

Analisis Pelayanan Kuaplitas Apotek Franchise Terhadap Kepuasan Pelanggan: *Studi Literature*

Budi Satrio Wibowo

Universitas Sangga Buana YPKP

Email: budisatriowibowo86@gmail.com

Dety Mulyanti

Universitas Sangga Buana YPKP

Email: dmdetym@gmail.com

Alamat: Jl. PHH Mustofa No.41 Bandung, Jawa Barat.

Korespondensi: budisatriowibowo86@gmail.com

Abstract: *The pharmacy is a pharmaceutical service facility where pharmacists practice pharmacy. In this case the pharmacist is responsible for creating good service quality according to consumer expectations and satisfaction with services. Customer satisfaction is the key to the success of a business. Satisfied customers will become loyal customers. They will tend to make repeat purchases and become product promoters, which in turn will increase the pharmacy's revenue. The purpose of writing this scientific article is to find out and review from a theoretical point of view various literature and how to analyze the quality of franchise pharmacy services on customer quality. The method used is a theoretical review by analyzing and comparing existing theories. The results of this theoretical review, namely the analysis of pharmacy quality on customer satisfaction is influenced by product quality, service quality, price, emotional factors and cost easiness. It was concluded that after being analyzed from various theories and literature, customer satisfaction is one indicator that is widely used in measuring the service quality of a product, both goods and services. Service quality can also affect customer loyalty directly and affect customer loyalty indirectly through satisfaction. Customer satisfaction is strongly influenced by the quality of pharmacy services. For pharmacies that provide pharmaceutical services, it is also necessary to improve service quality standards. One important aspect that needs to be considered to maintain the consistency of pharmaceutical services is to maintain the attributes of each dimension of service quality provided to customers. Customers will be satisfied if their needs are met according to their expectations. In addition, it is also necessary to evaluate each service activity.*

Keywords: *Analysis, Pharmacy Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak: Apotek merupakan suatu sarana pelayanan kefarmasian tempat praktek farmasi apoteker. Dalam hal ini apoteker tanggung jawab untuk menciptakan kualitas pelayanan bagus sesuai harapan konsumen serta kepuasan terhadap layanan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses sebuah usaha. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk, yang pada akhirnya akan

Received Maret 12, 2023; Revised April 25, 2023; Mei 03, 2023

* Budi Satrio Wibowo, budisatriowibowo86@gmail.com

meningkatkan pendapatan apotek. Tujuan dari penulisan artikel ilmiah ini yaitu untuk mengetahui dan meninjau kembali dari segi teoritis dari berbagai literature dan bagaimana analisis pelayanan kualitas apotek franchise terhadap kualitas pelanggan. Metode yang digunakan adalah tinjauan teoritis dengan menganalisis dan membandingkan teori yang telah ada. Hasil dari tinjauan teoritis ini yaitu analisis dalam kualitas apotek pada kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional dan kemudahan biaya. Disimpulkan bahwa setelah dianalisis dari berbagai teori maupun literatur kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang banyak dipakai dalam mengukur kualitas layanan sebuah produk baik barang maupun jasa. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan apotek. Bagi apotek yang menyediakan jasa pelayanan farmasi perlu juga meningkatkan standar kualitas pelayanan. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan untuk menjaga konsistensi pelayanan kefarmasian yaitu dengan menjaga atribut-atribut dari tiap dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas bila kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan harapannya. Selain itu juga perlu dilakukannya evaluasi pada setiap kegiatan pelayanan.

Kata Kunci: Analisis, Kualitas Apotek, Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Apotek merupakan suatu sarana pelayanan kefarmasian tempat praktek farmasi apoteker. Dalam hal ini apoteker tanggung jawab untuk menciptakan kualitas pelayanan bagus sesuai harapan konsumen (Dewi et al., 2014). Dengan semakin majunya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang kedokteran, maka positioning pelayanan medis juga mengalami perubahan, dari yang semula pengelolaan obat sebagai pelayanan menjadi pasien secara menyeluruh (Pharmaceutical Care). Hal ini juga disebabkan oleh kebutuhan pasien dan ketakwaan masyarakat yang semakin meningkat dalam kualitas pelayanan yang membutuhkan paradigma pelayanan bergeser dari paradigma berorientasi obat yang semula menjadi paradigma baru yang berorientasi pada pasien (Tita, 2020).

