

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi yang ada untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia (Kotler, 2008).

Menurut Robins (1999-124), persepsi adalah suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka untuk memberikan makna terhadap lingkungannya.

Menurut Miftah Thoha (2003), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan :

a. Stimulus atau rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik berupa penginderaan dan syaraf seseorang yang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya.

Kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Nelson dan Quick (1997) menyatakan terdapat tiga faktor yang berpengaruh dalam pembentukan persepsi sosial. Faktor-faktor tersebut yaitu:

1. Karakteristik pembuat persepsi, karakter tersebut dibangun oleh:
 - a. Kefamiliaran pembuat persepsi dengan objek persepsi. Kefamiliaran dengan objek persepsi akan membuat pembuat persepsi lebih mudah untuk melakukan observasi atau penilaian. Meskipun pada saat observasi berlangsung pembuat persepsi harus mendapatkan data yang tepat sehingga bisa membuat penelitian yang akurat, sering kali akan dijumpai dimana pembuat persepsi akan membuang data yang tidak sesuai dengan gambarannya tentang objek persepsi ketika data dan gambaran karena kedekatan yang terjalin tidak sejalan.
 - b. Prinsip hidup pembuat persepsi. Sebagai contoh, di Nigeria belum pernah ada seorang pemimpin perempuan sejak merdeka, sehingga akan berkembang anggapan bahwa perempuan tidak akan pernah mampu memimpin Negara.

- c. Suasana hati pembuat persepsi. Saat suasana hati orang sedang buruk maka cenderung memandang segala sesuatu disekitarnya negative, begitu pula sebaliknya.
 - d. Konsep diri pembuat persepsi. Ketika seseorang memiliki konsep diri yang positif maka akan cenderung membentuk persepsi positif terhadap objek persepsi. Semakin mampu mengenali konsep diri, akan semakin mudah menilai dengan akurat.
 - e. Kerangka pemikiran pembuat persepsi. Sudut pandang atau pemikiran orang akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap sesuatu secara signifikan.
2. Karakter objek, dibangun oleh:
- a. Penampilan fisik objek. Salah satu karakter objek yang paling penting adalah penampilan fisik. Termasuk di dalamnya tinggi badan, berat badan, usia, ras, dan jenis kelamin. Sebagai tambahan, cara berpakaian juga menentukan objek diterima. Lebih penting lagi, pembuat persepsi akan lebih mudah menangkap penampilan yang baru atau asing bagi mereka.
 - b. Komunikasi verbal antara pembuat persepsi dan objek persepsi. Komunikasi verbal yang mempengaruhi persepsi seseorang, misalnya nada bicara dan aksesoris.
 - c. Komunikasi non-verbal antara pembuat persepsi dan objek. Komunikasi non-verbal lebih mempengaruhi persepsi tentang seseorang dari pada komunikasi verbal. Kontak mata, mimik wajah,

bahasa tubuh, dan postur badan merupakan hal-hal yang berpengaruh pada pembuat persepsi. Mimik wajah yang bersifat cenderung menyampaikan makna universal, sedangkan komunikasi non-verbal lainnya mempunyai peluang pemaknaan yang berbeda dengan perbedaan budaya.

- d. Tujuan interaksi objek dan pembuat persepsi. Dugaan pembuat persepsi terhadap tujuan interaksi dengan objek persepsi harus diakui berpengaruh terhadap proses terjadinya persepsi.
3. Situasi pembentukan persepsi, yang bergantung pada:
- a. Konteks interaksi saat pembuat persepsi dan objek berinteraksi. Kontek sosial pada saat terjadinya interaksi merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kesan individu. Misalnya orang-orang yang bertemu dengan direktur eksekutif sebuah bank dalam suasana kampanye politik akan memiliki kesan yang jauh berbeda dengan orang yang bertemu direktur eksekutif tersebut di kantornya.
 - b. Kekuatan situasi interaksi antara pembuat persepsi dan objek. Kekuatan situasi kondisional merupakan indikasi jelas perilaku dapat diterima. Akan ada beberapa situasi yang situasi tersebut mempengaruhi perilaku individu, namun tidak terlalu mempengaruhi pembawaan atau sikap individu tersebut terhadap objek. Hal tersebut disebut prinsip diskon dalam persepsi sosial. Sebuah ilustrasi akan prinsip diskon adalah situasi saat seorang petugas pemasaran bank yang ramah menyapa Anda untuk menanyakan hobi Anda dan

