BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat kompetitif, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Berbagai macam aspek perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis tersebut, misalkan saja pada aspek pelanggan perusahaan. Pelanggan merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan, yaitu sebagai sumber penghasilan yang dapat memberikan keuntungan dari proses bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Sehingga semakin banyak pelanggan yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan diperoleh keuntungan yang lebih besar juga. Untuk mendapatkan pelanggan yang banyak maka perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, seperti memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kualitas layanan sebuah produk atau jasa. Oleh karena itu, sangat perlu diperhatikan peningkatan kualitas pelayanan agar jumlah pelanggan akan bertambah dan keuntungan perusahaan semakin meningkat. Hakikatnya pelanggan memang harus dipuaskan, karena jika mereka tidak puas tentunya akan meninggalkan perusahaan, dan akan memilih pesaing. Hal ini tentunya akan menurunkan penjualan dan laba, bahkan dapat menyebabkan kerugian (Supranto, 2011). Oleh karena itu, pentingnya pengukuran tingkat kepuasaan pelanggan agar perusahaan mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan pelanggan tersebut tidak puas dan dapat dilakukan evaluasi serta perbaikan mutu.

Aspek mutu produk terdiri dari barang atau jasa. Di dalam perusahaan jasa (non manufacturing) pengukuran bisa mencakup, waktu untuk menyelesaikan suatu jasa, atau banyaknya kesalahan tertulis pada suatu formulir khusus. Pengetahuan persepsi dan sikap pelanggan tentang organisasi bisnis akan meningkatkan peluangnya untuk membuat keputusan bisnis lebih baik. Organisasi bisnis akan mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan dan akan dapat menentukan apakah memang dapat memenuhinya dengan cara yang memuaskan.

Salah satu contoh mengenai bisnis yang memiliki persaingan yang kompetitif dalam menjalankan bisnisnya yaitu Apotek. Apotek merupakan salah satu sarana kesehatan serta tempat dilakukan pekerjaan Kefarmasian, penyaluran sediaan Farmasi dan perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnisnya, Apotek sangat diperlukan penanganan yang profesional terhadapat permintaan para pelanggannya agar tidak terjadi kesalahan pemberian obat yang berakibat sangat fatal. Menurut data dari Kementrian Kesehatan RI pada tahun 2009 terdapat 143 Apotek yang terdaftar di provinsi Kalimantan barat sedangkan pada bulan januari 2016 menurut data dari Kementrian Kesehatan RI terdapat ±223 Apotek yang berada di Kota Pontianak. Dari data yang ada, terjadi peningkatan jumlah Apotek dari tahun 2009-2016 sehingga terdapat adanya persaingan yang semakin meningkat antara Apotek yang ada di Kota Pontianak.

Apotek Yana Medical Center merupakan Apotek yang berdiri sejak bulan november tahun 2014 di Kecamatan Kubu Raya provinsi Kalimantan Barat. Apotek Yana Medical Center memiliki keunggulan yaitu sejak berdirinya Apotek, Apotek sudah dikenal oleh masyarakat dan memiliki pelanggan karena lokasi Apotek Yana Medical Center berada pada klinik Yana Medical Center yang lebih dahulu didirikan. Apotek Yana Medical Center memiliki visi yaitu sebagai Apotek yang berorientasi kepada pelanggan dengan mengutamakan pelayanan Kefarmasian secara profesional. Berdasarkan tahun berdirinya, maka Apotek Yana Medical Center dapat dikatakan Apotek baru karena baru menjalankan usahanya selama ± 1 tahun lebih dan harus bisa bersaing dengan Apotek yang sudah ada sebelumnya. Adapun data Apotek pesaing yang berada disekitar wilayah Apotek Yana Medical Center adalah, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Apotek Pesaing Yana Medical Center

No	Nama	Jarak dari Apotek YMC	Keterangan
1.	Apotek Al-qowiy	2,1 km sebelah utara	Pontianak
2.	Apotek Kimia Farma	2 km sebelah utara	Pontianak
3.	Apotek Felicia	1,6 km sebelah utara	Pontianak
4.	Apotek Pelangi Kotabaru	1,4 km sebelah utara	Pontianak
5.	Apotek DM Farma	1,2 km sebelah barat	Pontianak
6.	Apotek Medika	600 m sebelah selatan	Kuburaya

Berdasarakan data yang ada, menunjukan adanya persaingan dalam menarik para pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan menjadikan Apotek mereka sebagai pilihan. Medical Center tidak dapat memperlakukan para pelanggannya dengan tidak memikirkan kepentingan kebutuhan para pelanggannya, karena dapat berakibat para pelanggan Apotek Yana Medical Center pindah menjadi pelanggan Apotek para pesaing yang ada di sekitar Apotek Yana Medical Center. Oleh karena itu, pentingnya memuaskan para pelanggan agar mereka loyal kepada Apotek dan jika membutuhkan persediaan obat, maka mereka akan memilih Apotek Yana Medical Center.

Apotek Yana Medical Center bukan merupakan Apotek tunggal yang berada di daerah Kubu Raya (ditunjukan berdasarkan Tabel 1.1) sehingga adanya kemungkinan pelanggan akan pindah ke Apotek yang lainnya. Kehilangan Pelanggan dapat berpengaruh terhadap penurunan jumlah penjualan, karena pelanggan merupakan pihak yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh Apotek Yana Medical Center dan dapat dikatakan pelanggan merupakan sumber penghasilan bagi Apotek. Menurut data penghasilan yang diterima oleh Apotek Yana Medical Center, terdapat penurunan penghasilan yang diterima oleh Apotek. Terjadi penurunan penghasilan dari Apotek Yana Medical Center dari bulan juli hingga Desember 2015 sebesar ±15%. Penurunan ini terjadi karena berbagai faktor diantaranya dikarenakan oleh faktor adanya penurunan pelanggan yang membeli kebutuhannya di Apotek Yana Medical Center. salah hal yang menyebabkan pelanggan menurun karena pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek Yana Medical Center. Oleh karena itu pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan agar mereka merasa senang dan menjadi loyal kepada Apotek.

