



## PERSEPSI KONSUMEN terhadap PELAYANAN KEFARMASIAN APOTIK di JEMADI NATURAL

### *The Perception of Consumer on Pharmaceuticals Services in Jemadi Natural Pharmacy*

Bustami<sup>1\*</sup>, Khairani Fitri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Farmasi, Fakultas Farmasi dan Kesehatan Umum, Institut Kesehatan Helvetia

<sup>2</sup>Dosen Farmasi, Fakultas Farmasi dan Kesehatan Umum, Institut Kesehatan Helvetia

#### ABSTRAK

**Pendahuluan:** Masyarakat Indonesia saat ini membutuhkan pelayanan kesehatan yang bermutu berdasarkan lima dimensi yaitu *tingable* (bukti nyata), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian). **Tujuan:** untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan kefarmasian yang diterapkan di Apotek Jemadi Natural Tahun 2017. **Metode:** Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian deskriptif. Jumlah sampel 172 orang. Hasil penelitian dianalisis menggunakan analisis univariat. **Hasil:** penelitian pelayanan kefarmasian adalah *Tingable* konsumen yang mengatakan tidak baik sebanyak 24 orang (14%), cukup baik sebanyak 18 orang (10,5%), baik sebanyak 97 (56,3%), dan sangat baik 33 (19,2%). *Reliability* konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), baik 61 orang (35,5%), dan sangat baik 100 orang (58,1%). *Responsiveness* konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 16 orang (9,3%), baik 99 orang (57,6%), dan sangat baik 57 orang (33,1%). *Assurance* konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 14 orang (8,1%), baik 60 orang (34,9%), dan sangat baik 98 orang (57%). *Empathy* konsumen yang mengatakan tidak baik sebanyak 1 orang (0,6%), cukup baik sebanyak 9 orang (5,2%), baik 95 orang (55,2%), dan sangat baik 97 orang (39%). **Kesimpulan:** penelitian ini yaitu persepsi konsumen pelayanan kefarmasian di apotek Jemadi Natural lebih banyak mengatakan baik dalam arti pelayanan kefarmasian sudah lebih memperhatikan kekurangan fasilitas salah satunya parkir, ruang tunggu, pelayanan, buktinyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan perhatian di apotek Jemadi Natural.

**Kata kunci:** Pelayanan Kefarmasian, Persepsi Konsumen

#### ABSTRACT

**Intoduction:** The Indonesian people currently need quality health services based on five dimensions, namely *tingable* (real evidence), *reliability*, *responsiveness*, *assurance* and *empathy* (attention). **Objective:** to find out how consumers perceive pharmaceutical services that are applied at the Jemadi Natural Pharmacy in 2017. **Method:** This research was conducted using descriptive research. The total sample is 172 people. The results of the study were analyzed using univariate analysis. **Results:** pharmaceutical service research is *Tingible* consumers who say no good as many as 24 people (14%), good enough as many as 18 people (10.5%), both as many as 97 (56.3%), and very good 33 (19, 2%). *Reliability* of consumers who say no good is not there, good enough as many as 11 people (6.4%), good 61 people (35.5%), and very good 100 people (58.1%). *Responsiveness* of consumers who say no good is not there, quite good as many as 16 people (9.3%), good 99 people (57.6%), and very good 57 people (33.1%). *Assurance* of consumers who say no good is not there, good enough as many as 14 people (8.1%), good 60 people (34.9%), and very good 98 people (57%). *Empathy* consumers who say no good as many as 1 (0.6%), quite good as many as 9 people (5.2%), good 95 people (55.2%), and very good 97 people (39%). **Conclusion:** this research is that consumers' perceptions of pharmaceutical services at the Jemadi Natural pharmacy say more in the sense that pharmaceutical services have paid more attention to the lack of facilities such as parking, waiting room, service, real evidence, reliability, responsiveness, assurance, and attention at the Jemadi Natural pharmacy.

