

**MANAJEMEN PELAYANAN
DI APOTEK P. BHAKTI KENCANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SERVICE MANAGEMENT
IN APOTEK P. BHAKTI KENCANA TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION**

Mamay Maulana Sobandi*, Aris Suhardiman

Sekolah Tinggi Farmasi Bandung, Jalan Soekarno Hatta No 754 Cibiru Bandung

Email: mamay.maulana@stfb.ac.id

Received: 20 January 2019; Revised: February 2019; Accepted: April 2019; Available online: May 2019

ABSTRACT

Service can basically be said to be an action and treatment or a way of serving others to fulfill what is their needs and desires. The level of customer satisfaction for a service can be measured by comparing the expectations of consumers to the quality of services desired by the reality they receive or feel. This study looks at the gap between the services provided and the services felt by consumers at the P. Bhakti Kencana Pharmacy. This research uses descriptive type. Descriptive method is a method of research carried out with the main purpose of making a description or description of a situation objectively. This study uses a type of primary data, namely the type of data obtained by direct collection by researchers such as the results of the questionnaire. The results of the study show the five dimensions namely Tangibles (Reality), Empathy (Sympathy), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsibility) and Assurance (Certainty).

Keywords: Service quality, customer satisfaction, descriptive method.

ABSTRAK

Pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan suatu tindakan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Tingkat kepuasan konsumen atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakan. Penelitian ini melihat kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen di Apotek P. Bhakti Kencana. Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu jenis data yang didapat dengan cara pengumpulan langsung oleh peneliti seperti data hasil dari kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan ke lima dimensi yaitu *Tangibles* (Kenyataan), *Empathy* (Simpati), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan) dan *Assurance* (Kepastian).

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, metode deskriptif.

PENDAHULUAN

Buruknya kualitas jasa (pelayanan) atau manajemen jasa yang di berikan perusahaan atau institusi publik kepada para konsumen, sudah sejak lama disadari mengakibatkan banyak kerugian bagi perusahaan. Jasa yang diberikan kepada konsumen juga sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Konsumen pada masa sekarang sudah mulai selektif untuk mencari tempat yang pelayanan yang bagus.

Para pengelola Apotek untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumennya masing-masing untuk itu pengelola Apotek berusaha meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan menerapkan system Manajemen tertentu. Kualitas pelayanan yang kurang baik maka akan memberikan efek tidak nyaman bagi konsumen yang datang dan lama kelamaan konsumen mulai beralih untuk memilih jasa Apotek yang lain. Dengan kondisi persaingan yang ketat saat ini hal utama yang harus di prioritaskan oleh Apotek adalah kepuasan kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing. Pengelola Apotek harus tahu apa yang di anggap penting oleh pengelola usaha untuk menghasilkan kinerja (Performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

Perkembangan dan peningkatan pelayanan Apotek dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan di berbagai tempat. Memberikan pelayanan yang baik terhadap semua orang adalah tugas yang mulia terlebih bagi mereka yang bekerja di bidang pelayanan.

Hal ini yang menjadi perhatian bagi peneliti apakah dengan banyaknya apotek yang ada ,pihak pengelola masih mengutamakan kualitas pelayanan yang baik, khususnya di bidang kualitas layanan yang memberikan kepada konsumen yang datang, dengan demikian apakah pelayanan yang di berikan kepada konsumen sesuai dan tepat. Sehingga bisa memberikan efek kepuasan bagi konsumen.

Menurut Schnaars (1991) Pada dasarnya tujuan dari pada bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (Word of Mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Pengertian pemasaran suatu proses sosial yang di dalamnya ada individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler : 2003). Pengertian Kepuasan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang di rasakannya dengan harapannya.

Menurut Kotler (2002) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan ,perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di apotek

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Apotek P. Bhakti Kencana.

Sample

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan teknik sampling yang telah ditetapkan sebagai wakil populasi itu. Besarnya sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 200. Metode sampel yang digunakan adalah metode *Purposive sampling* (sampel purposive atau sampel bertujuan) yaitu metode pengambilan sampel dengan cara mengambil anggota sampel dengan sengaja, dengan ketentuan pada ciri-ciri tertentu yaitu

konsumen yang melakukan pembelian atau transaksi di Apotek yang dianggap memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi dan dengan catatan bahwa sampel tersebut mewakili populasi (J.Supranto,1997:47).

