-undang

memenuhi syarat baik dari segi aspek hukum, strata pendidikan, kualitas maupun kuantitas dengan jaminan kepastian adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap keprofesionalan terus menerus dalam rangka menjaga mutu profesi dan kepuasan pelanggan (Kepmenkes RI Nomor 1197/Menkes/SK/X/2004).

2. Mutu Pelayanan Farmasi

Menurut KMK NO. 1197 tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit menyatakan bahwa mutu pelayanan farmasi rumah sakit adalah pelayanan farmasi yang menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan kepuasan pasien sesuai tingkat kepuasan rata-rata masyarakat, serta penyelenggaraannya sesuai dengan standar pelayanan profesi yang ditetapkan serta sesuai dengan kode etik profesi farmasi. Adapun pengendalian mutu adalah suatu mekanisme kegiatan pemantauan dan penilaian terhadap pelayanan yang diberikan, serta terencana dan sistematis, sehingga dapat diidentifikasi peluang untuk peningkatann mutu serta menyediakan mekanisme tindakan yang diambil sehingga terbentuk proses peningkatan mutu pelayanan farmasi yang berkesinambungan (Kepmenkes RI Nomor 1197/Menkes/SK/X/2004).

3. Kepuasan

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), kepuasan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen menggunakannya terpenuhi. Menurut Solomon (2011), kepuasan adalah suatu perasaan

keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (1994) harapan pelanggan dibentuk berdasarkan beberapa faktor antara lain pengalaman berbelanja sebelumnya, pendapat dari teman dan kerabat, dan informasi dan janji-janji yang diberikan perusahaan dan pesaingnya.

Beberapa penyebab yang dapat mempengaruhi harapan pelanggan yaitu:

- a. Pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan.
- b. Pelanggan keliru menafsirkan signal seperti harga.
- c. Kinerja karyawan perusahaan jasa yang buruk.
- d. Miskomunikasi rekomendasi mulut ke mulut
- e. Miskomunikasi penyediaan jasa oleh pesaing.

Dalam hal terjadinya ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan tindakan yang dapat dilakukan oleh pelanggan antara lain:

- a. Pelanggan tidak melakukan apa-apa, pelanggan tidak melakukan komplain terhadap perusahaan namun wujud dari ketidakpuasan pelanggan dapat berupa tidak menggunakan lagi jasa perusahaan dan beralih ke perusahaan yang lain.
- b. Pelanggan melakukan komplain, beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak (Nurlinda, 2013), yaitu:

1) Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.

Hal ini berkaitan dengan jasa yang dikonsumsi konsumen, harga maupun biaya dan waktu yang dibutuhkan para konsumen, jika biaya dan waktu yang dibutuhkan relatif tinggi, konsumen akan cenderung melakukan komplain.

2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan

Semakin pelanggan tidak puas dengan kinerja yang dilakukan karyawan, maka semakin besar pelanggan akan melakukan komplain.

3) Sikap pelanggan terhadap keluhan

Pelanggan akan menyampaikan keluhannya dan pelanggan akan yakin dari keluhan tersebut akan mendapatkan hal positif.

4) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

Faktor yang mencakup waktu yang dibutuhkan, gangguan aktifitas rutin yang dijalankan, dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain. Apabila tingkat kesulitannya besar maka pelanggan cenderung tidak akan melakukan komplain.

5) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Bila pelanggan merasa peluang berhasilnya kecil dalam melakukan komplain, maka pelanggan kemungkinan tidak akan melakukan komplainnya.

4. Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Philip Kotler (2000) metode pengukuran kepuasan pelanggan dapat dibagi menjadi 4 yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Suatu sistem dimana pelanggan dapat menuliskan keluhan dan saran mereka melalui selebaran kertas yang sudah disediakan oleh pihak perusahaan sehingga perusahaan dapat mengetahui hal apa saja yang perlu diperbaiki agar terciptanya pelayanan yang baik.

b. Survei kepuasan pelanggan

Survei kepuasan pelanggan dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada setiap pelanggannya. Survei yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dapat melalui penelitian.

Metode pengukuran survei kepuasan pelanggan menurut Kotler dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain :

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran ini dilakukan secara langsung melalui pertanyaan misalnya “seberapa puas saudara dengan pelayanan farmasi di rumah sakit”.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang ditanyakan kepada pasien menyangkut hal utama, seperti besarnya kinerja yang dirasakan oleh pasien, dan besarnya harapan pasien terhadap suatu pelayanan farmasi.

3) *Problem analysis*

Pasien diminta mengungkapkan dua hal pokok. Pertama masalah-masalah yang dihadapi yang berkaitan dengan pelayanan farmasi. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan dengan pelayanan farmasi.

