

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP PERAN APOTEK SEBAGAI TEMPAT PELAYANAN INFORMASI OBAT DI KABUPATEN KUDUS

Yance Anas¹⁾, Muhammad Djatmiko¹⁾, Aristya Nourwaqiana¹⁾

¹⁾ Fakultas Farmasi Universitas Wahid Hasyim Semarang

INTISARI

Tenaga farmasi yang bekerja di apotek mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi penggunaan obat secara tepat, aman dan rasional kepada pasien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap peran apotek sebagai tempat pelayanan informasi obat di apotek-apotek Kabupaten Kudus. Penelitian dilakukan melalui observasi langsung dengan menggunakan kuisioner kepada konsumen di seluruh apotek Kabupaten Kudus. Konsumen apotek yang dijadikan responden ditentukan dengan metode kombinasi *proportional random sampling* dan *accidental sampling*. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis kesesuaian dengan skala Likert. Pengkategorian jawaban responden diukur dengan standar distribusi nilai. Diagram kartesius digunakan untuk menentukan urutan prioritas dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen apotek (61,03 %) puas dengan informasi obat yang diberikan oleh tenaga farmasi yang berada di apotek. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen dalam menerima informasi obat di apotek berkisar 90% - 99%. Tingkat pengetahuan konsumen mengenai keamanan penggunaan obat dan pandangan mereka terhadap peran Apoteker sudah cukup tinggi. Mereka masih meragukan mengenai kebenaran dari informasi obat yang diberikan. Konsumen berharap adanya jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang diberikan oleh tenaga farmasi yang bekerja di apotek.

Kata Kunci : Informasi obat, apotek, penilaian konsumen

ABSTRACT

Pharmacists in community pharmacy have a professional obligation to provide information on exact, safe and rational of drug use to the patient. The purpose of this study is to investigate the consumer's assessment on the role of community pharmacy as a central of drug information services in all of pharmacy on Kudus regency. The study was performed through direct observation by using a questionnaire on consumers in all of pharmacy in Kudus regency. Respondent selection was determined by a combination of proportional random and accidental sampling. Data analysis performed including a compliance analysis using the Likert scale. Respondent's answers were categorizing with a normal standard distribution. Cartesian diagram is used to determine the order of priority of the factors that affect consumer satisfaction. The results show that the majority of pharmacy consumers (61.03 %) are satisfies with the drug information services in community pharmacy. Level of concordance between consumer expectations and satisfaction in accepting drug information at community pharmacy are 90% - 99%. The consumer knowledge about the safety of medication use and their attitudes on the role of community pharmacists is quite high. They still doubt about the truth of drug information provided by pharmacist or pharmacist assistant. Consumers expect a guarantee of the truth and credibility of drug information provided by the pharmacist and pharmacist assistant in community pharmacy.

Keywords : Drug information service, community pharmacy, consumer assessment

PENDAHULUAN

Apotek merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan bagi masyarakat, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan obat-obatan dalam terapi berbagai penyakit. Selain itu, apotek juga merupakan salah satu tempat pengabdian dan praktek profesi apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasian. Sebagai upaya dalam membantu masyarakat untuk mencapai derajat kesehatan yang optimal, apoteker di apotek harus senantiasa hadir dan siap untuk melakukan tugas profesionalnya sesuai dengan ilmu yang dimiliki, diantaranya adalah dengan melakukan pelayanan konseling, pemberian informasi obat dan edukasi pasien (Hartini, 2007).