Dalam penelitian ini, penulis akan meminta konsumen yang pernah atau yang sedang memakai jasa Apotek dalam melakukan transaksi pembelian sebagai responden untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Sampel yang diambil sebanyak 200 responden karena 200 responden dianggap sudah mewakili keseluruhan dari populasi

Variabel Penelitian

Variable adalah segala sesuatu yang dapat di jadikan objek penelitian atau faktor-faktor yang berperan dalam perumusan masalah.

Dalam penelitian ini maka yang menjadi variable penelitian adalah

1. Profil dari konsumen yang melakukan pembelian di Apotek menurut jenis kelamin, golongan usia, dan tingkat pendidikan.
2. Kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Apotek.
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Apotek

Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu jenis data yang didapat dengan cara pengumpulan langsung oleh peneliti seperti data hasil dari kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner terdiri dari 18 pertanyaan yang terbagi dalam 6 bagian yaitu:

- A. *Tangibles*, dengan 3 indikator yaitu :
 1. Apakah bangunan Apotek terlihat bersih dan indah
 2. Apakah Apotek memiliki ruang tunggu yang cukup lengkap
 3. Apakah petugas berpenampilan rapi dan bersih
- B. *Empathy*, dengan 3 indikator, yaitu
 1. Petugas memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan memahami kebutuhan konsumen
 2. Petugas mendengarkan keluhan tentang penyakit yang anda derita serta memberikan jalan keluar dalam konsultasi
 3. Petugas di dalam melayani bersikap sopan dan ramah
- C. *Reliability*, dengan 3 indikator, yaitu
 1. Petugas memberikan pelayanan secara teliti, hati-hati dan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan
 2. Petugas membantu jika ada permasalahan Konsumen
 3. Petugas memberikan informasi yang mudah dan di mengerti
- D. *Responsiveness*, dengan 3 indikator, Yaitu
 1. Petugas tanggap melayani Konsumen
 2. Petugas menerima dan melayani dengan baik
 3. Petugas memberlakukan tindakan secara tepat dan cepat
- E. *Assurance*, dengan 3 indikator, yaitu
 1. Petugas mempunyai kemampuan dan pengetahuan dalam menetapkan diagnose penyakit anda cukup baik, sehingga mampu menjawab setiap pertanyaan
 2. Petugas memberikan informasi obat yang benar dan lengkap
 3. Petugas melayani dengan sikap meyakinkan sehingga Konsumen merasa aman
- F. Kepuasan konsumen, dengan 3 indikator, yaitu
 1. Apakah anda akan selalu datang ke Apotek P. Bhakti Kencana
 2. Apakah anda akan selalu memanfaatkan pelayanan Apotek P. Bhakti Kencana
 3. Apakah anda akan mencriterakan kebaikan & merekomendasikan Apotek P. Bhakti Kencana kepada keluarga atau orang lain

Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan secara manual menggunakan kuesioner atau angket. Angket ini dilakukan dengan mengedarkan suatu daftar pertanyaan yang berupa formulir – formulir diajukan

secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapat tanggapan, informasi, jawaban dan sebagainya.

Pengolahan Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan dan analisis data. Hasil pengolahan dan analisis data dirumuskan dalam kesimpulan penelitian.

Data hasil penelitian diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut

1. *Editing*

Memeriksa data yang telah dikumpulkan berupa daftar pertanyaan

2. *Coding*

Dengan cara memberikan kode atau tanda tertentu pada setiap jawaban yang telah diberikan di dalam kuesioner

3. *Tabulasi*

Pengorganisasian data sedemikian rupa agar dengan mudah dapat dijumlah, disusun, dan ditata untuk disajikan dan dianalisis.