pengetahuan Anda terhadap industry perbankan. Apakah sikap ramah petugas akan menunjukkan kepribadiannya? Hal tersebut tidak akan dikategorikan sikap ramah sebagai kepribadiannya karena kondisi yang ada. Pada dasarnya, dalam konteks tersebut petugas pemasaran bank sedang mencari prospek untuk memperkenalkan pelayanan bank di tempat bekerja.

2. Apoteker Farmasi Komunitas

Sejak diterbitkannya Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1980. Apoteker dipercaya menjadi satu-satunya pemilik izin apotek sehingga bertanggung jawab penuh atas setiap aktivitas yang di selenggarakan apotek. Peran apoteker kini juga semakin berkembang dengan adanya kewajiban menjalankan apotek sesuai dengan standar pelayanan kefarmasian yang berorientasi pada peningkatan kualitas hidup pasien, sebagaimana yang telah ditegaskan dalam Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004 tentang pelayanan kefarmasian di apotek. Tanggung jawab apoteker akan pekerjaan kefarmasian sudah diatur dengan jelas pada bagian kesatu pasal 5 yaitu meliputi pengadaan, produksi, distribusi, dan pelayanan sediaan farmasi.

Wiedenmeyer dkk.,2006 menyebutkan tentang peran apoteker dalam pelayanan kesehatan dengan istilah 8 bintang (*Eight-Star Pharmacist*), yaitu:

- a. *Care giver*, artinya apoteker dapat memberi pelayanan kepada pasien, memberi informasi obat kepada masyarakat dan kepada tenaga kesehatan lainnya.
- b. *Decision maker*, artinya apoteker mampu mengambil keputusan, tidak hanya mampu mengambil keputusan dalam hal manajerial namun harus mampu mengambil keputusan terbaik terkait dengan pelayanan kepada pasien, sebagai contoh ketika pasien tidak mampu membeli obat yang ada dalam resep maka apoteker dapat berkonsultasi dengan dokter atau pasien untuk pemilihan obat dengan zat aktif yang sama namun harganya lebih terjangkau.
- c. *Communicator*, artinya apoteker mampu berkomunikasi dengan baik dengan pihak ekstern (pasien atau *customer*) dan pihak intern (tenaga profesional kesehatan lainnya).
- d. *Leader*, artinya apoteker mampu menjadi seorang pemimpin di apotek. Sebagai seorang pemimpin, apoteker merupakan orang yang terdepan di apotek, bertanggung jawab dalam pengelolaan apotek mulai dari manajemen pengadaan, administrasi, manajemen SDM serta bertanggung jawab penuh dalam kelangsungan hidup apotek.
- e. *Manager*, artinya apoteker mampu mengelola apotek dengan baik dalam hal pelayanan, pengelola manajemen apotek, pengelolaan tenaga kerja dan administrasi keuangan. Untuk itu apoteker harus mempunyai kemampuan manajerial yang baik, yaitu keahlian dalam menjalankan prinsip-prinsip ilmu manajemen.

- f. *Life long learner*, artinya apoteker harus terus-menerus menggali ilmu pengetahuan, senantiasa belajar, menambah pengetahuan dan keterampilannya serta mampu mengembangkan kualitas diri.
- g. *Teacher*, artinya apoteker harus mampu menjadi guru, pembimbing bagi stafnya, harus mau meningkatkan kompetensinya, harus mau menekuni profesinya, tidak hanya berperan sebagai orang yang tahu saja, namun harus dapat melaksanakan profesinya dengan baik.
- h. *Researcher*, berkaitan dengan peran sebagai *life long learner*, apoteker dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dengan melakukan penelitian baru yang bermanfaat bagi dunia kesehatan.

