



**DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN KEFARMASIAN
DI APOTEK SUKOHARJO**

Yetty Christin Kusbandini¹, Susilowati²

¹Program Studi D3 Farmasi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional, Surakarta

²Program Studi S1 Farmasi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional, Surakarta

*susilowati@stikesnas.ac.id

ABSTRAK

Pentingnya kepuasan pasien bagi apotek dapat meningkatkan pelayanan kesehatan dalam mengutamakan kebutuhan dan kepuasan pasien yang menyebabkan apotek dapat bersaing dengan keberadaan apotek lainnya dan bertahan di lingkungan masyarakat. Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkannya. Unsur-unsur yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pasien adalah unsur berwujud, keandalan, daya tanggap, kepastian, dan empati. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat pelayanan kefarmasian di Apotek Mojolaban Sukoharjo. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan instrument berupa kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli obat dan alat Kesehatan ke apotek dengan sampel menggunakan metode purposive sampling yang memenuhi kriteria inklusi. Pengambilan data dilakukan selama 3 bulan dengan total jumlah sampel yang memenuhi kriteria inklusi sebesar 120 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi berwujud memperoleh persentase skor 81,88%, dimensi keandalan mendapatkan persentase skor 81,81%, dimensi daya tanggap memperoleh persentase sebanyak 85,21%, dimensi kepastian mendapatkan persentase skor 82,64%, dan dimensi empati memperoleh persentase skor 82,29%. Peneliti menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelayanan kefarmasian di Apotek Mojolaban Sukoharjo dalam kategori sangat puas dengan persentase rata - rata skor 82,15%.

Kata kunci: apotek; kepuasan pelanggan; pelayanan farmasi

***DETERMINANTS OF CUSTOMER SATISFACTION OF PHARMACY SERVICES
AT SUKOHARJO DRUGSTORE***

ABSTRACT

The essential customer satisfaction of pharmacy could expand service for need and satisfaction of customer and this causes pharmacy could compete with other pharmacies in order to survive in environment. Customer satisfaction is a level of customer feeling as arise as the effect of health service. The health service that has done have to prioritize with necessity and customer satisfaction. The elements used to measure the level of customer satisfaction are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research aims to discover the level of satisfaction of pharmaceutical services in Apotek Mojolaban (Mojolaban Pharmacy, Sukoharjo). The research design used was descriptive methode. The instrument of this research was questionnaire. The population of this research is the customers who get and purchase using purpose sampling methode that belong to inclusion criteria. Data were collected for 3 months with a total sample of 120 respondents who met the inclusion criteria. The result of this research shows that the tangible category of level customer satisfaction obtains 81, 88% score. The reliability category gets total score at 81,81%, the responsiveness category of level customer satisfaction obtains score at 85,21%, the assurance category of level patient satisfaction gets score at 82,64% then the emphaty category of customer satisfaction obtains score at 82,29%. The researcher summarizes that the customer satisfaction towards pharmaceutical in Apotek Mojolaban Sukoharjo shows very satisfied that get score about 82,15% (average score).

Keywords: customer service; pharmacy; pharmaceutical services

PENDAHULUAN

Apotek sebagai tempat terjadinya kegiatan kefarmasian yang ada di lingkungan sekitar memudahkan masyarakat untuk memenuhi pelayanan kesehatan dan sediaan farmasi. Pelayanan kefarmasian merupakan hal yang diutamakan konsumen dan pasien saat bertransaksi dan berinteraksi. Pelayanan kefarmasian dapat berpengaruh terhadap kepuasan pasien karena jika pasien merasa puas maka pasien pasti kembali dan membeli obat secara berkelanjutan (Kotler and Keller, 2007). Kualitas pelayanan di apotek terhadap konsumen perlu menjadi prioritas bagi pengelola perusahaan. Pengelola apotek dan farmasis perlu lebih mengoptimalkan kebutuhan dan pelayanan konsumen supaya konsumen merasa puas dan mendapatkan pelayanan yang terbaik serta tujuan perusahaan juga dapat tercapai (Bustami, 2007). Perhatian lebih yang diberikan kepada konsumen dan pasien merupakan hal yang pokok karena konsumen merupakan salah satu faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Tjiptono (2020) kualitas pelayanan terdiri dari lima kualitas jasa (5 variabel *Service Quality*) yaitu Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa yang cepat, Kepastian (*Assurance*) yaitu jaminan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan konsumen, Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk melakukan jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya, Perhatian individu (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian pribadi bagi konsumen, Berwujud (*Tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan personil dan media komunikasi.