Analisis Data

Pada kusioner bagian harapan dan kinerja masing-masing pertanyaan di beri penilaian dengan bobot berbeda berdasarkan skala Likert (Rangkuti,1997 : 66). Untuk penilaian dan bobot untuk bagian kualitas layanan dan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

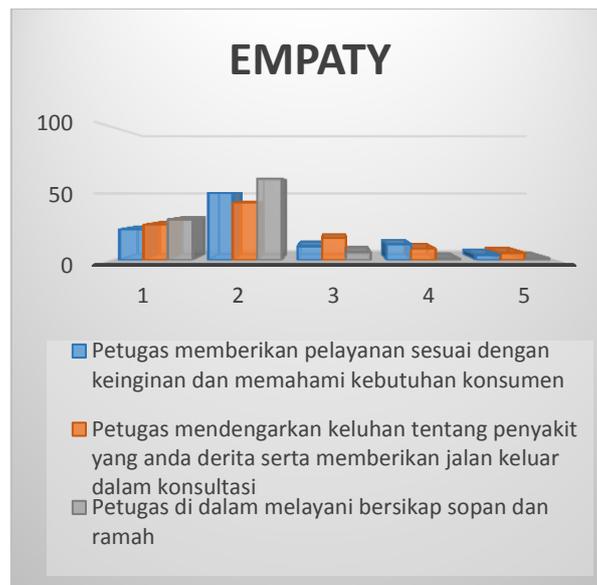
Data penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden. Analisis yang akan disajikan terdiri dari analisis deskriptif data penelitian. Data penelitian ini merupakan hasil jawaban responden dalam mengisi pertanyaan pada angket penelitian yang disebarakan. Pada analisis penelitian, penulis uraikan berdasarkan kepada operasionalisasi variabel penelitian

Data hasil kuesioner ditabulasi, tiap alternative jawaban akan diberi bobot dengan mengkalikan tiap frekuensi alternatif jawaban dengan bobotnya. Deskripsi dan operasionalisasi konsep-konsep dalam angket ini dilakukan berdasarkan pengamatan terhadap gejala-gejala dilapangan. Penulis memaparkan dan memberikan penjelasan terhadap pertanyaan-pertanyaan untuk variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen yang telah diklasifikasikan dalam kategori sangat kurang, kurang, cukup, naik dan sangat baik. Sementara untuk variabel kepuasan kerja dikategorikan sangat rendah, rendah, baik dan sangat baik



Gambar 1. Data Tangible

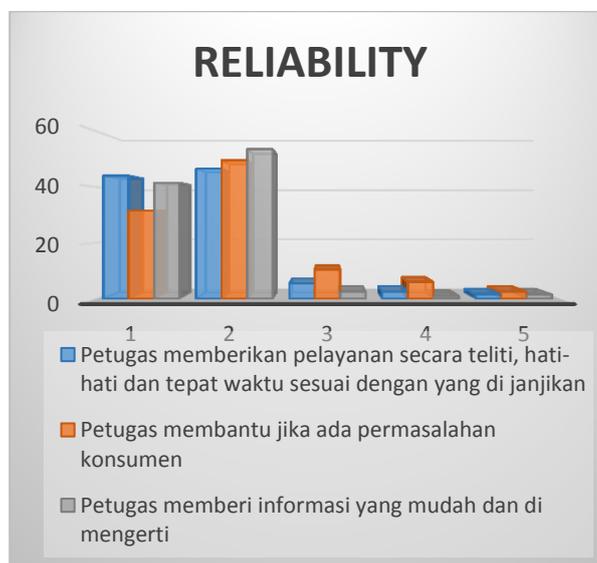
Dari data yang di peroleh terhadap penilaian tangible (Kenyataan) bahwa konsumen menilai terhadap bangunan apotek, ruang tunggu dan penampilan petugas, untuk bangunan apotek jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 35, untuk ruang tunggu jumlah responden yang terbesar menilai ragu-ragu sebanyak 32, sedangkan untuk penampilan petugas bersikap rapi dan bersih jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 52.



Gambar 2. Data Empaty

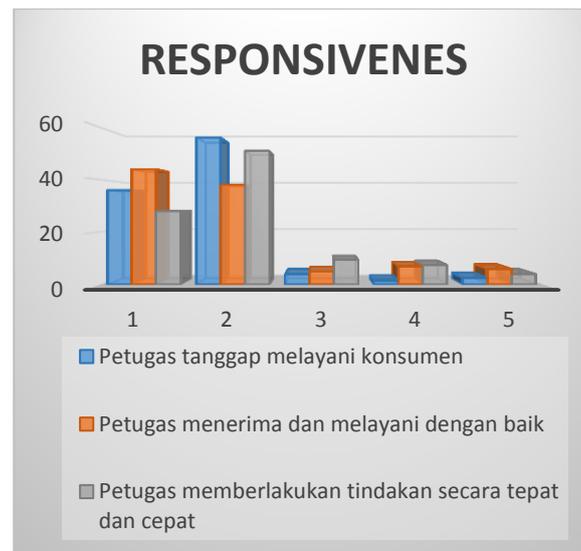
Dari data yang di peroleh terhadap penilaian Empaty (Simpati) bahwa konsumen menilai terhadap pelayanan petugas sesuai dengan keinginan dan memahami kebutuhan konsumen, mendengarkan keluhan dan petugas melayani bersikap sopan dan ramah.