**Keyword:** Pharmaceutical services, consumer perceptions

Alamat Korespondensi

Bustami: Institut Kesehatan Helvetia, Jalan Kapten Sumarsono No. 107, Helvetia, Medan, Indonesia 20124. Email: bustami@gmail.com

## PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dibidang kefarmasian membuat orientasi pelayanan kefarmasian dari pengelolaan obat sebagai komoditi kepada pelayanan yang komprehensif (*pharmaceutical care*) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien.<sup>1</sup> Hal ini bisa dilihat dari 25% tingkat kesembuhan pasien diharapkan diperoleh dari kenyamanan serta baiknya pelayanan apotek, sedangkan 75% berasal dari obat yang digunakan pasien (1,2).

Dikeluarkannya standar pelayanan farmasi komunitas (apotek) yaitu untuk menjamin mutu pelayanan farmasi kepada masyarakat sehingga mengurangi risiko terjadinya *medication error*. Dalam Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1027/MENKES/SK/IX/2004 disebutkan bahwa pengertian *medication error* adalah kejadian yang merugikan pasien, akibat pemakaian obat selama dalam penanganan tenaga kesehatan, yang sebetulnya dapat dicegah. Kejadian *medication error* dibagi dalam 4 fase, yaitu fase *prescribing*, fase *transcribing*, fase *dispensing* dan fase *administration* oleh

pasien. *Medication error* pada fase *prescribing* adalah *error* yang terjadi pada fase penulisan resep. Fase ini meliputi: obat yang diresepkan tidak tepat indikasi, tidak tepat pasien atau kontraindikasi, tidak tepat obat atau ada obat yang tidak ada indikasinya, tidak tepat dosis dan aturan pakai. Pada fase *transcribing*, *error* terjadi pada saat pembacaan resep untuk proses *dispensing*. *Error* pada fase *dispensing* terjadi pada saat penyiapan hingga penyerahan resep oleh petugas apotek. Sedangkan *error* pada fase *administration* adalah *error* yang terjadi pada proses penggunaan obat. Fase ini dapat melibatkan petugas apotek dan pasien atau keluarganya (3,4).

Standar pelayanan farmasi komunitas (apotek) juga dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat sehingga masyarakat akan memberikan persepsi yang baik terhadap apotek. Pelayanan yang bermutu selain berdasarkan kepuasan konsumen juga harus sesuai dengan standar kode etik profesi (5).

Berdasarkan model mutu jasa, terdapat lima penentu kualitas mutu jasa. Kualitas dari suatu kerja/pelayanan dapat disajikan menurut tingkat dimensinya, yaitu: keandalan atau

kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan percaya dan akurat(*realibility*), daya tangkap atau kemampuan untuk membantu dan memberikan jasa dengan cepat terhadap pelanggan(*responsiveness*), jaminan atau pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan(*assurance*), empati atau kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan(*empathy*), berwujud atau penampilan fasilitas fisik, peralatan dan personil(*tangibles*) (6).

Semakin pesatnya perkembangan pelayanan apotek dan semakin tingginya tuntutan konsumen, menuntut pemberi layanan untuk mampu memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat dari waktu ke waktu. Dalam menjamin mutu pelayanan farmasi kepada masyarakat, telah dikeluarkan standar pelayanan farmasi komunitas (apotek) yang meliputi antara lain sumber daya manusia, sarana dan prasarana, pelayanan resep (tidak hanya meliputi peracikan dan penyerahan obat tetapi juga termasuk pemberian informasi obat), konseling, monitoring penggunaan obat, edukasi, promosi

kesehatan, dan evaluasi terhadap pengobatan (antara lain dengan membuat catatan pengobatan pasien) (7).

Penilaian mutu pelayanan kefarmasian, salah satunya dilakukan dengan cara mengetahui persepsi dari konsumen terhadap pelayanan yang diterima selama ini, baik itu dari tingkat pelayanan maupun informasi mengenai obat yang dibutuhkan pasien. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan kefarmasian yang diterapkan di apotik Jemadi Natural pada tahun 2017 medan sehingga dapat menjadi acuan dan pengembangan dalam pelayanan di kota Medan khususnya dan di Indonesia pada umumnya (8).

#### **METODE**

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian deskriptif. Yaitu peneliti mengumpulkan data penelitian dan literatur-literatur lainnya dan kemudian menguraikannya secara rinci untuk mengetahui permasalahan penelitian dan mencari penyelesaiannya. Pengambilan data dilakukan secara purposif yaitu tanpa membandingkan data dengan tempat lain.

