

PENERAPAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) DAN ANALISIS *GAP* PADA KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN DI APOTEK SEHAT BERSAMA 2 JAKARTA TIMUR

Umul Angga Brahmono¹, Yugo Susanto², Rahmat Widiyanto³, Reyfana Erzania⁴

^{1,3,4} Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan IKIFA

² Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan ISFI Banjarmasin

Email korespondensi: brahmono.angga27@gmail.com

ABSTRAK

Jaminan mutu kesehatan merupakan salah satu pendekatan atau upaya yang sangat penting serta mendasar dalam memberikan pelayanan kesehatan. Salah satu bentuk mutu pelayanan dalam bidang layanan kesehatan adalah pelayanan kefarmasian di apotek. Kepuasan menjadi bagian penting dalam pelayanan kefarmasian karena berguna untuk meningkatkan hasil pelayanan kesehatan secara medis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kepuasan dan harapan pelanggan terhadap terhadap kinerja pelayanan kefarmasian di Apotek Sehat Bersama 2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Analisis Gap. Metode penelitian ini adalah survei yaitu dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan apotek. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* sebanyak 188 responden. Skala yang digunakan adalah skala likert berdasarkan tingkat kepuasan dan harapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap tingkat kepuasan pelanggan sebesar 82,4% termasuk dalam kriteria sangat puas. Nilai gap tertinggi adalah indikator petugas apotek mengerti keluhan pelanggan, memberikan informasi obat/kesehatan dengan jelas dan mudah dimengerti, selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan, petugas apotek selalu sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan pada pelanggan dan petugas apotek memberikan informasi aturan pakai obat dan efek samping yang mungkin timbul serta nilai gap terendah adalah obat yang diminta pelanggan selalu tersedia.

Kata kunci : *Customer Satisfaction Index* (CSI), Gap Analisis, Pelayanan Kefarmasian

IMPLEMENTATION OF CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND GAP ANALYSIS ON THE QUALITY OF PHARMACY SERVICES AT THE SEHAT BERSAMA 2 EAST JAKARTA PHARMACY

ABSTRACT

Health quality assurance is a very important and fundamental approach or effort in providing health services. One form of service quality in the health service sector is pharmaceutical services in pharmacies. Satisfaction is an important part of pharmaceutical services because it is useful for improving medical health service outcomes. The aim of this research is to analyze customer satisfaction and expectations regarding the performance of pharmaceutical services at Apotek Sehat Bersama 2. The methods used in this research are the Customer Satisfaction Index (CSI) method and Gap Analysis. This research method is a survey, namely by distributing questionnaires to pharmacy customers. The sampling technique was carried out by accidental sampling with 188 respondents. The scale used is a Likert scale based on the level of satisfaction and expectations. The research results show that the Customer Satisfaction Index (CSI) value for customer satisfaction level is 82.4%, which is included in the very satisfied criteria. The highest gap value is an indicator that pharmacy staff understand customer complaints, provide drug/health information clearly and easily understood, always provide information on how to use drugs requested by customers, pharmacy staff are always polite and friendly in providing service to customers and pharmacy staff provide information on usage rules, drugs and side effects that may arise as well as the lowest gap value is that the drug requested by the customer is always available.

Keywords: *Customer Satisfaction Index (CSI), Gap Analysis, Pharmaceutical Services*

PENDAHULUAN

Paradigma pelayanan kefarmasian saat ini telah meluas dari sebelumnya pelayanan berorientasi pada obat (*drug oriented*) menjadi pelayanan berorientasi pada pasien (*patient oriented*). Konsekuensi dari perubahan orientasi ini menuntut apoteker agar dapat mengimplementasikan standar pelayanan kefarmasian yang menjadi tolak ukur dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian (Kemenkes RI, 2019). Salah satu fasilitas pelayanan kefarmasian melalui praktik adalah Apotek (Indonesia & Peraturan, 2009). Pertumbuhan jumlah apotek semakin meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018, jumlah apotek di Indonesia mencapai 28.223 apotek dan tahun 2019 - 2021 meningkat menjadi 30.199 apotek (Kemkes RI, 2021) . Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, tahun 2021 menyatakan jumlah apotek di Jakarta Timur tercatat sebanyak 55 apotek. Jumlah ini berbeda dari tahun 2019-2020 yakni 61 apotek (Jakarta, n.d.).