Persaingan bisnis dalam bidang jasa pelayanan apotek semakin ketat, apalagi dibidang kesehatan. Mereka bersaing untuk menunjukkan keunggulannya dengan berbagai cara yang ditonjolkan seperti kebersihan, layanan 24 jam, layanan antar, harga yang murah dan masih banyak fasilitas lainnya yang ditawarkan agar dapat merebut pasar (Zahrotunnisa, et al. 2021). Terciptanya kepuasan konsumen dan harapan pasien yang terpenuhi dapat memberikan manfaat bagi perusahaan diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk rekomendasi dari pemasaran mulut ke mulut yang dapat memberikan efek positif bagi perusahaan.

Apotek Mojolaban yang beralamat di Jalan Mayor Achmadi No. 158, Mojolaban, Sukoharjo adalah apotek legendaris yang berdiri sejak 20 tahun yang lalu. Penampilannya yang sederhana tetapi cukup bersih dan rapi disertai pelayanan dari petugas kefarmasian yang ramah dengan menggunakan bahasa daerah yang halus dan selalu mengucapkan terima kasih kepada konsumen ternyata mampu membuat konsumen selalu kembali lagi ke apotek untuk mendapatkan pelayanan kefarmasian. Seiring berjalannya waktu mulailah bermunculan beberapa apotek baru di sekitar Apotek Mojolaban. Ada empat apotek baru di sebelah barat Apotek Mojolaban yang berjarak sekitar 300-750 meter. Ada pula dua apotek baru di timur Apotek Mojolaban dengan jarak 700-1.000 meter, dengan penampilan yang lebih menarik dan obat-obatan yang lebih lengkap dan sarana yang memadai membuat omset Apotek Mojolaban mengalami penurunan hingga sekitar 50%. Penurunan omset di Apotek Mojolaban disebabkan karena adanya pesaing yang bermunculan yang sebelumnya Apotek Mojolaban merupakan satu-satunya apotek di daerah Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.

Persaingan harga dan kelengkapan obat-obatan menjadi faktor utama pelanggan memilih membeli obat ke apotek (Atika, et al. 2019). Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka Apotek Mojolaban mencari strategi untuk menaikkan omset kembali dengan lebih memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan dengan keramahan dan kecekatan karyawannya dengan menawarkan obat terbaik kepada pelanggan. Selain itu juga mengontrol ketersediaan obat yang apabila stok sudah menipis segera menambah persediaannya supaya tidak mengalami kehabisan atau kosong barangnya sehingga pelanggan menjadi tertarik kembali ke apotek.

Apotek Mojolaban juga menyediakan harga obat yang terjangkau, walaupun hanya mendapatkan keuntungan kecil dari setiap penjualan obat tetapi bisa berjalan dan mendapatkan omset dengan lancar setiap bulannya. Menghadapi permasalahan persaingan yang terjadi, Apotek Mojolaban berusaha bertahan dengan konsumen yang masih tetap loyal, meski sudah banyak berkurang dan harus terus berusaha menjaring konsumen baru. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan guna mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap berbagai aspek pelayanan kefarmasian di Apotek Mojolaban [Reviewer1] Sukoharjo sebagai evaluasi bagi Apotek Mojolaban untuk meraih kembali kepercayaan konsumennya.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian non eksperimental dengan pendekatan penelitian deskriptif menggunakan metode survey dan observasi melalui penggunaan kuesioner terhadap konsumen yang terkuantifikasi. Sampel penelitian ini yaitu 120 konsumen yang berkunjung ke Apotek Mojolaban pada Maret-Mei 2022. Sumber dan Pengambilan Data data kuesioner bersumber dari pelanggan yang membeli kebutuhan farmasi di Apotek Mojolaban. Pengambilan data dilakukan selama tiga bulan dengan *purposive sampling* kepada konsumen yang memenuhi kriteria inklusi. Populasi penelitian mencakup semua konsumen yang berkunjung ke Apotek Mojolaban selama periode Maret-Mei 2022 merupakan populasi dalam penelitian ini, sementara sampel penelitian adalah konsumen yang mewakili seluruh konsumen yang berkunjung dan membeli obat atau persediaan farmasi lainnya di Apotek Mojolaban dan memenuhi kriteria inklusi. Adapun kriteria inklusi meliputi responden dengan rentang usia 17-60 tahun, sehat secara fisik dan mental, dan bersedia menjadi responden yang dibuktikan dengan pengisian surat pernyataan kesediaan responden. Kriteria eksklusi dalam penelitian ini yaitu responden yang tidak bisa membaca dan menulis serta pengisian kuesioner yang tidak lengkap.

Berdasarkan Rumus *Yount* berdasarkan jumlah populasi yang ada selama 3 bulan diperoleh jumlah sampel untuk pengambilan data sebesar 120 responden (Lemeshow, 1997). Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian waktu sampling. Tiap bulan dilakukan pengambilan sampel sebesar 60 responden yang terbagi dengan 15 responden tiap minggunya. Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan memberikan pertanyaan melalui kuesioner. Pembagian kuesioner dilakukan pagi, siang dan malam hari mulai hari Senin sampai dengan Sabtu. Alat ukur yang digunakan yaitu instrumen *Servqual* dalam bentuk kuesioner. Terdapat dua bagian kuesioner yang berisi karakteristik responden dan kuesioner berisikan daftar pernyataan yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan mencantumkan indikator dari masing-masing dimensi penilaian (*tangible, responsiveness, reliability, assurance, and empathy*). Kuesioner yang digunakan telah melalui uji validitas menggunakan SPSS statistics 28 dimana nilai r hitung $0,301-0,736 > r$ -tabel (0,361) yang berarti bahwa seluruh pertanyaan valid. Selain itu diperoleh nilai reliabilitas *Crombatch Alpha* sebesar $0,933 > 0,6$ yang menunjukkan kuesioner reliabel sebagai alat ukur Tingkat kepuasan.

Pengolahan data Analisa data pada penelitian ini meliputi scoring. Teknik *scoring* pada jawaban kuesioner menggunakan skala *Likert*. dengan tingkat penelitian yaitu sangat puas =4, puas =3, tidak puas =2, sangat tidak puas=1. Data *scoring* yang diperoleh selanjutnya disajikan dalam bentuk persentase. Pengukuran tingkat kepuasan dilakukan dengan cara menghitung presentase masing-masing indikator pertanyaan dan diklasifikasikan ke dalam aspek *tangibles, reliability, assurance, responsiveness, reliability, empathy*. Penyimpulan Tingkat kepuasan pelayanan kefarmasian dibagi kedalam 4 rentang nilai Tingkat kepuasan meliputi Sangat Puas (76 – 100%), Puas (51 -75%), Tidak puas (26-50%), Sangat tidak puas (0-25%) (Bustami, 2011).

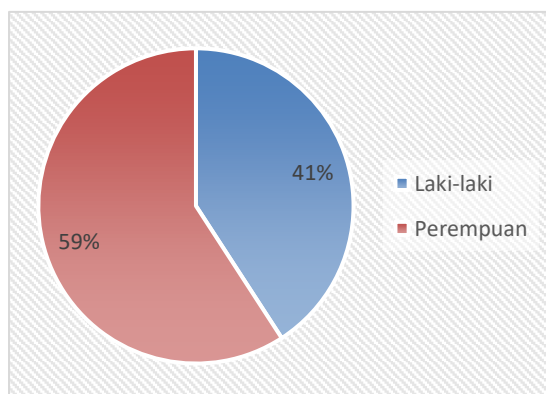
HASIL

Karakteristik Responden

Data karakteristik responden meliputi: jenis kelamin, golongan usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan.