Untuk petugas memberikan pelayanan sesuai keinginan jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 51, untuk petugas mendengarkan keluhan responden menilai setuju sebanyak 43 sedangkan untuk petugas dalam melayani bersikap sopan dan ramah jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 61.



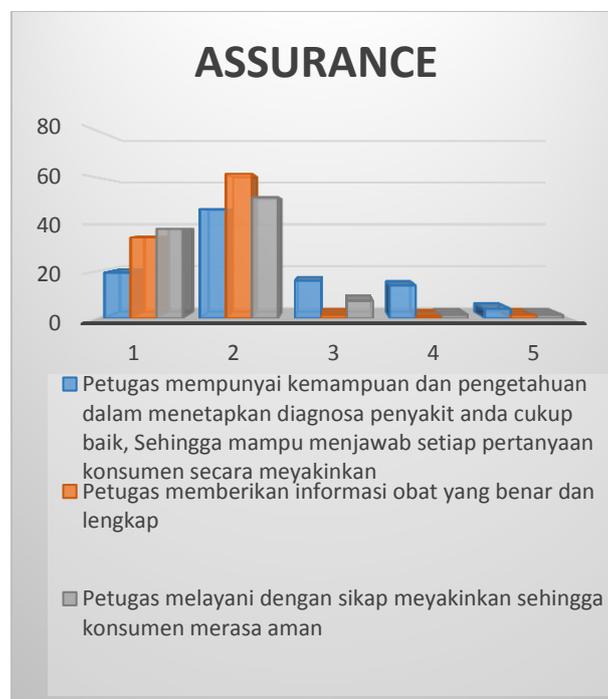
Gambar 3. Data Reliability

Dari data yang di peroleh terhadap penilaian Realiability (Keandalan) bahwa konsumen menilai terhadap petugas memberikan pelayanan terhadap memberikan pelayanan, membantu jika ada permasalahan konsumen dan memberikan informasi yang mudah dan di mengerti. Untuk petugas memberikan pelayanan secara teliti jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 47, untuk petugas membantu jika ada permasalahan responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 50 sedangkan untuk petugas dam memberikan informasi yang mudah di mengerti jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 54



Gambar 4. Data Responsiveness

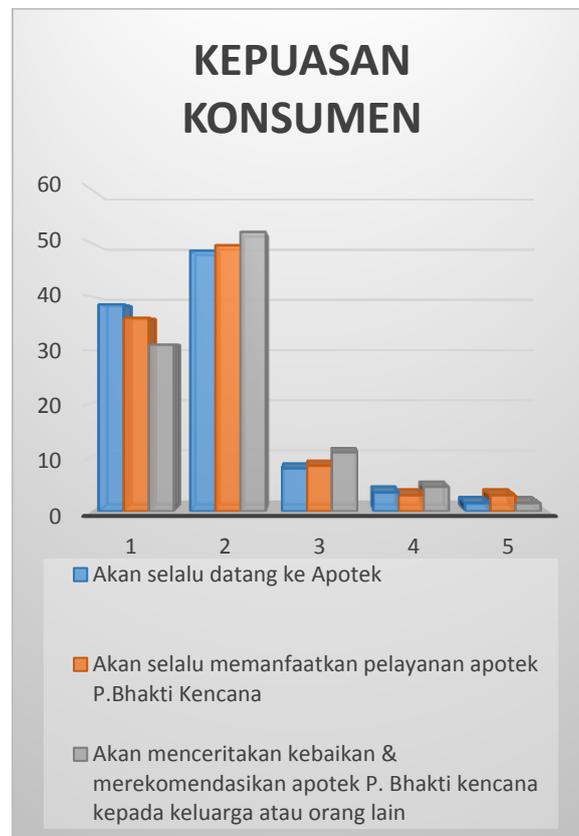
Dari data yang di peroleh terhadap penilaian Responsiveness (Ketanggapan) bahwa konsumen menilai terhadap petugas tanggap melayani konsumen, menerima dan melayani dengan baik dan memberlakukan tindakan secara tepat dan cepat, untuk petugas tanggap melayani jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 56, untuk petugas menerima dan melayani dengan baik jumlah responden yang terbesar menilai sangat setuju sebanyak 44 sedangkan untuk petugas dalam memberlakukan tindakan secara tepat dan cepat jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 51.