Persaingan bisnis apotek tidak bisa dihindari, oleh karenanya apotek perlu menyusun strategi untuk bisa terus tumbuh, meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan. Salah satu

cara meningkatkan penjualan yakni dengan meningkatkan nilai apotek, dimana apotek dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan melayani pelanggan dengan ramah dan santun (Dianita PS, n.d.). Selaras dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan pada Tahun 2017 juga menunjukkan kualitas pelayanan kefarmasian memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap Apotek (Dianita PS, n.d.). Salah satu tujuan adanya dalam standar pelayanan kefarmasian untuk meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian di Apotek dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan (Kemenkes RI, 2016) .

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Pohan, 2007). Jika hasil kinerjanya tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen tidak puas. Jika hasil kinerjanya memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang (Priyoto, 2017). Terdapat 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu bukti langsung

(*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) (Yousapronpaiboon & Phondej, 2014). Penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 menyatakan bahwa analisis gap menunjukkan nilai negatif, yang berarti pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan kefarmasian di Apotek Kimia Farma 36 Ijen (Narulita & Agus Santoso, 2021).

Penelitian ini dilakukan di Apotek Sehat Bersama 2, untuk menganalisa kepuasan dan harapan pelanggan terhadap kinerja pelayanan kefarmasian. Apotek Sehat Bersama 2 beroperasi dari pukul 07.00 – 23.00 WIB, berlokasi di daerah strategis dan berada di pemukiman dengan lalu lintas yang ramai sehingga perlu dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

MATERIAL

Metode penelitian ini adalah penelitian non eksperimen deskriptif dengan pendekatan survei deskriptif untuk mengetahui kepuasan dan

harapan pelanggan terhadap terhadap kinerja pelayanan kefarmasian di Apotek Sehat Bersama 2. Penelitian survei adalah sebuah penelitian dimana peneliti melakukan pengumpulan data tentang pengetahuan, kemauan, harapan, motivasi, pendapat, perilaku dan nilai dari responden menggunakan kuesioner dan/atau wawancara sebagai instrumen (Zainudin, 2014).

Instrumen pada penelitian menggunakan kuesioner dengan 26 soal yang terbagi 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Penelitian ini mengukur kepuasan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Langkah pertama dalam metode CSI adalah menyiapkan kuesioner yang akan diisi oleh pelanggan untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang diperoleh. Di bawah ini penentuan skala tingkat kepentingan (*importance*), skala tingkat kepuasan (*performance*) dan kriteria tingkat kepuasan :

Tabel 1. Skala Tingkat Kepentingan, Skala Tingkat Kepuasan dan Kriteria Tingkat Kepuasan

Bobot	Keterangan Skala Likert Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	Nilai Kriteria Tingkat Kepuasan
-------	--	---------------------------------

1	Sangat Tidak Puas	0% – 25%
2	Tidak Puas	26% - 50%
3	Puas	51% – 75%
4	Sangat Puas	76% - 100%

Metode CSI adalah indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Tahapan pengukuran CSI yaitu : (Dedy dan Rita, 2015)

1. Menghitung *Mean Importance Scores* (MIS) yaitu rata-rata atribut kepentingan

2. Menghitung *Mean Satisfaction Scores* (MSS) yaitu rata-rata atribut tingkat kepuasan

3. Pengukuran tingkat kepentingan (harapan) menggunakan *Weighted Factor* (WF) yaitu mengubah nilai rataan tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rataan tingkat kepentingan untuk seluruh pernyataan yang diuji, sehingga didapatkan *Weighted Factor* 100%.

$$\text{Rumus: } WF = \frac{y_i}{\sum y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

WF = *Weighted Factor*

y_i = rataan tingkat kepentingan (harapan) untuk pernyataan ke-i

$\sum y_i$ = jumlah rataan tingkat kepentingan (harapan) untuk pernyataan ke-i

4. Pengukuran tingkat *Weighted Score* (WS) yaitu nilai perkalian antara nilai rataan tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing pernyataan dengan *Weighted Factor* masing-masing atribut.

$$\text{Rumus : } WS = \frac{WF \times x_i}{100\%}$$

Keterangan :

WS = *Weighted Score*

x_i = rataan tingkat kepuasan (kenyataan) untuk pernyataan ke-i

5. Menghitung *Weighted Total* (WT) yaitu menjumlahkan *Weighted Total* dari seluruh pernyataan kualitas jasa.

$$\text{Rumus : } WT = \sum \frac{WF \times x_i}{100\%}$$

Keterangan :