Pasien atau masyarakat pada umumnya memiliki pengetahuan yang sangat terbatas tentang obat. Kenyataan menunjukkan bahwa kebanyakan pasien hanya mengetahui informasi obat dari iklan (televisi maupun media cetak). Informasi yang disampaikan dalam iklan yang dibuat oleh perusahaan farmasi memiliki kecenderungan sebagai kegiatan promosi berlebihan. Sistem informasi obat yang baik seharusnya juga menyampaikan segi-segi negatif akibat penggunaan obat yang tidak benar. Hal ini disebabkan karena selain mempunyai khasiat yang bermanfaat, obat juga dapat menimbulkan efek yang merugikan apabila digunakan dengan cara yang tidak tepat atau tidak sesuai dengan aturan pakai dan petunjuk yang diberikan oleh tenaga kesehatan.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya kecenderungan mengenai kurang berjalannya pelayanan informasi obat di sebagian besar apotek. Keadaan ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor yang kompleks. Penelitian ini mencoba untuk mengungkap penilaian konsumen terhadap peran apotek sebagai tempat pelayanan

informasi obat. Penilaian tersebut menggambarkan pandangan konsumen berdasarkan pengalaman mereka dalam menerima pelayanan informasi obat di apotek. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pihak manajemen apotek dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi obat oleh apoteker dan tenaga farmasi lainnya di apotek, khususnya bagi seluruh apotek di Kabupaten Kudus.

Penelitian sejenis juga pernah dilakukan di berbagai daerah lainnya. Hasil penelitian di daerah Sleman Yogyakarta menyimpulkan bahwa tingkat pengetahuan konsumen apotek mengenai keamanan penggunaan obat dan peran apoteker di apotek sudah cukup tinggi, sedangkan penghargaan konsumen terhadap informasi obat masih cukup rendah. Konsumen berharap adanya peningkatan kemampuan petugas apotek untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen serta memberikan perhatian khusus kepada setiap konsumen dalam pelayanan informasi obat. persentase kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen dalam menerima informasi obat di apotek berkisar 82%-93% (Satibi, dkk., 2004).

METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah tahap perizinan penelitian ke kantor Bakesbanglinmas Kudus yang dilanjutkan dengan pengurusan surat ijin ke kantor Bapeda Kudus. Tahap kedua yaitu mencari data tentang apotek di DKK Kudus dengan menyerahkan surat ijin dari Kepala Bapeda Kudus. Tahap ketiga adalah penyebaran kuisioner di seluruh apotek Kabupaten

Kudus. Tahap keempat yaitu pengolahan data dan pembahasan

Analisa data

Data karakteristik konsumen maupun data penilaian konsumen dianalisis secara deskriptif. Skala Likert digunakan untuk mempermudah pengukuran variabel dalam analisis materi penilaian konsumen. Skala penilaian konsumen disajikan pada tabel I.

Interpretasi hasil pengukuran menggunakan standar distribusi nilai. Standar ini diperoleh dengan membagi rata jarak interval penilaian menjadi lima kelompok, dimana aplikasi dari kelompok-kelompok ini disesuaikan dengan obyek penilaian. Secara umum, standar distribusi nilai tersebut dirumuskan dan tersaji pada tabel II.

Tabel I. Skala Penilaian Konsumen

Skala Penilaian	Nilai Pernyataan	
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	4
TS (Tidak Setuju)	2	3
S (Setuju)	3	2
SS (Sangat Setuju)	4	1

Tabel II. Standar Distribusi Nilai dan Pengkategorian Jawaban Hasil

Rentang	Kategori	Kategori
$1,0 \leq X < 1,6$	Sangat rendah	Sangat tidak dibutuhkan
$1,6 \leq X < 2,2$	Cukup rendah	Tidak dibutuhkan
$2,2 \leq X < 2,8$	Sedang	Sedang
$2,8 \leq X < 3,4$	Cukup tinggi	Cukup dibutuhkan
$3,4 \leq X < 4,0$	Sangat tinggi	Sangat dibutuhkan

Tingkat kesesuaian antara harapan (kepentingan) dan kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan jasa dianalisis dengan Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Konsumen (Supranto, 2006). Tingkat harapan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja apotek diukur

dengan skala dan bobot nilai seperti yang tersaji pada tabel III. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan nilai kinerja/pelaksanaan (tingkat kepuasan) dengan nilai tingkat harapan (kepentingan).