Jenis Kelamin

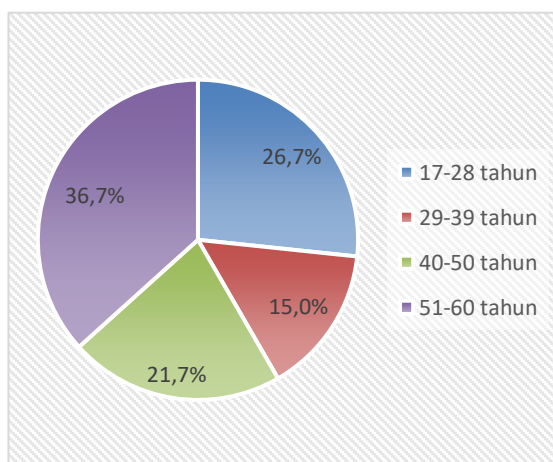
Pada gambar 1 menunjukkan 120 responden yang menjadi sampel responden Apotek Mojolaban memiliki jumlah pengunjung wanita yang lebih besar dibandingkan laki-laki. Adapun jumlah pengunjung Wanita sebanyak 71 responden (59%) sedangkan pengunjung pria sebanyak 49 orang (41%).



Gambar 1. Diagram Jenis Kelamin Responden

Golongan Usia

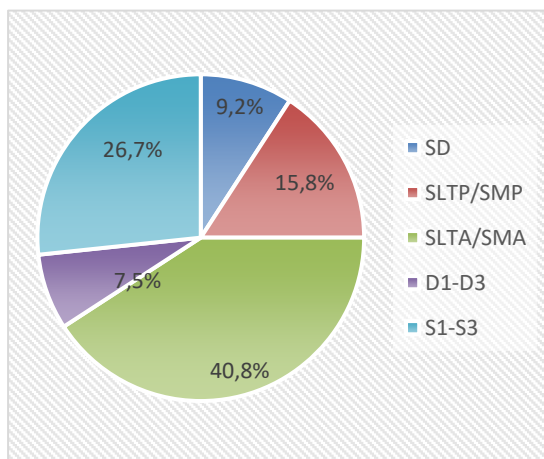
Pengambilan kuesioner dilakukan pada usia 17-60 agar respon dari konsumen lebih obyektif mengingat usia lebih dari 17 merupakan usia dewasa. Pada gambar 2 menunjukkan golongan usia terbanyak sebagai responden dan konsumen di Apotek Mojolaban yaitu golongan usia 51-60 tahun sejumlah 44 orang (36,7%).



Gambar 2. Diagram Golongan Usia Responden

Tingkat Pendidikan

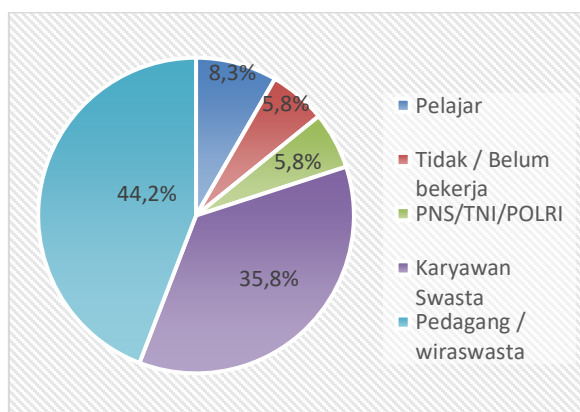
Tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi lima kelompok yaitu lulusan tingkat SD, SLTP/SMP, SLTA/SMA, D1-D3 dan S1-S3. Pada gambar 3 menunjukkan latar belakang responden Apotek Mojolaban terbanyak yaitu berpendidikan SLTA/SMA dengan persentase 40,8% sejumlah 49 orang, sedangkan latar pendidikan responden dengan persentase paling sedikit yaitu D1-D3 (7,5%) sejumlah 9 orang responden.



Gambar 3. Diagram Tingkat Pendidikan Responden

Pekerjaan

Penggolongan pekerjaan konsumen Apotek Mojolaban dibedakan menjadi beberapa jenis pekerjaan.



