e-ISSN : 2686-2506

Majalah Farmasetika, 6 (Suppl 1) 2021, 145-151
https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v6i0
Artikel Penelitian

Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Apotek di Kabupaten Purwakarta Selama Pandemi Covid 19

Lina Aliyani Mardiana*, Dedy Frianto, Maya Arfania

Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Email* : lina.mardiana@ubpkarawang.ac.id

(Submit 19/12/2021, Revisi 20/12/2021, Diterima 30/12/2021, Terbit 31/12/2021)

Abstrak

Kepuasan konsumen bukan hal yang sederhana, karena berkaitan dengan perspektif pelaku konsumen(1), yaitu perspektif pengambilan keputusan, pengalaman dan pengaruh perilaku(2), yang ke semuanya cenderung dinamis. Apotek atau sentra bisnis lain yang visioner senantiasa memperhatikan kepuasan konsumen dengan melakukan survey terhadap konsumen secara berkesinambungan agar memperoleh manfaat kinerja pendapatan atau keuntungan jangka panjang, terhadap produsen berbiaya rendah, manfaat ekonomis, reduksi sensitivitas harga, kunci sukses bisnis masa depan, dan *word-of-mouth relationship*(3). Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan apotek di kabupaten Purwakarta Jawa Barat selama pandemi Covid-19, sehingga diketahui seberapa besar persentase lima dimensi kualitas pelayanan, juga persentase tingkat interpretasi konsumen terhadap kualitas pelayanan apotek di kabupaten Purwakarta tersebut. Metode penelitian dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner menggunakan google formulir lewat grup whatsapp. responsden pada penelitian ini berjumlah 60 orang, teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling*, menggunakan metode *accidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, pengukuran lima dimensi kualitas pelayanan apotek di kabupaten Purwakarta, diperoleh persentase rata-rata dari dimensi bukti langsung (*tangibles)* 45,43%, keandalan (*reability*) 52,80%, ketanggapan (*responssiveness*) 55,83%, jaminan (*assurance*) 50,00%, dan perhatian (*empathy*) 52,53%. Kualitas pelayanan apotek yang meliputi 5 dimensi kualitas pelayanan, dengan nilai tertinggi pada dimensi ketanggapan (*responssiveness*) 55,83%, dan nilai terendah pada dimensi bukti langsung (*tangibles*) 45,43%.serta persentase tingkat interpretasi kualitas pelayanan apotek di kabupaten Purwakarta selama pandemi covid-19 sebesar 41% - 60%, yaitu masuk ke dalam kategori sedang, dengan nilai rata-rata kelima dimensi 51,32%.

Kata kunci: Covid 19, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

Pendahuluan

Pada masa pandemi covid-19 ini, salah satu tempat yang dicari dan dikunjungi masyarakat adalah apotek. Di apotek tersedia perbekalan farmasi, seperti obat, alat kesehatan dan lain-lain yang sangat dibutuhkan untuk menunjang kesehatan, baik bagi masyarakat yang sudah terpapar covid-19 untuk dapat membeli obat sesuai resep dokter ataupun bagi masyarakat yang tidak terpapar untuk bisa membeli suplemen yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh.

Perlu dilakukan survey di berbagai wilayah kota di Indonesia terhadap tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat, untuk dapat memberikan hasil pelayanan yang memuaskan atau bahkan sangat memuaskan sebagai salah satu wujud kepedulian sosial terhadap masyarakat. Untuk itu Peneliti melakukan survey di salah satu kota di Indonesia yaitu di kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

Kualitas pelayanan apotek di masa pandemi covid-19 memiliki pengaruh terhadap sisi psikologis konsumen yang bisa berpengaruh terhadap kesehatan. Di samping itu kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen sehingga akan menaikan citra apotek itu sendiri, citra dari Pemerintah Daerah setempat khususnya Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta sebagai Pembina apotek berkaitan dengan pengelolaan terhadap pelayanan publik di wilayahnya.

Kepuasan konsumen ada yang bersifat fungsional yakni kepuasan terhadap produk yang dijual, dan kepuasan psikologikal yakni kepuasan terhadap sesuatu yang tidak berwujud, seperti pelayan yang menyenangkan, mau mendengarkan keluhan dan lain-lain[(4)]. Kepuasan konsumen itu sendiri menurut howard dan Sheth dalam Fandy Tjiptono merupakan penilaian konsumen setelah melakukan pembelian terhadap produk atau jasa, dengan membandingkan pengorbanan baik biaya dan lainya yang telah dilakukan. Jika konsumen merasa sepadan apa yang diperoleh maka akan menimbulkan kepuasan konsumen dan sebaliknya jika tidak sepadan maka akan menimbulkan ketidakpuasan [(5)].

Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan bersifat dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, juga proses dan lingkungan yang bisa memenuhi atau melebihi keinginan atau harapan konsumen [(6)]. Dimensi kualitas pelayanan meliputi lima (5) dimensi yaitu TERRA. *Tangibles*, dimensi kualitas pelayanan yang bersifat konkret, dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh konsumen, *Emphaty,* yaitu dimensi kualitas pelayanan berupa perhatian yang tulus dan dekat dengan konsumen, *reliability*, yaitu dimensi kualitas pelayanan yang bersifat abstrak, berhubungan dengan harapan konsumen, *responssiveness,* yaitu dimensi kualitas pelayanan berupa pemberian respons atau tanggapan yang positif terhadap semua keinginan dan kebutuhan konsumen, *Assurance,* yaitu dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepastian atau jaminan yang didapat oleh konsumen, seperti pemahaman *product knowledge* yang baik dari perusahaan [(7)].

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengirim kuesioner berupa google formulir ke grup whatsapp yang ada di data Base peneliti, kemudian data yang diperoleh ditabulasikan dan dianalsisa menggunakan aplikasi SPSS 22. Objek penelitian ini adalah masyarakat masyarakat Kabupaten Purwakarta yang pernah berbelanja di apotek wilayah Kabupaten Purwakarta, dengan kriteria berusia lebih dari 20 tahun. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan (April 2021-Juni 2021).

Alat

Survey dilakukan menggunakan Handphone dan Laptop untuk penyebaran kuesioner dan mengolah data serta software SPSS

Bahan

Dalam penelitian ini kuesioner dibuat dengan aplikasi Google formulir

Prosedur Rinci

Jumlah populasi yang tidak diketahui, yaitu konsumen apotek di wilayah kabupaten Purwakarta, sehingga untuk menentukan jumlah sampel sebagai partisipan kuesioner menggunakan teori Roscoe [8], yaitu:

n = (Vx + Vy) x 10

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Vx = Jumlah variabel X (5 dimensi kualitas yakni *tangible, reability, responssiveness, assurance, empathy*)

Vy = Jumlah variabel Y (Kepuasan konsumen = 1

Diperoleh jumlah sampel :

n = (5+1) x 10 = 60 sampel

Sampel diambil dengan teknik *nonprobability sampling*, karena elemen tidak diketahui[9], menggunakan metode *accidental sampling*, menurut Sugiyono (2017) yakni metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data [8]. Peneliti mengirimkan kuesioner berupa google formulir kepada grup whatsapp.

Jawaban hasil kuesioner dihitung persentase nya dengan rumus Riduwan (2015) [10] :

presentase $= \frac{Total\ skor\ x\ 100\%}{Skor\ maksimal}$

Skor maksimal $= \frac{Skor\ tertinggi}{Jumlah\ responden}$

Kriteria Interpretasi dilihat di Tabel 1 [9].

Tabel 1 Kriteria Interpretasi

Skor Angka (%)	Interpretasi
0-20	Sangat rendah
21-40	Rendah
41-60	Sedang
61-80	Tinggi
81-100	Sangat Tinggi