Tabel III. Skala Penilaian Tingkat Harapan dan Kinerja

Skala Penilaian Tingkat		Nilai
Harapan	Kinerja	Pernyataan
SP (Sangat Penting)	SPs (Sangat Puas)	4
P (Penting)	Ps (Puas)	3
TP (Tidak Penting)	TPs (Tidak Puas)	2
STP (Sangat Tidak Penting)	STPs (Sangat Tidak Puas)	1

Secara matematis, tingkat kesesuaian dihitung dengan menggunakan persamaan 1 (Supranto, 2006).

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan

- Tki : Tingkat kesesuaian responden
- Xi : Skor nilai kinerja/pelaksanaan
- Yi : Skor nilai harapan

Hasil ini, kemudian digambarkan ke dalam diagram kartesius. Diagram ini terdiri dari dua sumbu (x dan y). Sumbu x merupakan nilai tingkat kepuasan konsumen dari berbagai item pernyataan, sedangkan sumbu y merupakan nilai tingkat harapan konsumen terhadap item pernyataan tersebut. Dalam penyederhanaan rumus, setiap item pernyataan ditempatkan dalam diagram kartesius pada posisi (x , y). Perhitungan titik pada sumbu x dan y dilakukan menurut persamaan 2 dan 3 (Supranto, 2006).

$$\bar{x} = \frac{\sum Xi}{n} \dots\dots\dots (2)$$

$$\bar{y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan

- Xi : Skor rata-rata tingkat kinerja/pelaksanaan (tingkat kepuasan)
- Yi : Skor rata-rata tingkat harapan
- n : Jumlah responden

Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran oleh dua buah garis yang saling berpotongan di titik koordinat (x , y), dimana secara matematis dirumuskan berdasarkan persamaan 4 dan 5 (Supranto, 2006).

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{k} \dots\dots\dots (4)$$

$$y = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{k} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan

- Xi : Total nilai kinerja/pelaksanaan (tingkat kepuasan)
- Yi : Total nilai harapan (tingkat kepentingan)
- k : Banyaknya item pernyataan kuesioner

Posisi penempatan data yang telah dianalisis dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu :

1. Kuadran A menunjukkan item pernyataan yang dianggap penting bagi konsumen namun pihak apotek belum melaksanakan sesuai keinginan konsumen, akibatnya timbul kekecewaan dan rasa tidak puas.
2. Kuadran B menunjukkan item pernyataan yang dianggap penting oleh konsumen dan telah dilaksanakan dengan baik serta memuaskan konsumen, sehingga pihak apotek harus mempertahankan kinerjanya.

3. Kuadran C menunjukkan item pernyataan unsur-unsur jasa yang memang dianggap kurang penting oleh konsumen dan sebaiknya apotek menjalankannya dengan biasa saja.
4. Kuadran D menunjukkan item pernyataan unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting bagi konsumen, tetapi telah dijalankan sangat baik oleh apotek sehingga dianggap berlebihan

Karakteristik Konsumen

Jumlah konsumen apotek yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 186 orang yang diambil secara acak dari 62 apotek di Kabupaten Kudus. Konsumen apotek terdiri dari laki-laki dan perempuan dan berbagai rentang umur dengan tingkat pendidikan yang beragam serta tingkat pendapatan yang berbeda. Secara keseluruhan, karakteristik konsumen yang terlibat dalam penelitian ini tersaji pada tabel

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel IV. Distribusi Karakteristik Konsumen

Jenis Kelamin	(%)	Umur	(%)	Pendidikan	(%)	Pendapatan per- bulan	(%)
Laki-laki	54,3	18-30 tahun	48,9	SD	9,1	Rp.0	17,2
Perempuan	45,7	30-60 tahun ≥ 60 tahun	34,9 16,1	SMP	13,4	Rp.0 -500.000	21,5
				SMA	51,6	Rp.500.000-1.000.000	18,8
				Akademi/Diploma	9,7	Rp.1.000.000-2.000.000	23,7
				Sarjana	16,1	≥ Rp.2.000.000	18,8