Gambar 4. Diagram Pekerjaan Responden

Pada gambar 4 menunjukkan bahwa dari seluruh responden diperoleh jenis pekerjaan sebagai; pelajar sejumlah 10 orang (8,3%), responden yang belum atau tidak bekerja sejumlah 7 orang (5,8%), PNS/TNI/POLRI sebanyak 7 orang (5,8%), karyawan swasta sejumlah 43 orang (35,8%), sedangkan pedagang/wiraswasta sebanyak 53 orang (44,2%). Pada diagram terlihat konsumen dengan latar belakang pekerjaan pedagang/wiraswasta lebih dominan dengan persentase 44,2% karena penduduk di Kecamatan Mojolaban sebagian besar mempunyai mata pencaharian sebagai petani, pedagang atau wiraswasta. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan wiraswasta mempunyai kemampuan finansial lebih tinggi dalam memanfaatkan pelayanan kefarmasian di Apotek Mojolaban. Berdasarkan analisis data karakteristik responden yang memenuhi kriteria inklusi penelitian menunjukkan didominasi oleh wanita (59%), rentang usia 51-60 tahun (36,7%), pendidikan terakhir SLTA/SMA (40,8%), dan pedagang/wiraswasta (44,2%).

Tingkat Kepuasan Pelayanan Kefarmasian

Pada Tabel 1 menunjukkan hasil analisis tingkat kepuasan pada berbagai aspek pelayanan kefarmasian di Apotek yang diklasifikasikan terhadap 5 dimensi meliputi dimensi berwujud,

(Tangible), kehandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), kepastian (Assurance) dan empati.

Tabel 1.
 Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Mojolaban terhadap Pelayanan Kefarmasian

Dimensi	No	Indikator	Skor Maksimum	Skor Perolehan	Persentase	Kategori Kepuasan
Berwujud (Tangible)	1	Farmasis berpenampilan rapi saat pemberian obat	480	389	81,04%	Sangat Puas
	2	Ruang tunggu pasien nyaman dan bersih	480	395	82,29%	Sangat Puas
	3	Lampu penerangan di Apotek cukup terang	480	395	82,29%	Sangat Puas
Kehandalan (Reliability)	1	Obat diterima pasien dalam keadaan baik dan benar	480	395	82,29%	Sangat Puas
	2	Farmasis menjelaskan cara pemakaian obat	480	389	81,04%	Sangat Puas
	3	Pelayanan obat yang diberikan oleh tenaga kesehatan sesuai dengan harapan saya	480	394	82,08%	Sangat Puas
Daya Tanggap (Responsiveness)	1	Farmasis sigap dan cepat dalam memberikan pelayanan	480	409	85,21%	Sangat Puas
	2	Farmasis bersikap ramah saat memberikan obat	480	409	85,21%	Sangat Puas
Kepastian (Assurance)	1	Farmasis memberikan keterangan tentang kegunaan obat yang diberikan	480	400	83,33%	Sangat Puas
	2	Etiket obat sulit dimengerti	480	400	83,33%	Sangat Puas
	3	Petugas tidak menjelaskan efek samping obat	480	400	83,33%	Sangat Puas
	4	Petugas dalam memberikan keterangan obat mudah untuk dipahami pasien	480	391	81,46%	Sangat Puas
	5	Pasien yakin menerima obat dengan benar	480	399	83,13%	Sangat Puas
	6	Pasien yakin obat yang diberikan dapat menyembuhkan penyakitnya	480	390	81,25%	Sangat Puas
Empati (Empathy)	1	Farmasis mengingatkan waktu meminum obat	480	396	82,50%	Sangat Puas
	2	Pasien tidak diberikan kesempatan memilih dan menentukan obat generik atau paten	480	394	82,08%	Sangat Puas

Tabel 2.
 Persentase rata-rata tingkat kepuasan konsumen Apotek Mojolaban

Dimensi Pelayanan	Persentase Kepuasan	Kategori Kepuasan
Berwujud	81,88%	Sangat Puas
Kehandalan	81,81%	Sangat Puas
Daya Tanggap	85,21%	Sangat Puas
Kepastian	82,64%	Sangat Puas
Empati	82,29%	Sangat Puas
Rata-rata	82,15%	Sangat Puas

