

**PENERAPAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) DAN ANALISIS *GAP*
PADA KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN DI APOTEK NAROGONG
BULAN APRIL 2022**

**APPLICATION OF THE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) AND *GAP*
ANALYSIS ON QUALITY OF PHARMACY SERVICES AT NAROGONG PHARMACY
IN APRIL 2022**

Rahmat Widiyanto^{1*}, Umul Angga Brahmono¹, Bayu Dwi Handono¹, Azelya Yoshe Martin¹

¹ Program Studi Diploma Tiga Farmasi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan IKIFA

*Korespondensi: widiyantorahmat26@gmail.com

ABSTRAK

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di apotek. Kualitas pelayanan apotek sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang belum tercapai, akan menjadi fokus penting bagi manajemen apotek untuk mengambil kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan di apotek. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dimiliki pelanggan dan timbul sebagai hasil dari kinerja pelayanan setelah pelanggan membandingkannya dengan apa yang diharapkan. Adanya keluhan pelanggan Apotek Narogong menjadi indikator perlunya mengevaluasi kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan terhadap kinerja pelayanan Apotek Narogong.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Analisis Gap. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan apotek. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel penelitian yang diambil adalah 184 responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert yang berdasarkan tingkat kepuasan dan kepentingan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 91,50% termasuk dalam kriteria sangat puas. Nilai gap tertinggi adalah indikator petugas apotek selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan dan nilai gap terendah adalah petugas apotek selalu murah senyum dan ramah.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction Index* (CSI), Gap Analisis, Pelayanan Kefarmasian

ABSTRACT

Measurement of customer-satisfaction's level is one of the indicators used to evaluate the quality of service in pharmacies. Pharmacy's service quality is very influential on customer satisfaction. Customer satisfaction which has not been achieved, will be an important focus for pharmacy management to make policies in order to improve the quality of service in pharmacies. Customer satisfaction is a feeling that is owned by the customer and arises as a result of service performance after the customer compares it with what they expected. The existence of customer complaints at Narogong Pharmacy is an indicator needed to evaluate customer satisfaction. The purpose of this study was to determine customer satisfaction and expectations of the service performance of Narogong Pharmacy. The method used in this research is the Customer Satisfaction Index (CSI) method and Gap Analysis.

This research was conducted using a survey method, namely by distributing questionnaires to pharmacy customers. Sampling using purposive sampling technique. The number of research samples taken was 184 respondents. The scale used is a Likert scale based on the level of satisfaction and importance.

The results showed that the value of the Customer Satisfaction Index (CSI) on the level of customer satisfaction was 91.50%, included in the very satisfied criteria. The highest gap value is the indicator that the pharmacist always provides information on how to use the drug requested by the customer and the lowest gap value is that the pharmacist always smiles and is friendly.

Keywords: Customer Satisfaction Index (CSI), Gap Analysis, Pharmaceutical Services

PENDAHULUAN

Salah satu tempat pelayanan kesehatan di Indonesia adalah apotek. Apotek ialah sebagai sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukannya praktek kefarmasian oleh apoteker (Kemenkes, 2017). Pada tahun 2021, di Indonesia tercatat sebanyak 30.199 apotek. Jumlah ini tidak berubah jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jika melihat tren dari tahun ke tahun, jumlah apotek semakin meningkat. Kenaikan jumlah apotek paling tinggi sebesar 19,81% pada 2013 dari 17.613 unit menjadi 21.103 unit. Berdasarkan wilayahnya, Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah apotek terbanyak di Indonesia, yakni 4.874 unit pada 2021 (Kemenkes, 2021). Semakin banyaknya jumlah apotek yang tumbuh berdampak menimbulkan persaingan yang semakin tajam. Oleh karena itu Apoteker dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku agar dapat melaksanakan interaksi langsung dengan pasien.

Pelayanan kefarmasian yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan pasien, serta penyelenggaraan sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan yang telah ditetapkan (Novaryatiin *et al.*, 2018). Kepuasan konsumen bergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika hasil kinerjanya tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen tidak puas. Jika hasil kinerjanya memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang (Priyoto, 2017).

Terdapat 5 dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pasien mengenai pelayanan kefarmasian. Lima dimensi tersebut yaitu dimensi *responsiveness* (ketanggapan), *Reability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian), *Tangible* (bukti langsung) (Yousapronpaiboon dan Phondej, 2014). Penelitian yang telah dilakukan di wilayah Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara pada tahun 2020 menunjukkan bahwa pasien yang membeli obat di Apotek merasa puas dengan tingkat keandalan responden didapatkan sebesar 77%, ketanggapan sebesar 78%, jaminan sebesar 83%, empati sebesar 83% dan Bukti Fisik sebesar 83% (Umar, 2020). Hasil pengamatan dan informasi dari pihak apotek, ada keluhan pasien yang disampaikan diantaranya tentang pelayanan, waktu tunggu, ruang tunggu kurang memadai, ketersediaan obat diapotek yang tidak lengkap, lahan parkir yang kurang memadai. Berdasarkan penjelasan diatas kami tertarik melakukan penelitian tentang kepuasan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek Narogong Kota Bekasi.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan dengan menggunakan pendekatan metode *survey* deskriptif dan pengambilan data secara prospektif pada bulan April 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Narogong pada bulan April 2022. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diikuti sertakan dalam penelitian ini dihitung menggunakan Rumus Lameshow, dengan rincian sebagai berikut:

$$n = \frac{N \cdot Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N - 1) + Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel minimal
- N = jumlah populasi
- $Z\alpha^2$ = harga kurva normal yang tergantung α . ($\alpha = 0.05$, maka $Z\alpha^2 = 1.96$)
- p = perkiraan proporsi, jika tidak diketahui proporsi, maka digunakan $p = 0.5$
- q = $1 - p$
- d = tingkat presisi/deviasi yang digunakan 5%, $d = 0.05$

Jumlah populasi sebanyak 2.978 (didapat dari rata-rata pengunjung apotek di bulan Oktober-Desember 2021).