Gambaran Pengetahuan Konsumen Mengenai Keamanan Penggunaan Obat dan Informasi Obat

Konsumen apotek memiliki latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda. Sebagian besar konsumen apotek adalah masyarakat awam dan tidak berasal dari latarbelakang pendidikan dibidang kesehatan atau ilmu farmasi. Walaupun demikian, informasi dan presepsi mereka mengenai mengenai keamanan penggunaan sebuah obat dapat diperoleh dari media lain, seperti iklan di televisi, media cetak, brosur obat dan dari tenaga kesehatan yang bekerja di rumah sakit, puskesmas dan lain sebagainya. Tingkat pengetahuan konsumen mengenai keamanan penggunaan obat sudah cukup tinggi dengan kategori jawaban sebesar 2,95 (Gambar 1). Mereka sudah memahami bahwa masing-masing obat memiliki tingkat keamanan yang berbeda

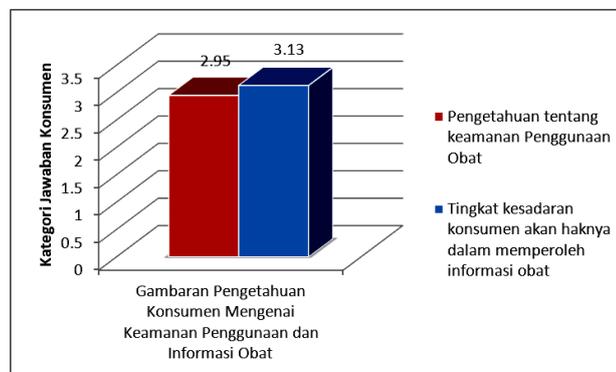
dan penggunaan obat yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan dapat menimbulkan efek yang berbahaya. Menurut konsumen, penyebab dari efek berbahaya suatu obat adalah karena pasien tidak mendapatkan informasi obat yang dibutuhkan atau karena mereka tidak mengerti dengan informasi obat yang mereka dapatkan. Berdasarkan analisa hasil jawaban konsumen terhadap pertanyaan kuisisioner, dapat disimpulkan bahwa konsumen sudah memiliki latar belakang pengetahuan yang memadai mengenai keamanan penggunaan obat.

Hasil jawaban konsumen terhadap pertanyaan dalam kuisisioner juga menyimpulkan bahwa konsumen memiliki tingkat kesadaran yang cukup tinggi akan haknya dalam memperoleh informasi obat yang dibutuhkan. Kategori jawaban konsumen mempunyai nilai rata-rata sebesar

3,13 (gambar 1). Sebagian besar konsumen sangat menyadari kalau mereka mempunyai hak penuh terhadap informasi obat pada setiap kali mereka mendapatkan pengobatan. Sebagian dari mereka sengaja meminta informasi obat yang mereka terima pada tenaga farmasi yang bekerja di apotek.

Penilaian Konsumen terhadap Pelayanan Informasi Obat di Seluruh Apotek Kabupaten Kudus

Pelayanan informasi obat ditinjau dari beberapa aspek pelayanan, diantaranya adalah peranan apoteker, media informasi obat, macam informasi yang dibutuhkan dan penghargaan konsumen terhadap informasi yang diberikan. Kategori penilaian konsumen terhadap pelayanan informasi obat di seluruh apotek Kabupaten Kudus tersaji pada gambar 2.