Layanan Kefarmasian sesuai dengan standar seharusnya mutlak didapatkan oleh para pelanggan Apotek. Hal ini dikarenakan, selain menjadi tuntutan profesionalisme juga dapat dilihat sebagai faktor yang menarik minat pelanggan terhadap pembelian obat di Apotek. Pelayanan Kefarmasian diantaranya meliputi penampilan Apotek, keramahan petugas, pelayanan formasi obat, ketersediaan obat, dan kecepatan pelayanan. Menurut Mashuda, Suatu pelayanan Farmasi juga dikatakan baik apabila lama pelayanan obat dari pasien menyerahkan resep sampai pasien menerima obat dan informasi obat diukur dengan waktu dan melakukan kegiatan Kefarmasian berdasarkan prosedur tetap yang telah ditetapkan (Mashuda, 2011).

Kualitas pelayanan Apotek sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke Apotek yang sama, hal ini akan menjadi promosi dari mulut ke mulut bagi calon pelanggan lainnya yang dapat berpengaruh sangat positif bagi usaha Apotek. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai evaluasi pasca komunikasi bahwa produk yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Kepuasan merupakan pengalaman yang akan mengendap di dalam ingatan pasien sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian ulang suatu produk yang sama.

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek sangat diperlukan karena dampaknya dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Untuk mengetahui bagaimana seorang pelanggan puas terhadap layanan serta keakurasian pemberian obat terhadap resep yang diberikan, maka diperlukan analisis kepuasan pelanggan. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam menganalisis tingkat kepuasan pelanggan yaitu dengan menggunakan metodel *Servqual*.

Servqual berasal dari kata *Service Quality* yang artinya kualitas layanan. Metode *Servqual* didasarkan pada *"Gap Analysis Model"* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1988, 1990, 1991, 1993, 1994), yang berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Tjiptono, 2005). Pengukuran kualitas produk atau jasa dalam model *Servqual* didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan

persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Dimensi utama kualitas produk atau jasa tersebut adalah reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Tjiptono, 2000).

Berdasarkan uraian di atas, bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang penting bagi Apotek dan pentingnya mempertahankan pelanggan agar setia kepada Apotek dengan tujuan penghasilan Apotek dapat meningkat. Selain itu salah satu upaya untuk mencapai visi dari Apotek Yana Medical Center dibutuhkan analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek, sehingga Apotek dapat menentukan bagaimana pelayanan Farmasi yang sesuai standar dan seharusnya diterima oleh para pelanggan sesuai dengan harapannya agar mereka merasa puas terhadap layanan yang didapatkan. Untuk itu penulis ingin melakukan penelitian mengenai bagaimanakah tingkat kepuasan para pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek Yana Medical Center sesuai dengan harapan pelanggan atau tidak. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan metode *Servqual* dan pengisisan kuisioner sebagai alat pengumpulan data serta menggunakan dimensi pelayanan yang terdiri dari, reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka permaslahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini , yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh Apotek Yana Medical Center sudah memenuhi harapan pelanggannya ?
2. Apakah para pelanggan sudah merasa puas atau tidak terhadap pelayanan yang diberikan Apotek Yana Medical Center ?
3. Atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas sehingga perlu diperhatikan dan diperbaiki dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Apotek Yana Medical Center ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat terfokus pada pemecahan masalah berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka penelitian dilakukan dengan batasan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di Apotek Yana Medical Center.
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar 120 kuesioner kepada responden secara acak yang terdiri dari para konsumen Apotek Yana Medical Center
3. Individu-individu yang dijadikan sampel adalah konsumen yang kebetulan berada ditempat penelitian untuk dijadikan sumber data.
4. Data yang berasal dari kuesioner diolah menggunakan *software* SPSS versi 19
5. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990).

1.4 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang diuraikan sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mendapatkan hasil analisis kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh Apotek Yana Medical Center sudah memenuhi harapan pelanggannya atau tidak.
2. Untuk mendapatkan nilai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Apotek Yana Medical Center kepada para pelanggannya.
3. Untuk mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas sehingga perlu diperhatikan dan diperbaiki dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Apotek Yana Medical Center.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan penyelesaian kasus peningkatan kualitas layanan dengan menggunakan metode *Servqual*.

2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak penyedia jasa terkait dalam mensukseskan tujuan peningkatan kualitas layanan.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar penelitian sebagai Tugas Akhir ini lebih tersusun dan terarah, maka dalam penyusunannya disertakan sistematika penulisan berdasarkan urutan bab demi bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan diuraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Berisi uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Disamping itu juga berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar-dasar teori untuk mendukung kajian yang dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Mengandung uraian tentang bahan atau materi penelitian, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang dipakai dan sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Menguraikan tentang data-data yang dihasilkan selama penelitian, kemudian pengolahan data dengan metode yang telah ditentukan hasil analisa.

BAB V : PEMBAHASAN

Membahas hasil penenlitian dari hasil penelitian yang dilakukan, untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasinya atau saran yang diberikan untuk penelitian lanjutan.

BAB VI : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh melalui pembahasan hasil penelitian. Rekomendasi atau saran-saran yang diberikan, baik terhadap peneliti sendiri maupun untuk penelitian lanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN