

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang banyak dipakai dalam mengukur kualitas layanan sebuah produk baik barang maupun jasa. Apotek adalah salah satu sarana kesehatan, yaitu tempat tertentu tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, dan perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat (Depkes, 1993; 2004). Produk dan pelayanan jasa yang ditawarkan apotek dapat berupa perbekalan farmasi maupun pelayanan jasa kefarmasian (*pharmaceutical care*).

Produk yang ditawarkan di sebuah apotek hampir serupa dengan yang ditawarkan oleh apotek lain, dengan demikian pelanggan dapat melakukan perbandingan atas produk dan pelayanan jasa apotek yang diterima dan memilih mana yang terbaik di antara mereka. Dengan demikian hanya apotek yang memiliki kualitas pelayanan terbaiklah yang akan dipilih oleh pelanggan.

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan, apotek harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggannya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke apotek yang sama. Hal ini akan merupakan promosi dari mulut ke mulut bagi calon pelanggan lainnya yang diharapkan sangat positif bagi usaha apotek. Pelanggan atau konsumen adalah pekerja yang nyata (*customer are the real employer*) yang dapat membantu kemajuan perusahaan (Harvard Business Review, May 2007). Sedangkan ketidakpuasan pelanggan merupakan sesuatu yang sangat mengkhawatirkan perusahaan karena kekecewaan pelanggan dapat dimanfaatkan oleh kompetitor dengan meningkatkan pelayanan secara transparan dan memberi alternatif yang bersahabat (*friendly alternative*) (Mc Govern G., Moon Y, 2007)

Kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan di apotek salah satunya dapat dilihat dari tanggapan pelanggan atas pelayanan apotek yang diperolehnya, yang dilihat dari tingkat kepentingan atau harapan (*expectation*) dan tingkat pelaksanaan atau kinerja apotek (*perception*). Di sisi lain apotek juga harus berupaya mendapatkan umpan balik atau tanggapan dari pelanggannya mengenai bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan agar dapat diketahui apakah selama ini apotek telah mampu memenuhi harapan pelanggan terhadap pelayanan yang telah dijanjikan atau tidak.

Sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan No.1027/ Kep/IX/2004 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek, salah satu indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di apotek adalah dengan mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Tingginya tingkat kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu strategi promosi apotek, dan atau dapat menjadi sebaliknya yaitu citra apotek menjadi tidak baik, apabila tingkat kepuasan pelanggan rendah.

Selain untuk promosi apotek, pengukuran kepuasan pelanggan bertujuan untuk mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan apotek pada pelanggannya (Leebov, 1994). Kepuasan pelanggan yang belum tercapai, seharusnya menjadi fokus penting bagi manajemen apotek untuk mengambil kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan di apotek (Krowinski, 1996).

Salah satu model yang banyak dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*). Model *SERVQUAL* dikembangkan oleh Parasuraman et.al., dengan cara membuat penilaian kepuasan pelanggan secara komprehensif bagi pelayanan dibidang barang dan jasa yang mengutamakan aspek pelayanan. Model ini merupakan model kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam melakukan riset kepuasan pelanggan. Penilaian kepuasan pelanggan dilakukan pada lima dimensi kualitas layanan, yakni 1) *tangibles*, 2) *reliability*, 3) *responsiveness*, 4) *assurance*, dan *emphaty* (Parasuraman, et al, 1990). Dengan memberikan tingkat pelayanan melebihi harapan pelanggan pada lima dimensi tersebut,

maka kepuasan pelanggan pasti tercipta, kepuasan pelanggan inilah yang akan mengantarkan pada loyalitas pelanggan (*loyalty*) dan pelanggan mau membayar lebih (*pay more*).

Banyak penelitian menggunakan dimensi kualitas pelayanan dengan model *SERVQUAL* untuk mengukur kepuasan pelanggan, misalnya dibidang jasa, seperti perbankan, asuransi, otomotif, perhotelan, perusahaan telekomunikasi, pelayanan kesehatan di rumah sakit, dan lain-lain. Meskipun demikian sampai saat ini masih belum banyak yang mengkonsentrasikan penelitian kepuasan pelanggan pada pelayanan jasa di apotek.

Beberapa penelitian dengan menggunakan model *SERVQUAL* antara lain dilakukan oleh ; Newman K., Cowling A. (1996) tentang *Service quality in retail banking: the experience of two British clearing banks.*, Camilleri D, O'Callaghan M. (1998) tentang *Comparing public and private hospital care service quality*, di daerah Malta., Sultan F, Simpson MC, Jr (2000) tentang *International service variants: airline passenger expectations and perceptions of service quality* terhadap penumpang warga Amerika dan Eropa., Curry A dan Sinclair A (2002) tentang *Assessing the quality of physiotherapy services di using Servqual* di daerah Dundee, Skotlandia., Pawitra TA dan Tan KC (2003) tentang *Tourist satisfaction in Singapore – a perspective from Indonesian tourists.*, Mostafa M. (2005) tentang *An empirical study of patients' expectations and satisfactions in Egyptian hospitals.*, dan Vinagre MH, Neves J. (2008) tentang *The influence of service quality and patients' emotions on satisfaction* pada enam pusat pelayanan kesehatan publik di Portugal.