WT = *Weighted Total*

WF = *Weighted Factor*

x_i = rata-rata tingkat kepuasan (kenyataan) untuk pernyataan ke-i

- Menghitung kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan CSI yaitu total dibagi skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini kemudian dikali 100%

$$\text{Rumus : CSI} = \frac{\sum WT_i}{n} \times 100\%$$

Rancangan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Sehat Bersama 2 pada bulan Mei 2022. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental Sampling* kepada

pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner pada saat datang ke apotek. Jumlah sampel yang diikutsertakan dalam penelitian dihitung menggunakan rumus *Lamshow*, dengan rincian sebagai berikut :

$$n = \frac{N \cdot Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N - 1) + Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi

$Z\alpha^2$ = harga kurva normal yang tergantung α . ($\alpha = 0.05$, maka $Z\alpha^2 = 1.96$)

p = perkiraan proporsi, jika tidak diketahui proporsi, maka digunakan $p=0.5$

q = $1-p$

d = tingkat presisi/deviasi yang digunakan 5%, $d=0.05$

Tabel 2. Jumlah Populasi Pelanggan Apotek Sehat Bersama 2

Bulan	Jumlah Pelanggan (N)
Januari 2022	2.235 Pelanggan
Februari 2022	2100 Pelanggan
Maret 2022	2.235 Pelanggan
Rata-rata (N)	2.190 pelanggan

Maka ;

$$n = \frac{2190 \times 1,96 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,05^2(2190-1)+ 2190 \times 1,96 \times 0,5 \times (1-0,5)}$$

$$n = \frac{1073,1}{5,7175}$$

$$n = 188 \text{ pelanggan}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan Jumlah sampel sebanyak 188 responden/pelanggan yang akan digunakan pada penelitian ini. Adapun kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah :

1. Usia ≥ 17 tahun
2. Responden merupakan pelanggan Apotek Sehat Bersama 2 yang berkunjung lebih dari satu kali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada metode CSI, tahapan pengukuran kepuasan yakni menentukan nilai *Mean Importance Scores* (MIS), *Mean Satisfaction Scores* (MSS), *Weighted Factor* (WF), *Weighted Score* (WS), *Weighted Total* (WT), dan terakhir menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam 4 kriteria dari Sangat Tidak Puas sampai dengan Sangat Puas. Perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel 3-4 yang dijabarkan berdasarkan 5 dimensi dibawah ini :

Tabel 3. Perhitungan CSI Dimensi *Tangible*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Penataan obat di apotek tersusun rapi dan bersih	3,6	3,2	3,81	12,4	329	82,4	-0	18
2	Ruang tunggu nyaman dan bersih	3,6	3,1	3,83	11,9			-0	25
3	Petugas apotek berpenampilan rapi dan bersih	3,5	3,1	3,77	11,9			-0	22
4	Tersedia tempat brosur informasi obat/kesehatan	3,5	3,2	3,7	11,9			-0	6

Tabel 4. Perhitungan CSI Dimensi *Reliability*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Pelayanan cepat dan	3,6	3,2	3,88	12,6	329	82,4	-0	23

	segera								
2	Obat yang diberikan sesuai dengan kebutuhan	3,6	3,3	3,86	12,7			-0	20
3	Pengetahuan dan keterampilan petugas apotek sangat baik	3,6	3,3	3,85	12,8			-0	13
4	Petugas apotek menghitung harga obat dan melakukan transaksi pembayaran dengan cepat	3,5	3,2	3,75	12			-0	16
5	Tidak ada kesalahan dalam pemberian obat	3,6	3,2	3,82	12,1			-0	24
6	Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan pelanggan tentang obat/kesehatan	3,6	3,2	3,84	12,4			-0	21

Tabel 5. Perhitungan CSI Dimensi *Responsiveness*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan yang dialami pelanggan	3,6	3,4	3,86	13	329	82,4	-0	4
2	Petugas apotek bersedia membantu kapanpun jika dibutuhkan	3,6	3,3	3,83	12,7			-0	11
3	Petugas apotek selalu sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan pada pelanggan	3,7	3,4	3,93	13,4			-0	8
4	Petugas apotek bersikap aktif dalam menggali pengobatan pelanggan	3,6	3,3	3,83	12,7			-0	14
5	Petugas apotek selalu menanggapi keluhan pelanggan	3,6	3,3	3,86	12,6			-0	19