Berdasarkan kelima dimensi yang menjadi referensi tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Mojolaban menghasilkan nilai rata-rata responden dengan klasifikasi sangat puas (82,15%) seperti yang disajikan pada tabel 2.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada aspek jenis kelamin yang disajikan pada gambar 1 menunjukkan jumlah wanita lebih banyak yang bersedia menjadi responden dibandingkan konsumen laki-laki. Hasil analisa ini sejalan dengan penelitian Khoirunisa and Adiningsih (2023) yang menunjukkan responden wanita lebih banyak dibandingkan laki-laki di Apotek wilayah Kartasura yang merupakan wilayah lain dari Kota Sukoharjo. Hal ini menunjukkan bahwa wanita cenderung berhati-hati dalam melakukan pengobatan dengan meluangkan waktu untuk berkonsultasi ke tenaga kesehatan (Okoroafo, et al 2010). Pada penelitian ini tidak dilakukan analisa pengaruh jenis kelamin terhadap kepuasan konsumen dikarenakan batasan penelitian yang tidak berfokus pada tingkat kepuasan berdasarkan jenis kelamin. Pada penelitian Hidayati, et al (2014) menunjukkan tidak adanya hubungan antara jenis kelamin dan kepuasan, sehingga antara pria dan wanita akan cenderung memberikan respon sama terhadap kepuasan pelayanan kefarmasian yang diberikan.

Responden dengan rentang umur 51-60 tahun lebih banyak dibandingkan rentang umur yang lain (gambar 2). Responden tersebut merupakan konsumen potensial dalam penjualan obat dan sediaan farmasi lainnya. Usia menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan pengobatan sendiri. Seseorang yang berusia cukup pada umumnya cenderung lebih rasional sehingga pengobatan yang dilakukan lebih mendekati aturan-aturan medis. Semakin cukup usia, tingkat kemampuan dan kematangan seseorang akan lebih baik dalam berpikir dan menerima informasi (Saputri, 2016). Selain usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan juga merupakan karakteristik responden yang perlu diketahui yang berpengaruh terhadap respon terhadap tingkat pelayanan kefarmasian yang diberikan. Tingkat pendidikan dan pekerjaan dapat berkaitan dengan status ekonomi, yang dapat mempengaruhi sikap pembelian obat seseorang dan respon terhadap pelayanan yang dirasakan.

Tingkat Kepuasan Pelayanan Kefarmasian

Tingkat kepuasan pelayanan pada dimensi berwujud (*Tangible*) menggambarkan pelayanan kefarmasian yang berkaitan dengan tampilan pelayanan mulai dari bukti fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi. Pada dimensi ini, indikator dalam kuesioner dengan persentase (82,29%) tertinggi ditunjukkan pada indikator yang berkaitan dengan sarana ruang tunggu pasien yang nyaman dan bersih dengan penerangan yang baik untuk apotek (Tabel 1). Hal ini didukung dengan adanya penjadwalan rutin terhadap pembersihan ruang tunggu oleh petugas. Selain itu ruang tunggu dilengkapi dengan poster-poster kesehatan yang menarik dan disediakan leaflet-leaflet Kesehatan sehingga pasien merasa nyaman dan tidak merasa bosan sampai mendapatkan giliran pelayanan. Selanjutnya perlu dilakukan evaluasi terhadap indikator penampilan petugas apotek, meskipun persentase mencapai 81,04% namun menunjukkan perolehan persentase terendah dari dimensi berwujud. Hal ini dikarenakan apotek belum memiliki seragam untuk farmasis yang bertugas sehingga dapat berpengaruh terhadap respon yang diberikan oleh responden.