**Populasi** : Populasi penelitian ini sebanyak 300 pasien. Pasien di apotek rata-rata sebanyak 10 orang dalam satu hari, maka dari itu peneliti mengambil populasi 300 pasien karena satu hari ada 10 pasien dikalikan dengan satu bulan yaitu 30 hari.

**Sampel** : Sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 172 pasien. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *slovin*, dengan batas toleransi kesalahan yang digunakan dengan tingkat persentase 5% dengan tingkat akurasi 95 %, dengan perhitungan sampel dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rumus: } n &= \frac{N}{1+N(e^2)} \\ n &= \frac{300}{1+300(0,05)^2} \\ n &= \frac{300}{1+300(0,0025)} \\ n &= \frac{300}{1+0,75} \\ n &= \frac{300}{1,75} \\ n &= 171,428 \\ n &= 172 \text{Sampel} \end{aligned}$$

Dimana:

- $n$ : jumlah sampel
- $N$ : jumlah populasi
- $e$ : batas toleransi kesalahan  
(*error tolerance*)

Sehingga jumlah sampel yang nantinya akan di uji dengan berdasarkan data dari hasil pembagian kuesioner yaitu sebanyak 172 konsumen di apotek Jemadi Natural di Wilayah Brayan Kota Medan.

**Analisa data** : Analisis Univariant digunakan untuk mendeskripsikan data yang dilakukan tiap variabel dari hasil penelitian. Data disajikan dalam tabel distribusi frekuensi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang telah dilaksanakan di Apotek Jemadi Natural dalam rangka mengumpulkan data untuk diproses. Hasil proses data dituangkan dalam bentuk analisis univariat serta disajikan di dalam hasil dan pembahasan.

Berdasarkan hasil survei dengan alat bantu kuesioner maka diperoleh data dimensi pelayanan kefarmasian dari hasil penilaian responden yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Tingible* (Bukti Nyata) Penilaian Konsumen Terhadap Kebersihan Ruang Tunggu di Apotek Jemadi Natural.**

Kebersihan Ruang Tunggu	F	%
Tidak Baik	2	1,2
Cukup Baik	8	4,7
Baik	113	65,7
Sangat Baik	49	28,5
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 1 diatas, orang (1,2%), Cukup baik sebanyak 8 menunjukkan bahwa dari 172 konsumen orang (4,7%), Baik sebanyak 113 orang (100%), yang kebersihan ruang tunggu (65,7%) dan sangat baik sebanyak 49 konsumen merasa tidak baik sebanyak 2 orang (28,5%).

**Tabel 2. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Tingible* (Bukti Nyata) Penilaian Konsumen Terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu di Apotek Jemadi Natural.**

Kenyamanan Ruang Tunggu	f	%
Tidak Baik	1	0,6
Cukup Baik	19	11
Baik	111	64,5
Sangat Baik	41	23,8
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 2 diatas, sebanyak 1 orang (0,6%), Cukup baik menunjukkan bahwa dari 172 konsumen sebanyak 19 orang (11%), Baik (100%), yang kenyamanan ruang sebanyak 111 orang (64,5%) dan sangat tunggu konsumen merasa tidak baik baik sebanyak 41 orang (23,8%).

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Tingible* (Bukti Nyata) Penilaian Konsumen Terhadap Ketersediaan Tempat Parkir di Apotek Jemadi Natural.**

Ketersediaan Tempat Parkir	f	%
Tidak Baik	68	39,5
Cukup Baik	28	16,3
Baik	67	39,0
Sangat Baik	9	5,2
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 3 diatas, (100%), yang kebersihan ruang tunggu menunjukkan bahwa dari 172 konsumen konsumen merasa tidak baik sebanyak

68 orang (39,5%), Cukup baik sebanyak 28 orang (16,3%), Baik sebanyak 67 orang (39,0%) dan sangat baik sebanyak 9 orang (5,2%).