Kepemilikan apotek juga berbagai macam. Ada yang milik pribadi ataupun kerjasama seperti halnya franchise. Apotek waralaba atau franchising yaitu persetujuan suatu perusahaan atau distributor tunggal dari suatu produk yang mempunyai merek dagang untuk memberikan hak eksklusif kepada perusahaan, distributor independen dengan imbalan pembayaran royalti dengan prosedur operasi standar. Hal tersebut sama dalam pemberian pelayanan farmasi baik apotek mandiri maupun franchise (Arifah, 2015).

Pelayan kefarmasian meliputi; 1) pelayanan resep, 2) Etiket, 3) Kemasan obat yang

diberikan, 4) Penyerahan obat, 5) Informasi obat, 6) Koneling, 7) Monitoring penggunaan obat (Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004). Untuk menjalin mutu pelayanan kefarmasian kepada masyarakat, suatu standar pelayanan kefarmasian di apotek yang bertujuan sebagai pedoman praktik apoteker dalam menjalankan profesi, untuk melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional dan untuk melindungi profesi dalam menjalankan praktik kefarmasian. Apoteker harus memberikan konseling mengenai sediaan farmasi. Bisnis apotek adalah bisnis pelayanan, yang mana aturan harus dipatuhi. Meskipun cara pengelolaan manajemennya berbeda, tetapi kaidah pelayanan tidak boleh ditinggalkan, dengan kata lain seseorang tidak boleh mengelola apotek hanya sekedar berdagang obat yang mana hanya mengejar omset yang ujung-ujungnya bisa merugikan masyarakat. Dalam kualitas pelayanan apotek hasil tujuannya adalah untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menjadi salah satu indikator yang paling penting terkait pembelian dan loyalitas pelanggan. Dan, dapat membantu memprediksi pertumbuhan bisnis dan pendapatan (Diza, 2016). Kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses sebuah bisnis. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan apotek (Cahyani, 2016). Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan *review* terkait bagaimana analisis pelayanan kualitas apotek franchise terhadap kualitas pelanggan.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitas Pelayanan Apotek

Kualitas pelayanan ialah salah satu strategi yang mampu menarik konsumen, apotek yang tidak mampu mengembangkan pelayanan dan tidak mampu memberikan pelayanan baik untuk konsumennya maka lambat laun akan di tinggalkan oleh konsumennya, dan konsumen akan direbut oleh apotek lain yang lebih mampu memberikan pelayanan yang bagus kepada pelanggan karena pelanggan cenderung mencari pelayanan yang berkualitas. Biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan lebih penting daripada memikat pelanggan (Tjiptono, 2017).

Kualitas pelayanan apotek merupakan suatu kerja/pelayanan dapat disajikan menurut tingkat

dimensinya, seperti keandalan (*realibility*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan percaya dan akurat, daya tangkap (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan jasa dengan cepat terhadap konsumen, jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, empati (*empathy*) yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi konsumen, berwujud (*tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan dan personil (Kotler, 2017).

2. Kepuasan Pelangga

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Karena semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpotensi berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (Loyalitas). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan hingga saat ini telah menjadi bagian integral dalam visi, misi, tujuan, *positioning statement*, dan berbagai hal lainnya dalam sebuah perusahaan yang dibahas secara lengkap pada buku Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi (Lovelock, 2011).

METODE PENELITIAN

Artikel ilmiah ini merupakan jenis artikel ilmiah deskriptif dan meninjau dari beberapa *literature* dan kajian teoritis. Data-data tersebut kemudian di olah dan dianalisis dengan membandingkan teori yang telah ada sebelumnya. Data yang telah diperoleh kemudian di analisis serta di sajikan dalam bentuk narasi dengan bentuk diagram ataupun skema yang isinya membahas tentang hasil penelitian yang di analisis dari beberapa *literature* tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan penulis pada *literature* dalam analisis pelayanan kualitas apotek franchise terhadap kualitas pelanggan dari perspektif *total quality management* (TQM) adalah suatu pendekatan atau usaha dalam menjalankan bisnis yang mencoba memaksimalkan daya saing perusahaan melalui perbaikan terus menerus dari produk, jasa, sumber

daya manusia, proses dan lingkungannya. Sehingga TQM dapat menjadi sebuah strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas apotek. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

1. Kualitas Produk

Kualitas sebuah produk adalah hal yang sangat memengaruhi tingkat kepuasan dari pelanggan yang membelinya. Setiap pelanggan pasti mengharapkan produk yang mereka beli memiliki kualitas tinggi. Produk dengan kualitas tinggi dapat memberikan nilai yang tinggi pada pengukuran kepuasan. Jika sebuah produk memiliki kualitas yang bagus, produk tersebut dapat menutup besarnya harga yang harus dikeluarkan sehingga menumbuhkan kepuasan karena nilainya sepadan. Hal ini yang menjadi alasan kuat mengapa kualitas produk sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

Tingkat kepuasan pelanggan ternyata juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebuah bisnis. Sebuah produk biasanya selalu memiliki pesaing dibidangnya, namun seorang pelanggan akan mudah berpaling pada produk yang memiliki layanan yang lebih bagus. Jadi, untuk mengambil hati pelanggan, cobalah berikan pelayanan yang lebih baik dari pelayanan produk lain yang sejenis. Jika pelayanan dari penjual baik, pelanggan akan puas dan memberikan kesan yang bagus untuk bisnis.