Gambar 5. Data Assurance

Dari data yang di peroleh terhadap penilaian Assurance (kepastian) bahwa konsumen menilai terhadap petugas dalam menjawab kepastian setiap pertanyaan konsumen secara meyakinkan, memberikan informasi obat yang benar dan lengkap dan melayani dengan sikap meyakinkan, memberi informasi obat yang benar dan lengkap dan melayani dengan sikap meyakinkan

sehingga konsumen merasa aman dan cepat. Untuk petugas menjawab pertanyaan konsumen jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 47, untuk petugas memberikan informasi obat yang baik dan lengkap responden yang terbesar menjawab setuju sebanyak 62 dan melayani dengan sikap meyakinkan jumlah responden yang terbesar menilai setuju sebanyak 52.



Gambar 6. Data Kepuasan Konsumen

Dari data yang di peroleh terhadap penilain kepuasan konsumen, bahwa konsumen akan selalu datang ke apotek, akan selalu memanfaatkan pelayanan apotek dan akan menceritakan kebaikan & merekomendasikan apotek kepada keluarga dan orang lain jumlah responden yang menjawab setuju akan selalu datang ke apotek sebesar 49, akan selalu memanfaatkan pelayanan apotek jumlah responden yang menjawab setuju sebesar 50 dan akan menceritakan kebaikan & Merekomendasikan kepada keluarga dan orang lain jumlah responden yang menjawab setuju sebesar 52.

Deskripsi Kualitas Layanan

Untuk mengetahui gambaran mengenai kualitas layanan digunakan analisis statistik deskriptif. Kualitas layanan memiliki 5 dimensi, dan masing-masing dimensi mempunyai beberapa indikator/item. Kelima dimensi kualitas pelayanan adalah *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*.

KESIMPULAN

- Berdasarkan dari hasil penelitian dengan menggunakan Metode deskriptif bahwa kebanyakan yang berkunjung ke apotek P. Bhakti Kencana adalah konsumen yang sudah menikah antara usia 25 -55 tahun.
- Kualitas pelayanan di apotek P. Bhakti Kencana termasuk kategori baik artinya kualitas pelayanan mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik di hati konsumen.
- Kepuasan Konsumen berdasarkan hasil analisa dalam menggunakan metode Deskriptif apotek P. Bhakti Kencana masuk dalam katagori baik hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan selalu setia menggunakan apotek P. Bhakti Kencana.

- d. Dari hasil Analisa Variable *Assurance* dan *Empathy* memiliki respon yang paling baik terhadap kualitas pelayanan di apotek P. Bhakti Kencana sedangkan Variable *tangible*, *Realibility* dan *Resvonsivenes* memiliki nilai yang cukup baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahmat Hidayat, 2009. Pengaruh kualitas pelayanan, Pelayanan produksi dan nilai terhadap kepuasan. Sinambela, 2016. Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta : Bumi Aksara
- Sutisna, Sunyoto, 2013. Prilaku Konsumen dan Prilaku Pemasaran Jakarta : PT. Remaja Rosda Karya.
- Kotler, dan Keller, 2012. Manajemen Edisi 12, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, 2014. Prinsip - Prinsip Manajemen Edisi 14 Jilid 1 Jakarta : Erlangga.
- Sugiono, 2016. Statistik untuk penelitian cetakan 27, Alfabetha Bandung.
- Rahmayani, Nina, 2010. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Soekanto Soejono, 1995. Penilaian Organisasi Pelayanan Publik, Jakarta.
- Supranto, 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Rineke Cipta, Jakarta.
- Rambat Lupiyoad dan A. Hamdani, 2008. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat Jakarta.
- Adam, Muhamad, 2015. Manajemen Pemasaran Jasa, Bandung : Alfabeta.