**Tabel 4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Reliability* (Kehandalan) Penilaian Konsumen Terhadap Pemberian Informasi Obat yang Diberikan Petugas Apotek Jemadi Natural.**

Pemberian Informasi Obat yang Diberikan Petugas	f	%
Tidak Baik	1	0,6
Cukup Baik	11	6,4
Baik	58	33,7
Sangat Baik	102	59,3
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang pemberian informasi obat yang diberikan petugas kepada konsumen merasa tidak baik sebanyak 1 orang (0,6%), Cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), Baik sebanyak 58 orang (33,7%) dan sangat baik sebanyak 102 orang (59,3%).

**Tabel 5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Reliability* (Kehandalan) Penilaian Konsumen Terhadap Sikap Petugas Dalam Melakukan Diskusi Dengan Konsumen Mengenai Informasi Obat di Apotek Jemadi Natural.**

Sikap Petugas Dalam Melakukan Diskusi Dengan Konsumen Mengenai Informasi Obat	f	%
Cukup Baik	11	6,4
Baik	63	36,6
Sangat Baik	98	57,0
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang sikap petugas dalam melakukan diskusi dengan konsumen mengenai informasi obat merasa Cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), Baik sebanyak 63 orang (36,6%) dan sangat baik sebanyak 98 orang (57,0%)

**Tabel 6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) Penilaian Konsumen Terhadap Ketanggapan Petugas Terhadap Pasien di Apotek Jemadi Natural.**

Ketanggapan Petugas Terhadap Pasien	f	%
-------------------------------------	---	---

Cukup Baik	16	69,3
Baik	51	29,7
Sangat Baik	105	61,0

**Total** **172** **100**

Berdasarkan tabel 6 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang ketanggapan petugas kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 16 orang (69,3%), Baik sebanyak 51 orang (29,7%) dan sangat baik sebanyak 105 orang (61,0%).

**Tabel 7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) Penilaian Konsumen Terhadap Kecepatan Petugas Dalam Melakukan Suatu Pelayanan Obat Dengan Resep di Apotek Jemadi Natural.**

Kecepatan Petugas Dalam Melakukan Suatu Pelayanan Obat Dengan Resep	f	%
Cukup Baik	18	10,5
Baik	120	69,8
Sangat Baik	34	19,8
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 7 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang kecepatan petugas dalam melakukan suatu pelayanan obat dengan resep kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 18 orang (10,5%), Baik sebanyak 120 orang (69,8%) dan sangat baik sebanyak 34 orang (19,8%).

**Tabel 8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) Penilaian Konsumen Terhadap Kejelasan Pelayanan Informasi Obat yang Diberikan Petugas di Apotek Jemadi Natural.**

Pelayanan Informasi Obat yang Diberikan Petugas	f	%
Cukup Baik	12	7,0
Baik	127	73,8
Sangat Baik	33	19,2
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 8 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), kejelasan pelayanan informasi obat yang diberikan petugas kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 12 orang (7,0%), Baik sebanyak 127 orang (73,8%) dan sangat baik sebanyak 33 orang (19,2%).

**Tabel 9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi Assurance (Jaminan) Penilaian Konsumen Terhadap Kelengkapan Ketersediaan Obat di Apotek Jemadi Natural.**

Kelengkapan Ketersediaan Obat	f	%
Cukup Baik	16	9,3
Baik	92	53,5
Sangat Baik	64	37,2
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 9 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang kelengkapan ketersediaan obat kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 16 orang (9,3%), Baik sebanyak 92 orang (53,5%) dan sangat baik sebanyak 64 orang (37,2%).

**Tabel 10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi Assurance (Jaminan) Penilaian Konsumen Terhadap Sikap Sopan Petugas Dalam Memberikan Pelayanan di Apotek Jemadi Natural.**

Sikap Sopan Petugas Dalam Memberikan Pelayanan	f	%
Cukup Baik	11	6,4
Baik	28	16,3
Sangat Baik	133	77,3
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 10 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang sikap sopan petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), Baik sebanyak 28 orang (16,3%) dan sangat baik sebanyak 133 orang (77,3%).

**Tabel 11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi Assurance (Jaminan) Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Kemampuan Petugas Dalam Memberi Informasi Obat Yang Benar dan Lengkap di Apotek Jemadi Natural.**

Tingkat Pengetahuan dan Kemampuan Petugas Dalam Memberi Informasi Obat Yang Benar dan Lengkap	f	%
Cukup Baik	13	7,6
Baik	61	35,5
Sangat Baik	98	57,0
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 411 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang tingkat pengetahuan dan kemampuan petugas dalam memberi informasi obat yang benar dan lengkap kepada konsumen Cukup baik sebanyak



13 orang (7,6%), Baik sebanyak 61 orang (35,5%) dan sangat baik sebanyak 98 orang (57,0%).