Berdasarkan KepMenKes RI No. 1027/MenKes/SK/IX/2004, apoteker adalah sarjana farmasi yang telah lulus pendidikan profesi yang telah mengucapkan sumpah berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku dan berhak melakukan pekerjaan kefarmasian. Apoteker farmasi komunitas adalah apoteker yang melakukan praktik pelayanan kefarmasian di komunitas. Tempat praktik apoteker farmasi komunitas adalah apotek. Tanggung jawab apoteker dalam pengelolaan suatu apotek meliputi:

- a. Pembuatan, pengolahan, peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran, dan penyerahan obat.
- b. Pengadaan, penyimpanan, penyaluran dan penyerahan perbekalan farmasi lainnya.

c. Pelayanan informasi mengenai perbekalan farmasi:

- 1) Pelayanan informasi tentang obat dan perbekalan farmasi diberikan baik kepada dokter dan tenaga kesehatan lainnya maupun kepada masyarakat.
- 2) Pengamatan dan pelaporan informasi mengenai khasiat, keamanan, bahaya dan atau suatu obat dan perbekalan farmasi lainnya.

(Depkes, 2004)

3. Konsumen

Pasal 1 ayat(2) tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dalam praktik kefarmasian, konsumen apotek atau pasien berhak mendapatkan:

- a. Informasi obat sekurang-kurangnya cara pemakaian obat, cara penyimpanan obat, jangka waktu pengobatan, aktivitas serta makanan dan minuman yang harus dihindari selama terapi.
- b. Konseling mengenai sediaan farmasi, pengobatan, dan perbekalan kesehatan lainnya sehingga dapat memperbaiki kualitas hidup pasien atau yang bersangkutan terhindar dari bahaya penyalahgunaan atau penggunaan obat yang salah.
- c. Monitoring penggunaan obat.
- d. Edukasi apabila pasien ingin melakukan swamedikasi.

- e. Pelayanan residensial (*home care*) khususnya pasien lansia atau penyakit kronis.

4. Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai (Moorman, 1993). Dalam pelayanan kesehatan, pasien akan membangun dan meningkatkan kepercayaan mereka dengan tenaga kesehatan berdasarkan pengalaman mereka mengenalnya. Ketika pasien tidak familier dengan tenaga kesehatan yang dimaksud, maka mereka menggunakan keyakinan. Keyakinan menimbulkan ekspektasi bahwa mereka tidak akan dikecewakan (Gidman, 2012).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.