Pada dimensi kehandalan (*Reliability*) menggambarkan kualitas pemberian informasi tentang obat dan alat kesehatan yang diberikan oleh petugas. Indikator yang menunjukkan persentase tertinggi (82,29%) terdapat pada keadaan obat yang diterima oleh pasien, diikuti dengan kesesuaian pelayanan dalam pemberian informasi obat dengan harapan pasien (82,08%) dan

persentase terendah (81,04%) pada informasi cara pemakaian obat (Tabel 1). Seluruh indikator dalam dimensi kehandalan menunjukkan responden merasa sangat puas terhadap kehandalan petugas. Komunikasi yang baik merupakan faktor penentu terhadap kualitas pelayanan yang akan berpengaruh terhadap kepercayaan dan keyakinan konsumen. Adanya pemberian informasi yang berkaitan dengan nama, kandungan, jumlah dan dosis obat penting untuk disampaikan karena kurangnya informasi dari apotek maupun fasilitas Kesehatan lain dapat mempengaruhi pengetahuan pasien yang berdampak terhadap ketidakpatuhan pasien dalam pengobatan (Tumiwa, et al. 2014). Petugas di Apotek Mojolaban Sukoharjo memberikan pelayanan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh apotek dan selalu menanyakan keluhan yang dirasakan oleh pasien secara detail sebelum merekomendasikan obat

Dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) menggambarkan penilaian pasien terhadap penanganan keluhan, kecepatan dan ketepatan yang dibutuhkan. Pada dimensi ini menunjukkan responden merasa sangat puas (85,21%) terhadap 2 indikator yang menggambarkan daya tanggap petugas meliputi kesiapan dalam pelayanan dan keramahan yang diberikan. Apotek Mojolaban menerapkan kesiagaan dan keramahan untuk seluruh petugas dengan adanya evaluasi tiap minggunya sehingga menjadi komitmen seluruh petugas untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dilakukan agar membentuk loyalitas pasien yang berkunjung ke apotek. Dimensi kepastian (*Assurance*) menggambarkan penilaian pasien terhadap implementasi pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan pelayanan sehingga mampu membentuk keyakinan dan kepercayaan pasien. Pada tabel 1 menunjukkan keseluruhan indikator pada dimensi kepastian termasuk dalam kategori pelayanan sangat puas. Indikator 1-3 yang berkaitan dengan informasi kegunaan obat, etiket dan efek samping obat menunjukkan persentase tertinggi (83,33%). Hasil ini didukung dengan adanya penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh pasien. Dimensi kepastian yang perlu mendapatkan perhatian dan perlu ditingkatkan yaitu keyakinan pasien terhadap kesembuhan dari penggunaan obat (81,25%). Pengetahuan dan kompetensi farmasis sangat penting dimiliki oleh petugas apotek agar mampu menjelaskan informasi obat dan alat Kesehatan dengan baik dan benar sehingga dapat menghindari terjadinya kesalahan dalam penggunaannya (Kurniawan, 2018). Selain itu, menurut Nisa, et al (2021) Pengetahuan dan keterampilan petugas dapat meningkatkan keyakinan akan keahlian dan profesionalisme tenaga farmasis, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap apotek.

Dimensi empati (*Emphaty*) merupakan hasil penilaian terhadap perhatian simpatik yang diberikan oleh petugas apotek kepada pasien. Pada tabel 1 menunjukkan seluruh indikator pada dimensi ini pada kategori sangat puas Dimana petugas selalu mengingatkan waktu minum obat dan memberikan rekomendasi untuk pemilihan obat generik dan paten yang disesuaikan dengan kebutuhan pasien. Dalam pelayanannya, Apoteker Penanggung Jawab Apotek selalu mengedukasi sleuruh petugas untuk memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan status sosial pasien. Menurut Saputri (2016) Interaksi langsung yang diberikan petugas dalam melayani pelanggan harus dilakukan dnegan tulus dan penuh kepedulian karena berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Keseluruhan dimensi pelayanan yang diberikan Apotek Mojolaban Sukoharjo menunjukkan pada kategori sangat puas dengan rata-rata persentase kepuasan sebesar 82,5% (tabel 2). Dimensi daya tanggap menunjukkan dimensi pelayanan dengan persentase kepuasan tertinggi (85,21%) sementara dimensi kehandalan memiliki persentase kepuasan terendah dibandingkan dengan dimensi pelayanan lainnya. Hal ini menunjukkan Apotek Mojolaban harus mempertahankan kesiagaan, keramahan dan kecepatan pelayanan. Hal ini selaras dengan penelitian Wahyuni and Sulistyowati (2015) yang menyatakan bahwa keramahan dan kesabaran petugas dalam menghadapi pasien memberikan