**Tabel 12. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Empathy* (Perhatian) Penilaian Responden Terhadap Keramahan Petugas di Apotek Jemadi Natural.**

Keramahan Petugas	f	%
Tidak Baik	1	0,6
Cukup Baik	8	4,7
Baik	34	19,8
Sangat Baik	129	75,0
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 12 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang keramahan petugas kepada konsumen merasa tidak baik sebanyak 1 orang (0,6%), Cukup baik sebanyak 8 orang (4,7%), Baik sebanyak 34 orang (19,8%) dan sangat baik sebanyak 129 orang (75,0%).

**Tabel 13. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Empathy* (Perhatian) Penilaian Konsumen Terhadap Sikap Empati Dari Petugas Dalam Pelayanan di Apotek Jemadi Natural.**

Sikap Empati Dari Petugas Dalam Pelayanan	f	%
Cukup Baik	11	6,4
Baik	96	55,8
Sangat Baik	65	37,8
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 13 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang sikap empati dari petugas dalam pelayanan kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), Baik sebanyak 96 orang (55,8%) dan sangat baik sebanyak 65 orang (37,8%).

**Tabel 14. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Empathy* (Perhatian) Penilaian Responden Terhadap Perhatian Petugas Kepada Pasien Dalam Memberikan Pelayanan di Apotek Jemadi Natural.**

Perhatian Petugas Kepada Pasien Dalam Memberikan Pelayanan	f	%
Cukup Baik	9	5,2
Baik	127	73,8
Sangat Baik	36	20,9

<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>
Berdasarkan tabel 14 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang perhatian petugas kepada pasien dalam memberikan pelayanan kepada konsumen merasa Cukup baik	sebanyak 9 orang (5,2%), Baik sebanyak 127 orang (73,8%) dan sangat baik sebanyak 36 orang (20,9%).	

**Tabel 15. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Dimensi *Empathy* (Perhatian) Penilaian Responden Terhadap Keprofesionalan Petugas Dalam Melayani Pasien di Apotek Jemadi Natural.**

<b>Keprofesionalan Petugas Dalam Melayani Pasien</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Cukup Baik	10	5,8
Baik	125	72,7
Sangat Baik	37	21,5
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 15 diatas, menunjukkan bahwa dari 172 konsumen (100%), yang keprofesionalan petugas dalam melayani pasien kepada konsumen merasa Cukup baik sebanyak 10 orang (5,8%), Baik sebanyak 125 orang (72,7%) dan sangat baik sebanyak 37 orang (21,5%).

**Tabel 16. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Persepsi Konsumen Dimensi *Tingible* (Bukti Nyata) di Apotek Jemadi Natural.**

<b><i>Tingible</i> (Bukti Nyata)</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Tidak Baik	24	14
Cukup Baik	18	10,5
Baik	97	56,3
Sangat Baik	33	19,2
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 16 diatas, menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang dilihat dari *tingible* (bukti nyata) konsumen yang mengatakan tidak baik sebanyak 24 orang (14%), cukup baik sebanyak 18 orang (10,5%), baik

**Tabel 17. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pasien Dimensi *Reliability* (Kehandalan) di Apotek Jemadi Natural.**

<i>Reliability</i> (Kehandalan)	f	%
Tidak Baik	0	0
Cukup Baik	11	6,4
Baik	61	35,5
Sangat Baik	100	58,1
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 17 diatas, menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang dilihat dari *reliability* (kehandalan)konsumen yang mengatakan tidak baik tiddak ada, cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), baik 61 orang (35,5%), dan sangat baik 100 orang (58,1%).

**Tabel 18. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pasien Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) di Apotek Jemadi Natural.**

<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	f	%
Tidak Baik	0	0
Cukup Baik	16	9,3
Baik	99	57,6
Sangat Baik	57	33,1
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 18 diatas, menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang dilihat dari *Responsiveness* (Ketanggapan) konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 16 orang (9,3%), baik 99 orang (57,6%), dan sangat baik 57 orang (33,1%).