3. Harga Produk

Harga produk ternyata juga termasuk faktor yang memengaruhi penilaian kepuasan. Jika suatu barang memiliki harga yang tinggi tapi tidak memiliki kualitas yang bagus, pelanggan akan lebih mudah kecewa. Sesuaikan nilai sebuah barang dengan kualitas yang dimilikinya. Lakukan sebuah penelitian tentang harga dari pesaing, hitunglah semua ongkos produksi, dan tentukan harga barang dengan estimasi keuntungan yang wajar.

4. Kemudahan dalam Mendapatkan Barang

Untuk mendapatkan suatu produk terkadang pembeli harus mengantri panjang. Selain itu, ada juga produk yang harus didapatkan dengan cara rumit. Cara mendapatkan produk inilah yang berpengaruh terhadap rasa puas pelanggan. Semakin mudah produk didapatkan, semakin banyak juga penilaiannya, dan tentunya nilai kepuasan pelanggan akan semakin mudah didapat. Kepuasan

pelanggan terhadap suatu produk sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis. Selain bisa membuat pelanggan loyal, kepuasan pelanggan juga bisa menjadi salah satu sarana promosi gratis yang bisa didapatkan dari pelanggan yang loyal.

Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Irawan (2006) faktor-faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Faktor-Faktor Yang Pendorong Kepuasan Pelanggan

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitve, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *serverqual*.
4. *Emotional factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi

strategis pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka Tjiptono (2017) menerangkan strategi kualitas

1. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat pelayanan sebagai berikut: waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu sistem yang reponsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.
3. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami perspsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
4. Implementasi adalah strategi atau atribut penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level perusahaan.

Jika sebagai pelaku bisnis yang menjual produk maupun jasa, usahakan 4 faktor yang mendukung tingkat kepuasan di atas benar-benar telah terpenuhi. Untuk mendukung kepuasan pelanggan, harus membutuhkan riset pasar tentang kebutuhan konsumen. Pastikan memiliki anggaran dan pengelolaan keuangan yang cukup baik, sehingga Anda bisa mengatur pendanaan untuk riset tersebut.

KESIMPULAN

Disimpulkan bahwa setelah dianalisis dari berbagai teori maupun *literature* kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang banyak dipakai dalam mengukur kualitas layanan sebuah produk baik barang maupun jasa. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan apotek.

SARAN

Bagi apotek yang menyediakan jasa pelayanan farmasi perlu juga meningkatkan standar kualitas pelayanan. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan untuk menjaga konsistensi pelayanan kefarmasian yaitu dengan menjaga atribut-atribut dari tiap dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas bila kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan harapannya. Selain itu juga perlu dilakukannya evaluasi pada setiap kegiatan pelayanan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan studi *literature* ini, penulis mendapatkan bimbingan serta masukan dalam penyempurnaan artikel ini. Sehingga penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada yang terhormat Ibu Dr. Hj. Dety Mulyanti, S.Pd.,M.Pd yang selalu memberikan memotivasi yang besar kepada penulis hingga dengan menerbitkan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Arifah, L. S. (2015). Analisis Kualitas Informasi Obat untuk Pasien Di Apotek Kota Surakarta. *Surakarta: Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Cahyani, Sitohang. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Dewi, N., Dewantara, I., & Setyawan, E. I. (2014). Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Non Praktek Dokter di Kuta Utara. *Jurnal Farmasi Udayana*
- Diza, Moniharapon dan Ogi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen studi pada PT. figroup cabang manado. *Jurnal EMBA. Vol.4 No.1. Hlm 109-119.*
- Irawan, Handi. (2006). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: Elex Media Komputindo
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004 tentang Pelayanan Farmasi
- Kotler dan Armstrong. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Service marketing, people, technology, strategy (7th ed.).* New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Tita, N. (2020). Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Surakarta. *Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional.*
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service, Quality & Statisfication edisi 2.* Yogyakarta: C. V Andi Offset.