4) *Importance performance analysis*

Responden atau pasien diminta untuk memberikan peringkat dari elemen berbagai pelayanan farmasi dan responden juga diminta untuk memberikan peringkat atas kinerja pelayanan farmasi dalam masing-masing elemen tersebut.

c. *Ghost Shopping*

Metode *ghost shopping* merupakan suatu metode yang memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan maupun pembeli potensial. Kemudian para *ghost shopper* menyampaikan kelemahan dan kelebihan produk serta *ghost shopper* juga dapat mengamati dan menilai perusahaan dalam melayani pelanggan dan mengatasi keluhan pelanggan.

d. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi kembali pelanggan yang sudah berhenti membeli produk atau yang sudah beralih keperusahaan yang lain. Hal ini untuk mengetahui penyebab terjadinya kenapa pelanggan bersikap demikian sehingga perusahaan mengetahui hal-hal yang dapat ditingkatkan dalam pelayanan agar pelanggan merasakan kepuasan dalam pelayanan.

5. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2002), kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu konsep yang abstrak, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, kinerja pelayanan dipengaruhi Lima dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman, Zeithmal, dan Bery ; 1991), yaitu:

a. Kehandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

b. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan pelanggan serta memberikan informasi kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa dengan cepat.

c. Jaminan (*Assurance*)

Karyawan harus membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan mampu memberikan rasa keamanan bagi para pelanggannya.

d. Empati (*Emphaty*)

Adanya kepedulian perusahaan dengan cara memberikan perhatian terhadap masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta perusahaan memiliki waktu yang nyaman.

e. Berwujud (*Tangibles*)

Tangibles untuk kepuasan pelanggan berupa daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan oleh perusahaan, serta penampilan penampilan karyawan.

6. Kuesioner *Servqual*

Wahyani (2010) mengatakan *servqual* adalah suatu metode untuk mengukur kualitas layanan, penilaian dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner. Menurut Kusumah dan Dedi (2011) kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Berdasarkan bentuk pertanyaan kuisisioner dibedakan menjadi (Nawawi, 2005):

a. Kuisisioner dengan pertanyaan bebas

Responden (pasien) dapat menjawab pertanyaan dengan bebas atau menurut pendapatnya sendiri. Kuisisioner ini disebut kuisisioner tidak terstruktur.

b. Kuisisioner dengan pertanyaan terkait

Responden (pasien) dapat memilih jawaban yang telah disediakan. Kuisisioner ini disebut juga dengan kuisisioner terstruktur. Adapun bentuk dari kuisisioner terstruktur adalah:

1) Kuisisioner pertanyaan tertutup

Dimana setiap pertanyaan disertai sejumlah pilihan jawaban. Responden hanya memilih jawaban yang paling sesuai.

2) Kuisisioner pertanyaan terbuka

Dimana tidak terdapat pilihan jawaban sehingga responden harus membuat jawaban sendiri

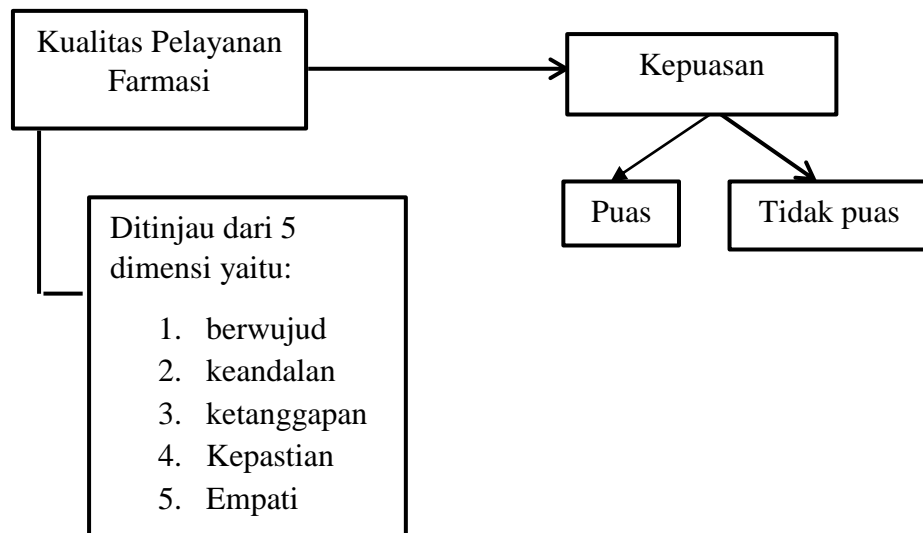
3) Kuisisioner pertanyaan kombinasi terbuka dan tertutup

Dimana kuesioner ini terdiri dari pertanyaan tertutup kemudian disusul dengan pertanyaan terbuka

4) Kuesioner pertanyaan semi terbuka

Kuesioner ini merupakan kuesioner pertanyaan yang jawabannya telah tersusun rapi, tetapi masih ada kemungkinan tambahan jawaban.

B. KERANGKA KONSEP



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

C. KETERANGAN EMPIRIS

Hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan farmasi rawat jalan di RSUD Singaparna Medika Citrautama Kabupaten Tasikmalaya yang diukur dari 5 dimensi yaitu berwujud (*tangibles*), empati (*empathy*), kehandalan (*reliability*), Kepastian (*Assurance*), dan daya tanggap (*respossiveness*) serta evaluasi prioritas dimensi yang perlu diperbaiki.