Tabel 6. Perhitungan CSI Dimensi *Assurance*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Obat yang diberikan sesuai	3,6	3,4	3,87	13	329	82,4	-0	7

	dengan yang diminta oleh pelanggan								
2	Obat yang diminta pelanggan selalu tersedia	3,5	3	3,75	11,1			-1	26
3	Obat yang diberikan di Apotek ini kualitasnya terjamin	3,6	3,4	3,87	13			-0	9
4	Petugas Apotek memberikan solusi jika terdapat obat yang kosong	3,6	3,4	3,87	13,1			-0	4
5	Petugas Apotek memberikan informasi aturan pakai obat dan efek samping yang mungkin timbul	3,7	3,3	3,9	13			-0	16
6	Petugas Apotek jujur dan dapat dipercaya	3,6	3,4	3,88	13,1			-0	10
7	Harga obat di apotek wajar	3,5	3,2	3,78	12,2			-0	15

Tabel 7. Perhitungan CSI Dimensi *Empathy*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Petugas Apotek tidak membedakan pelanggan berdasarkan status sosial	3,6	3,4	3,89	13,2	329	82,4	-0	3
2	Petugas Apotek mengerti keluhan pelanggan	3,7	3,5	3,91	13,5			-0	1
3	Petugas Apotek memberikan informasi obat/kesehatan dengan jelas dan mudah dimengerti.	3,7	3,5	3,93	13,6			-0	2
4	Petugas Apotek selalu memberikan informasi cara	3,7	3,4	3,95	13,5			-0	12

penggunaan obat
yang diminta
pelanggan

Pada dimensi *tangible*, berdasarkan hasil perhitungan diketahui atribut yang memperoleh skor tinggi dengan rata-rata 3,6 yakni penataan obat di apotek tersusun rapi dan bersih serta ruang tunggu nyaman dan bersih. Bagi apotek, menjaga kualitas obat dengan meningkatkan kualitas tempat penyimpanan persediaan obat-obatnya. Kualitas obat yang ditawarkan harus berstandar tinggi, sehingga bisnis yang dijalankan tidak hanya untuk memenuhi fungsi profit namun juga harus memenuhi fungsi sosial yang berperan dalam menjaga kesehatan lingkungan masyarakat (Mokhtar, n.d.). Ruang tunggu apotek juga perlu nyaman karena berperan dalam pelayanan kesehatan. Rasa nyaman diruang tunggu dapat dicapai dengan desain interior yang sesuai bagi penggunaanya (Nadaa, 2017). Pada tingkat kepuasan, atribut yang memperoleh skor tinggi dengan rata-rata 3,2 pada tingkat kepuasan yakni penataan obat di apotek tersusun rapi dan bersih serta tersedia tempat brosur informasi obat/kesehatan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan sangat puas atas penataan

obat diapotek tersusun rapi dan bersih sehingga terjamin kualitas obat, serta tersedia tempat brosur informasi obat/kesehatan yang berfungsi sebagai bahan bacaan untuk informasi mengenai obat kepada pasien dan lingkungan apotek dan menunjang penggunaan obat yang rasional. Tingkat kepuasan juga memiliki atribut dengan skor rata-rata terendah 3,1 yakni ruang tunggu yang nyaman serta petugas berpenampilan rapi dan bersih. Pada atribut kepentingan dan tingkat kepuasan memperoleh hasil yang berbeda pada pernyataan ruang tunggu yang nyaman. Suatu perusahaan dalam rangka mewujudkan kualitas layanan perlu memperhatikan aspek *tangible* (bukti fisik) yang salah satunya penampilan apotek (Parasuraman, A Zeithaml, 1990).

Dimensi *reliability*, berdasarkan hasil perhitungan diketahui atribut yang memperoleh skor tinggi dengan rata-rata 3,6 terdapat 4 atribut yakni pelayanan cepat dan segera, obat yang diberikan sesuai kebutuhan, pengetahuan dan keterampilan petugas apotek sangat baik, tidak ada kesalahan

dalam pemberian obat dan petugas apotek dapat menjawab pertanyaan pelanggan tentang obat/kesehatan. Hal tersebut sesuai dalam undang-undang kesehatan yang mengatakan setiap orang berhak mendapatkan informasi dan edukasi tentang kesehatan yang seimbang dan bertanggungjawab serta mendapatkan pelayanan kesehatan yang aman, bermutu dan terjangkau agar dapat mewujudkan derajat kesehatan yang setinggi-tingginya (Pemerintah, 2023). Pada tingkat kepuasan, atribut yang memperoleh skor tertinggi dengan rata-rata 3,3 yakni obat yang diberikan sesuai kebutuhan serta pengetahuan dan keterampilan petugas apotek sangat baik. Hal ini mengindikasikan pelanggan sangat puas atas obat yang diberikan sesuai kebutuhan serta pengetahuan dan keterampilan petugas sangat baik guna melindungi masyarakat dari penggunaan obat yang rasional. Namun pada atribut kepuasan yang memperoleh skor terendah dengan rata-rata 3,2 yakni pelayanan cepat dan segera, menghitung harga obat dan melakukan transaksi pembayaran dengan cepat, tidak ada kesalahan dalam pemberian obat, dan menjawab pertanyaan pelanggan tentang obat/kesehatan. Kinerja harus sesuai

dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi (Parasuraman, A Zeithaml, 1990).