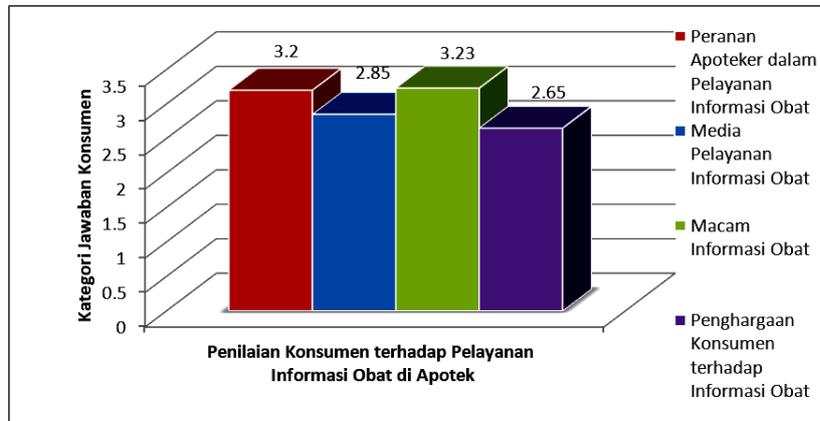


Gambar 1. Nilai kategori tingkat pengetahuan konsumen mengenai keamanan penggunaan obat dan informasi obat

Secara umum, konsumen apotek sangat membutuhkan informasi obat langsung dari apoteker. Penilaian konsumen terhadap pentingnya apoteker dalam pelayanan informasi obat cukup tinggi, dengan nilai kategori jawaban sebesar 3,2. Mereka menginginkan apoteker secara langsung memberikan informasi obat kepada konsumen apotek. Konsumen juga mengharapkan apoteker terlibat aktif dalam

membantu memilihkan obat yang tepat untuk penyakit yang mereka derita serta memberikan konseling di apotek.

Hal ini tentu saja harus didukung dengan keberadaan apoteker di apotek. Pelayanan informasi obat akan lebih optimal jika apoteker selalu berada di apotek dan memberikan pelayanan informasi obat pada jam operasional apotek.



Gambar 2. Kategori Jawaban Konsumen terhadap Pelayanan Informasi Obat di Seluruh Apotek Kabupaten Kudus

Media saluran informasi juga menjadi faktor penentu dalam sistem informasi obat, terutama di apotek. Menurut konsumen, selain dari tenaga kesehatan, informasi obat mudah diperoleh dari televisi dan brosur/leaflet obat. Kedua media informasi ini dipandang cukup penting bagi konsumen dalam memahami informasi obat, dengan kategori jawaban sebesar 2,85. Kenyataan menunjukkan hanya brosur dan leaflet yang banyak tersedia di apotek yang bebas diakses oleh konsumen. Penggunaan televisi sebagai media informasi obat sangat jarang ditemukan di apotek dan dianggap kurang efektif. Hal ini disebabkan karena informasi obat terbatas hanya untuk iklan obat yang bebas dipasarkan. Sebagai wacana, informasi obat bisa dibuat oleh setiap perusahaan farmasi dalam bentuk file video dengan format video CD (VCD) dan dikemas menjadi satu kesatuan dengan obat. Wacana ini bisa dimulai dengan obat-obatan yang memiliki harga yang mahal atau obat dengan resiko efek samping yang tinggi, sehingga setiap konsumen yang mengkonsumsi obat tersebut dapat memahami dengan pasti mengenai obat yang mereka konsumsi.

Konsumen apotek membutuhkan seluruh macam informasi obat. Kategori

jawaban untuk macam informasi obat adalah senilai 3,23 (kategori cukup tinggi). Informasi mengenai khasiat obat, dosis dan cara pakai obat sangat penting bagi seluruh konsumen apotek. Selain itu, sebagian besar konsumen apotek juga memerlukan informasi mengenai frekuensi pemberian, saat pemakaian obat, lama pemakaian obat, efek samping, cara penggunaan obat bersamaan dengan obat lain, makanan dan minuman yang harus dihindari selama pemakaian obat, aktivitas yang harus dihindari, cara penyimpanan dan penggunaan obat pada saat hamil / menyusui.