Hasil

Karakteristik Sampel Penelitian

Identitas responsden berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, wilayah tempat tinggal responsden, durasi kunjungan dan wilayah apotek yang dikunjungi responsden ter data dalam Tabel 2, diperoleh data, responsden terbanyak adalah perempuan sejumlah 63,3% (38 orang), sedangkan responsden laki-laki 36,7% (22 orang). Usia responsden terbanyak adalah responsden rentang usia 41-50 tahun sejumlah 61,7% (37 orang), sedangkan responsden dengan jumlah sedikit 3,7% (2 orang) yaitu rentang usia 20-30 tahun, dan responsden lain nya memiliki persentase 21,7% (13 orang) untuk rentang usia 31-40 tahun, 13,3% (8 orang) untuk rentang usis lebih dari 50 tahun. Tingkat pendidikan, responsden terbanyak memiliki tingkat pendidikan S1/S2 yaitu 46,7% (28 orang), diikuti dengan tingkat pendidikan SMA yaitu 40% (24 orang), dan pendidikan lain nya (tidak sekolah dan pendidikan pesantren) sejumlah 13,3% (8 orang), sedangkan Pendidikan tingkat SD dan SMP 0%. Tempat tinggal responsden terbanyak adalah di kecamatan Purwakarta 78,3% (47), diikuti dengan kecamatan Babakan cikao 11,7% (7 orang), Bungur sari 5% (3 orang) dan Jatiluhur 3,3% (2 orang) serta Sukatani 1,7% (1 orang). Apotek yag dikunjungi responsden terbanyak adalah apotek yag berlokasi di kecamatan Purwakarta sejumlah 90% (54 orang), diikuti dengan apotek di wilayah Babakan cikao 5% (3 orang), Bungursari 3,3% (2 orang) dan Jatiluhur 1,7% (1 orang). Dari data, bisa terlihat bahwa ada beberapa responsden yang lebih cenderung berkunjung ke apotek kecamatan Purwakarta dibandingkan dengan kecamatan tempat responsden tinggal. Ada kemungkinan responsden setelah berobat ke RSUD kabupaten Purwakarta atau RS swasta lain nya di kabupaten Purwakarta yang berlokasi di kecamatan Purwakarta, langsung mencari obat yang dibutuhkan di apotek sekitar kecamatan Purwakarta, atau responsden yang memiliki kepentingan ke kecamatan Purwakarta karena berkumpulnya sentra bisnis di kecamatan Purwakarta, sekaligus mencari apotek yang berlokasi di kecamatan Purwakarta untuk memenuhi kebutuhan obat dan lain-lain. Durasi kunjungan responsden ke apotek selama covid-19 ternyata jarang sejumlah 46,7% (28), diikuti dengan responsden yang cukup sering sejumlah 38,3% (23 orang), sementara

yang sering berkunjung ke apotek 13,3% (8 orang) dan sangat sering hanya 1,7% (1 orang). Meskipun demikian kalau dijumlah persentase cukup sering, sering dan sangat sering dan dibandingkan dengan jarang, maka persentase kunjungan responsden berkunjung ke apotek menjadi tinggi yaitu sejumlah 53,3% (32 orang).

Tabel 2 Kriteria responsden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
Laki-laki	22	36,7	20-30	2	3,7
Perempuan	38	63,3	31-40	13	21,7
Total	60	100,0	41-50	37	61,7
			>50	8	13,3
			Total	60	100,0
Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase	Kecamatan (Tempat Tinggal)	Jumlah	Presentase
SD	0	0	B.Cikao	7	11,7
SMP	0	0	Bungursari	3	5,0
SMA	24	40,0	Jatiluhur	2	3,3
S1/S2	28	46,7	Sukatani	1	1,7
Yang lain nya	8	13,3	Purwakarta	47	78,3
Total	60	100	Total	60	100,0
Kecamatan (Apotek)	Jumlah	Presentase	Durasi Kunjungan	Jumlah	Presentase
B.Cikao	3	5,0	Sangat sering	1	1,7
Bungursari	2	3,3	Sering	8	13,3
Jatiluhur	1	1,7	Cukup Sering	23	37,3
Purwakarta	54	90,0	Jarang	28	46,7
Total	60	100,0	Total	60	100,0

Hasil kepuasan konsumen secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 3, diperoleh data, dimensi konkret, bukti langsung (*Tangibles*) 45,43%, dimensi kualitas pelayanan paling rendah dibanding empat dimensi kualitas pelayanan lain nya. Pada dimensi *tangibles* ini, kualitas pelayanan tertinggi pada ketersediaan tempat parkir yaitu 51,7% dan terendah pada produk yang dijual lengkap dan mudah dicari yaitu 40%. Untuk dimensi abstrak, keandalan (*Reability*) 52,8%, dengan kualitas pelayanan tertinggi pada pernyataan kemampuan karyawan apotek memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yaitu 55%. Dimensi berikutnya yaitu respons atau ketanggapan (*responssiveness*) 55,83%, dimensi kualitas pelayanan tertinggi dibanding empat dimensi lain nya, persentase tertinggi pada pernyataan dimensi *responssiveness* ini yaitu pemberian informasi yang jelas oleh karyawan apotek sebesar 58,3%. Selanjutnya dimensi jaminan atau kepastian (*Assurance*) 50%, pernyataan persentase tertinggi berkaitan dengan keamanan konsumen terjamin selama berbelanja di apotek sejumlah 55%. Dan dimensi terakhir yaitu perhatian (*Empathy*) 52,53%, dengan persentase tertinggi yaitu pernyataan berkaian dengan pemahaman karyawan apotek akan keluhan konsumen serta pengetahuan karyawan apotek terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen sejumah 56,7%.