Dimensi *responsiveness*, hasil perhitungan menjelaskan atribut yang memiliki skor rata-rata tertinggi sebesar 3,7 pada atribut kepentingan adalah petugas apotek selalu sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan pada pelanggan. Sedangkan pada atribut kepuasan yang memperoleh skor tinggi sebesar 3,4 yakni petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan yang dialami pelanggan serta petugas apotek selalu sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan pada pelanggan. Kedua hal pada atribut kepuasan mengindikasikan, pelanggan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas. Pada atribut tingkat kepentingan dan kepuasan sesuai dengan dengan salah satu tujuan standar pelayanan kefarmasian di apotek yakni meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian (Kemenkes RI, 2016). Namun pada kepuasan juga terdapat skor terendah 3,3 yakni atribut petugas apotek bersedia membantu kapanpun jika dibutuhkan, bersikap

aktif dalam menggali pengobatan pelanggan dan selalu menanggapi keluhan pelanggan. Sebagai petugas apotek dalam memberikan layanan jangan membiarkan pelanggan menunggu lama yang akan berdampak membuat persepsi negatif terhadap pelayanan yang diberikan.

Dimensi *assurance*, hasil perhitungan atribut tingkat kepentingan yang memiliki skor tinggi sebesar 3,7 adalah petugas apotek memberikan informasi aturan pakai obat dan efek samping yang mungkin timbul. Sedangkan pada atribut tingkat kepuasan yang memperoleh skor tinggi sebesar 3,4 yakni obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta oleh pelanggan, obat yang diberikan di apotek ini kualitasnya terjamin, petugas apotek memberikan solusi jika terdapat obat yang kosong, petugas apotek jujur dan dapat dipercaya. Sehingga pada atribut kepuasan, mengindikasikan pelanggan sangat puas terhadap pelayanan petugas dan kualitas produk di apotek. Pada atribut tingkat kepentingan dan kepuasan sesuai dengan salah satu tujuan standar pelayanan kefarmasian di apotek yakni melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan Obat yang tidak rasional

dalam rangka keselamatan pasien (*patient safety*) Kemenkes RI, 2016). Pada atribut kepuasan juga memperoleh skor rata-rata terendah sebesar 3 yakni obat yang diminta pelanggan selalu tersedia. Pada Permenkes No. 73 tahun 2016 menyebutkan Penyelenggaraan Pelayanan Kefarmasian di Apotek harus menjamin ketersediaan Sediaan Farmasi, Alat Kesehatan, dan Bahan Medis Habis Pakai yang aman, bermutu, bermanfaat, dan terjangkau (Kemenkes RI, 2016).

Dimensi *empathy*, pada atribut tingkat kepentingan yang memperoleh rata-rata skor tinggi sebesar 3,7 yakni petugas apotek mengerti keluhan pelanggan, petugas apotek memberikan informasi obat/kesehatan dengan jelas dan mudah dimengerti, petugas apotek selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan. Ketiga atribut diatas sesuai dengan salah satu manfaat dari PIO yakni menunjang penggunaan obat yang rasional (Kemenkes RI, 2019). Sementara itu, pada atribut tingkat kepuasan yang memperoleh skor tertinggi sebesar 3,5 yakni petugas apotek mengerti keluhan pelanggan serta petugas apotek memberikan informasi obat/kesehatan dengan jelas

dan mudah dimengerti. Hal tersebut mengindikasikan, pelanggan sangat puas terhadap kedua atribut tersebut, dimana dalam bertugas tenaga kesehatan harus sesuai etika profesi. Pada tingkat kepuasan juga terdapat atribut yang mendapat skor paling rendah dengan rata-rata 3,4 yakni petugas apotek tidak membedakan pelanggan berdasarkan status sosial dan memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan. Sikap, kemampuan, penampilan, tindakan dan perhatian merupakan komponen dalam mewujudkan pelayanan prima kepada pelanggan. Jika suatu perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya maka dapat memberikan kepuasan pelanggan dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, baik berupa produk atau jasa (Herlambang, 2018).