5. Kepuasan Terhadap Karakter Apoteker

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan

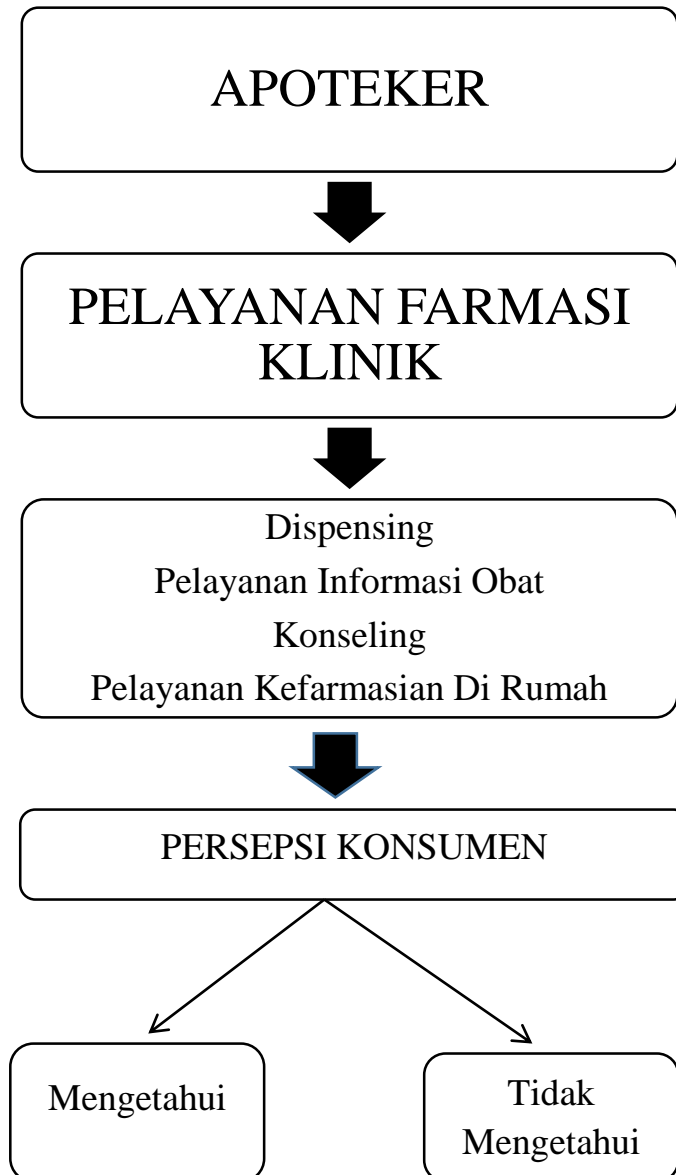
(Amir,2005). Penilaian terhadap kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan menanyakan seara langsung apakah konsumen puas atau tidak terhadap produk/jasa yang diperoleh (Rangkuti, 2000). Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut (Sumarwan, 2003). Bila kepuasan konsumen terhadap produk/jasa jauh dari apa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap produsen/penyedia jasa dalam hal tersebut adalah apoteker, demikian pula sebaliknya, jika barang/jasa yang mereka nikmati memenuhi/melebihi tingkat kepentingannya, maka konsumen akan cenderung memakai lagi barang/jasa tersebut (Kotler, 2008).

Penelitian Didik Setiawan dkk. (2009) yang dilakukan di wilayah kabupaten Tegal, menyatakan bahwa profil pelayanan kefarmasian di apotek kabupaten Tegal sudah cukup baik, ditunjukkan dengan kehadiran apoteker setiap hari di apotek serta peran aktif apoteker dalam pelayanan kefarmasian di apotek. Untuk penilaian kepuasan pasien, di peroleh hasil sangat puas pada dimensi *responsivines, reliability, dan empathy*. Sedangkan pada dimensi *assurance* dan *tangibes* masuk dalam kategori puas.

6. Harapan Terhadap Pengembangan Pelayanan Apoteker dan Apotek

Berdasarkan teori harapan, dapat dipahami bahwa harapan merupakan sesuatu yang dapat dibentuk dan dapat digunakan sebagai langkah untuk perubahan. Komponen harapan dari Synder (1994) terdiri dari 3 komponen, yaitu tujuan (*goals*), *willpower*, dan *waypower*. Tujuan (*goals*) dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang menjadi target atau titik akhir dari urutan aktivitas mental. *Willpower* mengarah pada motivasi yang diperlukan untuk memulai dan mempertahankan langkah menuju tujuan. Menurut Braithwaite (2004), *willpower* merupakan persepsi diri yang dapat digunakan sepanjang jalan untuk mencapai tujuan. Memiliki *willpower* bermanfaat untuk memulai sesuatu dan mempertahankan ketekunan dalam perjalanan mencapai tujuan. *Waypower* merupakan langkah atau jalan menuju tujuan yang diinginkan, diperlukan untuk mencapai tujuan dan mengarahkan individu jika menjumpai halangan.

Dalam PP No.51 tahun 2009 tentang pekerjaan kefarmasian yang dimaksud dengan 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 (Depkes, 2009).

B. Kerangka Konsep

Gambar 1. Kerangka Konsep

C. Keterangan Empirik

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang persepsi konsumen meliputi : kemampuan konsumen dalam mengenali apoteker, peran apoteker sebagai sumber informasi obat, tingkat kepercayaan konsumen kepada apoteker dibandingkan dengan tenaga kesehatan lain, kepuasan konsumen terhadap karakter apoteker, dan harapan konsumen akan pengembangan pelayanan apoteker serta apotek yang berada di wilayah kota Banjarnegara.