Penelitian dalam negeri dengan model yang sama tentang kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, dibidang kesehatan antara lain oleh : Baequni (2002) tentang instrument kepuasan pasien di instalasi rehab medik (IRM) rumah sakit X, Harianto et.al. (2003) tentang kepuasan pasien terhadap pelayanan resep di Apotek Kopkar Rumah Sakit Budhi Asih Jakarta, Sirin (2004) tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kesehatan di RSUD Budhi Asih Jakarta Timur. Yuliana (2006), meneliti loyalitas pelanggan berdasarkan persepsi yepuasan yang dipengaruhi bauran

pemasaran di Executive Health Ceck Up Rumah Sakit Pondok Indah Jakarta. Sedangkan dibidang non kesehatan, antara lain ; Vitayala LE (2004) tentang mengukur kepuasan nasabah pada Bank BNI di Jakarta, Rosyidin A. (2006) tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan customer service PT. Excelcomindo Pratama, Tbk (XL), Karim A.I (2007) tentang analisis kepuasan pelanggan studi kasus PLN Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang Area Pelayanan Bulungan.

PT. Kimia Farma Apotek adalah anak perusahaan PT. Kimia Farma.Tbk. yang khusus menangani bisnis retail Apotek. PT. Kimia Farma Apotek merupakan yang terbesar di Indonesia dengan jumlah Apotek sekitar 340 buah di seluruh Indonesia dari Banda Aceh sampai dengan Papua. Saat ini PT. Kimia Farma Apotek sedang membenahi diri untuk menjadi lebih besar dan profesional dalam pelayanan. Secara fisik, pembenahan sudah dimulai dengan merenovasi bangunan - bangunan Apotek Kimia Farma sehingga lebih modern dan nyaman dengan satu ciri korporat yang sama. Visi PT. Kimia Farma Apotek menjadi perusahaan jaringan layanan Farmasi yang terkemuka di Indonesia. Dengan misi di antaranya memberikan jasa layanan prima atas ritel farmasi dan jasa terkait serta memberikan jasa layanan kefarmasian bagi pelanggan, dengan melakukan strategi *Cost Effectiveness dan Growth Profitability* (www.kimifarmaapotek.com, 2008).

Dengan latar belakang visi, misi, dan strategi yang dicanangkan PT. Kimia Farma Apotek dan kondisi persaingan apotek yang demikian ketat terutama di Jakarta, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Jakarta.

1.2. Perumusan Masalah.

Sejak dikeluarkannya kebijakan pemerintah tentang deregulasi bidang farmasi tahun 1993 termasuk dibidang perapotekan, pertumbuhan apotek di Indonesia khususnya di Jakarta terjadi demikian pesat sehingga persaingan bisnis antar apotek menjadi sangat ketat. Situasi tersebut menyebabkan Apotek Kimia Farma sebagai apotek jaringan terbesar dan tertua di Indonesia merasa perlu melakukan pembenahan disegala bidang dengan mencanangkan Visi, Misi, dan

Strategi bisnis agar tidak tertinggal dan kalah bersaing dengan apotek-apotek lain, dengan cara meningkatkan mutu layanan kepada pelanggan melalui strategi pelayanan prima dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Belum diketahuinya kondisi terakhir tingkat kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Jakarta sebagai salah satu wujud keberhasilan kualitas layanan kepada pelanggan dan untuk mengetahui seberapa jauh strategi Apotek Kimia Farma dalam meningkatkan mutu layanan kepada pelanggannya telah berjalan dengan baik dan efektif, maka perlu dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Jakarta.

1.3. Pertanyaan Penelitian.

1. Bagaimana hubungan antara lima dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dengan tingkat kepuasan pelanggan pada Apotek Kimia Farma yang diteliti.
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek Kimia Farma yang diteliti ?
3. Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan antar Apotek Kimia Farma yang diteliti ?

1.4. Tujuan Penelitian.

1.4.1. Tujuan Umum.

Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Apotek Kimia Farma Jakarta khususnya Apotek KF-1 Kemayoran, Apotek KF-48 Matraman, dan KF-147 Duren Sawit.

1.4.2. Tujuan Khusus.

1. Untuk mengetahui dimensi dan atribut kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) yang paling dominant terhadap pelayanan Apotek Kimia Farma yang diteliti.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta yang diteliti.

3. Untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek Kimia Farma yang diteliti.

1.5. Manfaat Penelitian.

1. Bagi manajemen Apotek Kimia Farma. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan yang sangat baik bagi manajemen Apotek Kimia Farma, khususnya manajemen Apotek Kimia Farma Jakarta dalam membuat kebijakan pengelolaan apotek untuk meningkatkan kualitas pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta.
2. Bagi pelanggan. Dengan perbaikan kualitas pelayanan apotek, maka diharapkan pelanggan akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Apotek Kimia Farma Jakarta.
3. Bagi apotek lain. Model ini dapat dipakai untuk mengevaluasi kualitas pelayanan apotek, khususnya kualitas pelayanan kefarmasian.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian.

Penelitian dilaksanakan pada tiga Apotek Kimia Farma Jakarta terpilih yang melayani masyarakat secara umum, yaitu Apotek Kimia Farma-1 Kemayoran, Jakarta Pusat, Apotek Kimia Farma-48 Matraman, dan Apotek Kimia Farma-147 Duren Sawit Jakarta Timur.