Penelitian ini juga mengungkap respon konsumen terhadap informasi obat yang diberikan oleh tenaga farmasi di apotek. Respon penilaian konsumen mengenai penghargaan mereka terhadap informasi yang diberikan masih dalam skala sedang dengan nilai kategori jawaban sebesar 2,62. Sebagian konsumen apotek bersedia menjadi pelanggan tetap pada apotek yang menyediakan layanan informasi obat. Hanya sekitar 40 % pasien yang mau memberikan biaya informasi obat yang mereka dapatkan di apotek. Kurangnya respon konsumen apotek terhadap penghargaan informasi obat yang diberikan

oleh tenaga farmasi di apotek dianggap sangat wajar. Hal ini mungkin disebabkan karena belum terbentuknya sistem layanan informasi obat yang dapat secara langsung memberikan manfaat lebih kepada konsumen di apotek. Hal ini perlu menjadi pemikiran mendalam untuk masa yang akan datang, sehingga pelayanan informasi obat dalam mendukung kesembuhan pasien benar-benar diakui oleh masyarakat.

Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek terhadap Pelayanan informasi Obat

Sebagian besar konsumen apotek (61,03%) telah merasa puas dengan pelayanan informasi obat yang diberikan oleh tenaga farmasi yang bekerja di apotek (tabel V). Walaupun demikian, rasa puas bersifat sangat subjektif dan bersifat relatif, sehingga memerlukan pengujian yang berkelanjutan. Adanya usaha dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan informasi obat secara terus menerus tentu saja akan dapat menjaga atau meningkatkan tingkat kepuasan konsumen yang biasanya memiliki korelasi yang positif dengan loyalitas konsumen terhadap apotek.

Tabel V. Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Informasi Obat di Seluruh Apotek Kabupaten Kudus.

Tingkat Kepuasan	(%)
Sangat Puas	22,72
Puas	61,03
Tidak Puas	11,87
Sangat Tidak Puas	1,64

Analisa Tingkat Kesesuaian dan Diagram Kartesius antara Harapan dan Pengalaman Konsumen dalam Menerima Pelayanan Informasi Obat di Apotek

Faktor cara pemberian informasi obat

1. Informasi obat secara lisan yang jelas dan mudah dipahami

Pemberian informasi obat secara lisan yang jelas dan mudah dipahami merupakan salah satu syarat utama keberhasilan pengobatan. Dalam penyampaian informasi obat, sebaiknya digunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sehingga konsumen dengan cepat menangkap maksud penjelasan dari petugas apotek tersebut. Penggunaan bahasa daerah kadang diperlukan untuk menyampaikan informasi obat. Tingkat kesesuaian yang diperoleh adalah sebesar 90,88% dan masuk dalam kuadran B pada diagram kartesius.

2. Informasi obat secara tertulis yang jelas dan mudah dipahami

Informasi obat dalam bentuk tertulis sangat dibutuhkan bagi konsumen yang

tidak sempat mendengarkan informasi obat secara lisan dari petugas apotek. Jenis informasi seperti ini dapat berupa brosur atau keterangan obat lainnya yang berasal dari pabrik maupun ditulis sendiri oleh Apoteker atau tenaga farmasi yang bekerja di apotek. Isi informasi harus jelas, sederhana dan mudah dipahami. Informasi dapat berupa aturan dan cara pakai, khasiat dan indikasi. Tingkat kesesuaian yang diperoleh adalah sebesar 93,62% dan masuk dalam kuadran C pada diagram kartesius.

3. Waktu yang cukup dalam melayani informasi obat pada konsumen

Informasi obat harus diberikan dalam jangka waktu yang cukup agar pesan yang disampaikan kepada konsumen dapat dipahami. Penyediaan waktu yang cukup bagi konsumen untuk menanyakan segala hal tentang obat yang akan digunakannya sangat diperlukan. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 91,92% dan masuk dalam kuadran C pada diagram kartesius.