**Tabel 19. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pasien Dimensi *Assurance* (Jaminan) di Apotek Jemadi Natural.**

<i>Assurance</i> (Jaminan)	f	%
Cukup Baik	14	8,1
Baik	60	34,9
Sangat Baik	98	57
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 19 diatas, menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang dilihat dari *Assurance* (Jaminan) konsumen yang mengatakan tidak baik

tidak ada, cukup baik sebanyak 14 orang (8,1%), baik 60 orang (34,9%), dan sangat baik 98 orang (57%).

**Tabel 20. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pasien Dimensi *Empathy* (Perhatian) di Apotek Jemadi Natural.**

<i>Empathy</i> (Perhatian)	f	%
Tidak Baik	1	0,6
Cukup Baik	9	5,2
Baik	95	55,2
Sangat Baik	67	39
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 20 diatas, menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang dilihat dari *Empathy* (Perhatian) konsumen yang mengatakan tidak baik sebanyak 1 orang (0,6%), cukup baik sebanyak 9 orang (5,2%), baik 95 orang (55,2%), dan sangat baik 97 orang (39%).

Penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengumpulkan data-data dengan waktu yang bersamaan yaitu pelayanan kefarmasian dan persepsi konsumen di apotek jemadi natural.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang persepsi konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di apotek Jemadi Natural medan tahun 2017 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Tingible* (bukti nyata) konsumen yang mengatakan tidak baik sebanyak 24 orang (14%), cukup baik sebanyak 18 orang (10,5%), baik sebanyak 97 (56,3%), dan sangat baik 33 (19,2%).
2. *Reliability* (kehandalan)konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 11 orang (6,4%), baik 61 orang (35,5%), dan sangat baik 100 orang (58,1%).
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 16 orang (9,3%), baik 99 orang (57,6%), dan sangat baik 57 orang (33,1%).
4. *Assurance* (Jaminan) konsumen yang mengatakan tidak baik tidak ada, cukup baik sebanyak 14 orang

(8,1%), baik 60 orang (34,9%), dan sangat baik 98 orang (57%).

5. *Empathy* (Perhatian) konsumen yang mengatakan tidak baik sebanyak 1 orang (0,6%), cukup baik sebanyak 9 orang (5,2%), baik 95 orang (55,2%), dan sangat baik 97 orang (39%).

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada petugas Laboratorium Institut Kesehatan Helvettia yang telah memberikan izin untuk melakukan uji sampel.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

1. Supardi S, Handayani RS, Raharni R, Herman MJ, Susyanti AL. Pelaksanaan standar pelayanan kefarmasian di apotek dan kebutuhan pelatihan bagi apotekernya. *Indones Bull Heal Res.* 2011;39(3):138–44.
2. PUTRI CY. Mata Kuliah Teknologi Sediaan Farmasi Steril Definisi Sterilisasi dan Sterilitas.
3. Bilqis SU. Kajian administrasi, farmasetik dan klinis resep pasien rawat jalan di Rumkital Dr. Mintohardjo pada bulan Januari 2015. 2015;
4. Susanti I. Identifikasi Medication Error pada fase Prescribing, Transcribing, dan Dispensing di Depo Farmasi Rawat Inap Penyakit Dalam Gedung Teratai, Isntalasi Farmasi RSUP Fatmawati Periode 2013. 2013;
5. Handayani RS, Raharni GR. Persepsi konsumen apotek terhadap pelayanan apotek di Tiga Kota di Indonesia. *Makara Kesehat.* 2009;13(1):22–6.
6. Putri DR. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan, Kepercayaan, & Loyalitas Konsumen Apotek. *Indones J Heal Sci.* 2017;1(1):23–9.
7. Handayani RS, Raharni R, Gitawati R. Consumers' Perception in Pharmacy Services in Three Cities in Indonesia. *Makara J Heal Res.* 2016;22–6.
8. Anjaryani WD. Kepuasan pasien rawat inap terhadap pelayanan perawat di RSUD Tugurejo Semarang. Universitas Diponegoro; 2009.