kontribusi bagi kepuasan pasien. Selain itu, apotek harus meningkatkan kehandalan petugas baik melalui keikutsertaan dalam seminar ilmiah maupun pelatihan tentang pelayanan kefarmasian. Selain itu, Apoteker Penanggung Jawab harus melakukan evaluasi secara berkala terhadap pengetahuan dan kemampuan pelayanan seluruh petugas apotek serta memberikan edukasi sebagai tindak lanjut untuk meningkatkan kualitas pelayanan kefarmasian apotek.

SIMPULAN

Tingkat kepuasan pelayanan kefarmasian di Apotek Mojolaban Sukoharjo dalam kategori sangat puas (82,5%) dengan persentase tertinggi pada dimensi Daya Tanggap/ Responsiveness (85,21%) dan persentase terendah pada dimensi kehandalan/ Reliability (81,81%).

DAFTAR PUSTAKA

- Atika D.A., Dirga, Sudewi, M.K., Nur, A., and Sukrasno. (2019). Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame. *Jurnal Farmasi Malahayati*. Vol 2 No 1
- Bustami, M. S. (2011). *Penjaminan Mutu Pelayanan Kesehatan & Akseptabilitasnya*. Jakarta: Erlangga
- Hidayati, A.N., Suryawati, C., and Sriaatmi, A. (2014). Analisis Hubungan Karakteristik Pasien dengan Kepuasan Pelayanan Rawat Jalan Semarang Eye Center (SEC) Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-journal)*, Vol 2, No 1.
- Khoirunisa, Safitri and Adiningsih, Retnowati. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Makmur Sehat Sukoharjo, *Indonesian Journal on Medicinal Science*, Vol 10, No. 2: 152-158
- Kotler, P., and Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid I Ed. 12*. Jakarta: PT. Indeks
- Mosadeghrad, A.M. 2013. *Healthcare Service Quality: Towards a Broad Definition*, *International Journal of Health Care Quality Assurance*
- Kurniawan, Kontrius Yan. (2018). *Tingkat Kepuasan Pasien dalam Pelayanan Kefarmasian di Apotek Wae Laku Ruteng Kabupaten Manggarai*. Karya Tulis Ilmiah. Politeknik Kesehatan Kemenkes Kupang
- Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nisa, Z., Sugihantoro, H., Syahrir, A., and Wijaya, D. (2021). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Ganesha Farma Kabupaten Lamongan. *Journal Islamic Pharmacy*. Vol 6
- Okoroafo, Sam C and Anthony, C. Koh. (2010). Gender Differences in Perceptions of the Marketing Stimuli of Family Owned Business (FOBs). *International Journal of Marketing Studies*, 2(1) : 3-12
- Saputri, T.I. (2016). *Hubungan Penampilan Perawat dengan Kepuasan Pasien di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2020). *Pelayanan Kefarmasian Jilid 2 Ed. 12*. Jakarta: PTGelora Aksara Pratama

- Tumiwa, Novita N.G., Paulina, V.Y. Yamlean, Citraningtyas, G., (2014). Pelayanan Informasi Obat terhadap Kepatuhan Minum Obat Pasien Geriatri di Instalasi Rawat Inap RSUP Prof. Dr. R.D Kandou Manado. *Pharmacon Jurnal Ilmiah Farmasi*. Vol.3 No. 3
- Wahyuni, H. C and Sulitiyowati, W. (2015). Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Kesehatan dengan Metode Servqual. *JEMIS*. Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Vol 3. No. 1:6
- Zahrotunnisa., Hajar Sugihantoro., Ach Syahrir., Dhani Wijaya. (2021). Tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Ganesha Farma Kabupaten Lamongan. Skripsi