Berdasarkan perhitungan CSI, diperoleh hasil sebesar 82,40%. Hal ini kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek Sehat Bersama 2 secara keseluruhan menunjukkan tingkat kepuasan pada kriteria sangat puas. Sejalan dengan penelitian di Apotek Narogong diperoleh hasil penelitian dengan nilai CSI terhadap tingkat kepuasan

pelanggan sebesar 91,50% yang termasuk dalam kriteria puas (Widiyanto, 2023). Kepuasan menjadi bagian penting dalam pelayanan kefarmasian di Apotek, sebab kepuasan pelanggan menjadi tujuan pelayanan kefarmasian yang berguna untuk meningkatkan hasil pelayanan kesehatan secara medis, seperti kepatuhan terhadap pengobatan (Harianto, 2005).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien di Apotek Sehat Bersama 2 Jakarta Timur secara keseluruhan adalah sangat puas. Hal ini dibuktikan dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) yang diperoleh berada di antara range 76% - 100% yaitu sebesar 82,40%. Hasil perhitungan GAP diperoleh nilai rendah yang diperoleh dengan nilai GAP yang negatif antara harapan dan persepsi pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Sehat Bersama 2. Perlu dilakukan perbaikan bahkan peningkatan terhadap kualitas pelayanan kefarmasian guna meningkatkan kepuasan dari pasien.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu terwujudnya penelitian ini :

1. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) IKIFA
2. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) ISFI Banjarmasin
3. Apotek Sehat Bersama 2 Jakarta Timur

DAFTAR PUSTAKA

- Dedy Douglas Harijanja, Rita Rahmawati, M. A. M. (2015). Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Perpustakaan Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian*, 75–784.
- Dianita PS, L. E. (n.d.). Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Obat Di Apotek Wilayah Kecamatan Mertoyudan Kabupaten Magelang. *J Farm Sains Dan Prakt.*
- Harianto. (2005). *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Airlangga University.
- Kemenkes RI. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek.

<https://iaijatim.id/wp-content/uploads/2019/11/Permenkes-73-2016-Standar-Pelayanan-Kefarmasian-Di-Apotek.pdf>

Republik Indonesia. (2009). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2009 Tentang Pekerjaan Kefarmasian.

Jakarta, B. P. S. D. (n.d.). *Jumlah Desa/Kelurahan Yang Memiliki Sarana Kesehatan Menurut Kabupaten/Kota 2019-2021*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/30/880/1/jumlah-desa-kelurahan-yang-memiliki-sarana-kesehatan-menurut-kabupaten-kota.html>

Kemenkes RI. (2019). Petunjuk Teknis Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kementerian. *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*, 1–74.

Kementrian Kesehatan, K. (2021). *Jumlah Apotek di Indonesia*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/berapa-jumlah-apotek-di-indonesia>

Mokhtar. (n.d.). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_Bisnis_Farmasi/TnAJEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=penataan+obat+apotek&pg=PA138&printsec=frontcover

Nadaa, Z. (2017). Pengaruh Desain Interior Pada Faktor Kenyamanan Pasien Diruang Tunggu Unit

- Rawat Jalan Rumah Sakit. *Jurnal Desain & Seni, FDSK - UMB* /, 4(3), 239–257.
<http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada/article/view/3223/1776>
- Narulita, R., & Agus Santoso, B. S. (2021). Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kimia Farma 36 Ijen. *Journal of Herbal, Clinical and Pharmaceutical Science (HERCLIPS)*, 3(01), 34.
<https://doi.org/10.30587/herclips.v3i01.3115>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2023). UU Nomor 17 Tahun 2023. *Peraturan Perundang-Undangan*, 1–300.
- Pohan, I. S. (2007). *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan* (p. 156).
<https://books.google.co.id/books?id=bO00Wy-gOUC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Priyoto. (2017). *Teori Sikap dan Perilaku dalam Kesehatan*.
- Kemenkes RI. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. August.
- Widiyanto, R. et al. (2023). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan Kefarmasian di Apotek Narogong Bulan April 2022. *Akfarindo Vol. 8 No. 2*, 116–125.
- Yousapronpaiboon, K., & Phondej, W. (2014). *Measuring Pharmacy Service Quality of Public Hospitals in Thailand*. August, 1–13.
- Zainudin, M. (2014). *Metodologi Penelitian Kefarmasian Edisi 2* (p. 88). Airlangga University Press.