4. Pelayanan informasi obat yang sopan dan ramah

Sistem pelayanan yang baik harus didukung oleh SDM yang bisa memberikan layanan yang ramah dan bersahabat dengan konsumen. Sistem pelayanan informasi obat di apotek juga harus diberikan oleh petugas yang memiliki kemampuan melayani dengan sikap yang ramah dan sopan. Sikap yang sopan dan ramah bisa dilihat dari mimik muka yang murah senyum dan tutur kata yang lembut tetapi tetap berwibawa sehingga konsumen juga akan hormat dan merasa nyaman. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 92,38% dan masuk dalam kuadran B pada diagram kartesius.

5. Perhatian khusus pada setiap konsumen

Kemampuan apotek untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan nilai tambah di mata konsumen. Apotek harus mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen baik persediaan obat yang lengkap, fasilitas yang mendukung dan harga obat yang terjangkau. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 92,2% dan masuk dalam kuadran C pada diagram kartesius.

6. Proaktif dalam memberi informasi obat

Konsumen sering merasa malu dan takut untuk bertanya secara detail tentang penyakit dan obat yang cocok untuk menyembuhkan penyakitnya kepada tenaga kesehatan di apotek. Tenaga kesehatan harus cakap dan berani bertanya / bersikap proaktif jika melihat konsumen yang merasa demikian. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 93,15% dan masuk dalam kuadran C pada diagram kartesius.

Faktor Penampilan dan Kemampuan Petugas Apotek

1. Petugas apotek meningkatkan kemampuannya dalam memberikan layanan informasi obat

Peningkatan kemampuan dalam memberikan pelayanan informasi obat sangat penting bagi petugas apotek dan konsumen. Terpenuhinya semua kebutuhan dan keinginan konsumen akan memberikan

suatu nilai tambah bagi apotek tersebut di mata konsumen. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 90,56% dan masuk dalam kuadran B pada diagram kartesius.

2. Pengetahuan dan kemampuan petugas apotek memberi informasi yang benar dan lengkap

Konsumen menaruh kepercayaan yang sangat besar pada petugas apotek untuk memberikan informasi obat dengan lengkap dan benar sehingga aman dan manjur bila digunakan. Konsumen menganggap petugas apotek mengetahui semua tentang obat dan penyakit yang mereka derita. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 91,74% dan masuk dalam kuadran B pada diagram kartesius.

3. Jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang diberikan

Konsumen menganggap bahwa obat yang diberikan telah dijamin kebenarannya oleh petugas apotek. Mereka sangat percaya bahwa obat yang diberikan kepada mereka pasti benar, tidak salah dan dapat menyembuhkan penyakit yang dideritanya. Tingkat kesesuaian yang diperoleh adalah sebesar 90,27% dan masuk dalam kuadran A pada diagram kartesius.

4. Kerapian dan kebersihan penampilan petugas apotek

Petugas apotek yang selalu tampil rapi, bersih, sopan akan disukai oleh konsumen. Daya tarik ini ditambah lagi jika petugas tersebut memiliki keahlian yang baik dalam memberi pelayanan informasi obat. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 96,07% dan masuk dalam kuadran D pada diagram kartesius.

Faktor sarana dan prasarana fisik pelayanan informasi obat

1. Ruangan khusus dalam melayani informasi obat

Pemberian informasi obat pada konsumen dengan penyakit tertentu yang menimbulkan rasa malu sebaiknya dilakukan di ruangan khusus. Ruangan khusus ini digunakan untuk kegiatan konseling antara