Tabel 3 Rekapitulasi Jawaban dari Pernyataan-pernyataan pada setiap Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Jumlah					Total
		TP	KP	CP	P	SP	
	Bukti Langsung (*Tangible*s)						
1	Apotek yang Saudara kunjungi mudah dijangkau	0	0	28	27	5	60
2	Apotek yang Saudara kunjungi tersedia tempat parkir	0	8	31	16	5	60
3	Karyawan Apotek berpenampilan dengan rapi	0	4	26	23	7	60
4	Produk di Apotek dijual lengkap dan mudah ditemukan	0	12	24	21	3	60
	Keandalan (Reability)						
1	Kecepatan dan ketelitian karyawan kasir Apotek dalam melayani konsumen	0	3	31	19	7	60
2	Karyawan Apotek mempunyai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada semua konsumen	0	5	33	16	6	60
3	Karyawan Apotek tepat dalam memecahkan atau memberi solusi terhadap masalah konsumen	0	7	31	16	6	60
	Ketanggapan (*responssiveness*)						
1	Ketanggapan karyawan Apotek dalam melayani keinginan konsumen	0	4	33	17	6	60
2	Pemberian informasi yang jelas oleh karyawan Apotek	0	6	35	14	5	60
3	Kecepatan karyawan Apotek dalam melayani/menyiapkan/menemukan produk yang dicari konsumen	0	4	32	18	6	60
4	Kesediaan karyawan Apotek untuk mendengarkan keluhan dari konsumen	0	6	34	15	5	60
	Jaminan (*Assurance*)						
1	Keamanan konsumen terjamin selamaberbelanja di Apotek	0	1	33	21	5	60
2	Produk yang dijual di Apotek terjamin mutu dan kualitas serta keasliannya	0	2	25	27	6	60
3	Karyawan Apotek berlaku ramah dan sopan santun kepada konsumen	0	3	30	21	6	60
	Perhatian (*Empathy*)						
1	Karyawan Apotek dapat berkomunikasi dengan baik dengan para konsumen	0	5	31	19	5	60
2	Waktu operasional (jam buka) Apotek yang nyaman dan aman bagi konsumen	0	3	24	27	6	60
3	Pemahaman karyawan Apotek akan keluhan konsumen	0	5	34	17	4	60
4	Karyawan Apotek mempunyai pengetahuan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen	0	5	34	17	4	60

Ket : TP = Tidak Puas KP = Kurang Puas CP = Cukup Puas P = Puas SP = Sangat Puas

Kesimpulan

Berdasarkan hasil survey kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan apotek di wilayah kabupaten Purwakarta selama masa pandemi covid-19, diperoleh data dengan nilai kepuasan konsumen sedang dengan presentase nilai rata-rata 51,32%. Kualitas pelayanan tertinggi pada dimensi *responssiveness* 55,83% dan terendah pada dimensi *tangibles* 45,43%.

Saran penelitian kedepannya dilakukan penelitian menggali lebih jauh kebutuhan konsumen terhadap pelayanan di apotek, sehingga apa yang dibutuhkan bisa terpenuhi. Dilakukan penelitian untuk wilayah-wilayah lain nya di Indonesia. Dilakukan penelitian membandingkan perilaku konsumen tiap wilayah di Indonesia bahkan di luar negeri.

Daftar Pustaka

1. Tjiptono, F and Gregorius Chandra, 2017, *Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen*, Yogyakarta
2. Mowen , John C dan Minor, Micheal, 2012, *Perilaku Konsumen* dialihbahasakan oleh Dwi Kartika yahya, Erlangga, Jakarta
3. Ali Hasan, 2013, Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, CAPS, Yogyakarta
4. Ety Sufiyanti.,A. Jalaludin Sayutu.,Ayu Oka Windarti, 2017, *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Minimarket*, Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 3 No. 1 April 2017, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia.
5. Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
6. Tjiptono, F, 2012, *Manajemen Jasa*, ANDI, Yogyakarta.
7. Lupiyoadi, R., 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
8. Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D,* Alfabeta, Bandung.
9. https://www.idntimes.com/science/experiment/izza-namira-1/macam-teknik-sampling
10. Riduwan, 2015, *Dasar-Dasar Statistika*, Alfabeta, Bandung.

© 2021 di penulis. Majalah Farmasetika (ISSN : 2686-2506) berlisensi dibawah Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Majalah Farmasetika menerima karya ilmiah di bidang farmasetika di alamat http://jurnal.unpad.ac.id/farmasetika/.