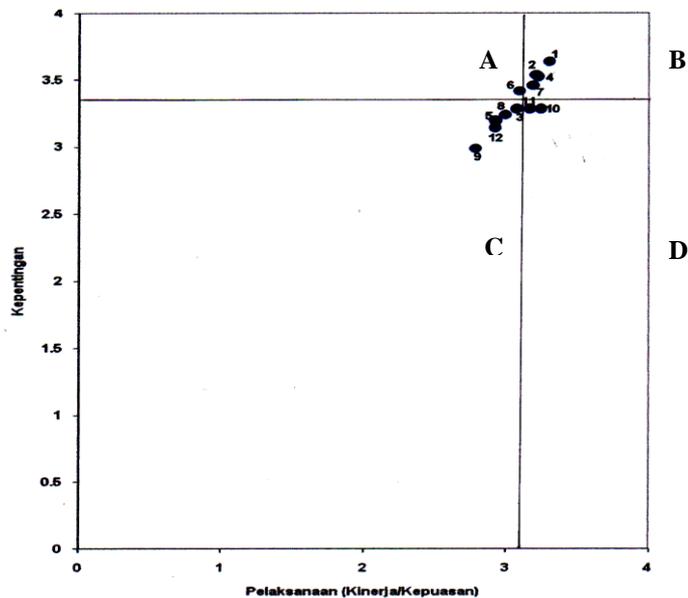
apoteker dengan konsumen apotek mengenai perkembangan penyakitnya setelah menggunakan obat yang diberikan petugas apotek. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 93,16% dan masuk dalam kuadran C pada diagram kartesius.

- Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan pelayanan informasi obat

Faktor kebersihan tidak hanya menyangkut kebersihan ruangan dalam apotek, akan tetapi juga menyangkut kerapian dan keindahan pengaturan ruang tunggu, tempat obat ataupun keindahan

apotek dari luar. Pemilihan warna yang tepat dapat menarik perhatian konsumen. Tingkat kesesuaian yang diperoleh sebesar 98,69% dan masuk dalam kuadran D pada diagram kartesius.

Hasil analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bentuk diagram kartesius tersaji pada gambar 3. Hanya satu faktor saja yang dianggap konsumen perlu untuk ditingkatkan (faktor dalam kuadran A), yaitu faktor jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang diberikan.



Gambar 3. Diagram Kartesius Hasil Analisis Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kinerja/Kepuasan Konsumen terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Menerima Pelayanan Informasi Obat.

KESIMPULAN

- Konsumen apotek di wilayah Kabupaten Kudus memiliki latar belakang pengetahuan yang memadai tentang penggunaan obat dan sudah memiliki kesadaran akan haknya untuk memperoleh informasi obat yang mereka butuhkan.
- Konsumen apotek di wilayah Kabupaten Kudus menilai Apoteker sangat

berperan dalam pelayanan informasi obat di apotek.

- Jenis pelayanan yang diinginkan oleh konsumen apotek tentang macam informasi obat yang lebih diprioritaskan oleh mereka adalah khasiat obat, dosis obat dan cara pakai. Konsumen masih ragu-ragu untuk memberikan uang jasa bagi pelayanan informasi obat yang diberikan tenaga kesehatan di apotek.

4. Harapan konsumen apotek terhadap pelayanan informasi obat di Kabupaten Kudus yang perlu ditingkatkan adalah adanya jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang diberikan.
5. Sebagian besar konsumen apotek (61,03 %) merasa puas dengan pelayanan informasi obat di seluruh apotek Kabupaten Kudus. Persentase kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen dalam menerima informasi obat di apotek berkisar 90% - 99%

DAFTAR PUSTAKA

- Hartini, Y.S., 2007, *Apotek, Ulasan beserta Naskah Peraturan Perundang-Undangan terkait Apotek termasuk Naskah dan Ulasan Permenkes tentang Apotek Rakyat*, edisi revisi, 13-14, 252, 509-511, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Satibi, Yasin, N.M. dan Machali, 2004, Penilaian Konsumen terhadap Peran Apotek sebagai Tempat Pelayanan Informasi Obat di Kabupaten Sleman, dalam *Risalah Temu Ilmiah Bidang Farmasi Klinik* 9 Oktober 2004, 27-35, Bagian Farmakologi dan Farmasi Klinik, Fakultas Farmasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Supranto, J., 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, 44, 231, 241-242, PT Asdi Mahasatya, Jakarta.