- Oktober = 2.705
- November = 2.980
- Desember = 3.250

Perhitungan sampel :

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{2978 \cdot 1,96 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,05^2 (2978-1) + 1,96 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}$$

$$n = 183,954 \sim 184 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan hasil sampel responden sebanyak 183,954 sampel kemudian dibulatkan menjadi 184 sampel

a. Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah :

- 1) Usia ≥ 17 tahun
- 2) Pasien merupakan pengunjung Apotek
- 3) Dapat berkomunikasi secara baik
- 4) Minimal bertransaksi 2x di Apotek
- 5) Menerapkan prokes kesehatan

b. Kriteria eksklusi dalam penelitian ini adalah :

- 1) Tidak bersedia mengisi kuesioner
- 2) Kuesioner tidak terisi lengkap

Instrument Penelitian

Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan data primer. Lembar kuesioner disusun oleh peneliti, selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas sehingga diperoleh 30 soal yang dapat digunakan sebagai instrumen penelitian. Lembar kuesioner terdiri dari 30 soal yang terbagi dalam 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.

Pada penelitian ini pengukuran kepuasan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepuasan dari atribut-atribut produk dan jasa (Pranata *et al.*, 2019). Menerapkan metode CSI, langkah pertama adalah menyiapkan kuisisioner yang akan diisi oleh konsumen untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang diperoleh. Di bawah ini penentuan skala tingkat kepentingan, skala tingkat kepuasan dan kriteria tingkat kepuasan :

Tabel I. Skala Tingkat Kepentingan, Skala Tingkat Kepuasan dan Kriteria Tingkat Kepuasan

Bobot	Keterangan Skala Likert Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	Nilai Kriteria Tingkat Kepuasan
1	Sangat Tidak Puas	0 – 25%
2	Tidak Puas	26% – 50%
3	Puas	51% – 75%
4	Sangat Puas	76% – 100%

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen melalui 2 aspek yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Metode CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Menurut Harianja *et al* (2015) tahapan pengukuran CSI adalah sebagai berikut :

1. Menghitung *Mean Importance Scores* (MIS) yaitu rata-rata atribut kepentingan
2. Menghitung *Mean Satisfaction Scores* (MSS) yaitu atribut rata-rata tingkat kepuasan.
3. Pengukuran tingkat kepentingan (harapan) menggunakan *Weighted Factor* (WF) yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh pernyataan yang diuji, sehingga didapatkan *Weighted Factor* 100%

$$\text{Rumus: } WF = \frac{y_i}{\sum y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

WF = *Weighted Factor*

y_i = rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk pernyataan ke- i

$\sum y_i$ = jumlah rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk pernyataan ke- i

4. Pengukuran tingkat *Weighted Score* (WS) yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing pernyataan dengan *Weighted Factor* masing-masing atribut.

$$\text{Rumus : } WS = \frac{WF \times x_i}{100\%}$$

Keterangan :

WS = *Weighted Score*

x_i = rata-rata tingkat kepuasan (kenyataan) untuk pernyataan ke- i

5. Menghitung *Weighted Total* (WT) yaitu menjumlahkan *Weighted Total* dari seluruh pernyataan kualitas jasa.

$$\text{Rumus : } WT = \sum \frac{WF \times x_i}{100\%}$$

Keterangan :

WT = *Weighted Total*

WF = *Weighted Factor*

x_i = rata-rata tingkat kepuasan (kenyataan) untuk pernyataan ke- i

6. Menghitung kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan CSI yaitu total dibagi skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini kemudian dikali 100%

$$\text{Rumus : } CSI = \frac{WT}{n} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah-langkah untuk mengukur kepuasan dengan CSI yakni menentukan *Mean Importance Scores* (MIS), *Mean Satisfaction Scores* (MSS), *Weighted Factor* (WF), *Weighted Score* (WS), menghitung *Weighted Total* (WT) dan terakhir menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam 4 kriteria dari Sangat Tidak Puas sampai dengan Sangat Puas. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat dilihat pada tabel II dibawah ini :

Tabel II. Perhitungan CSI Dimensi *Tangibel*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Papan nama apotek, dan lokasi apotek terletak ditempat strategis	3,72	3,72	3,40	12,63			0,00	19
2	Penataan obat tersusun rapi dan bersih	3,65	3,68	3,34	12,30			0,03	9
3	Ruang tunggu rapi dan bersih	3,61	3,61	3,30	11,92	366	91,50	-0,01	20
4	Petugas apotek berpenampilan rapi dan bersih	3,62	3,63	3,31	12,01			0,01	16
5	Tersedia tempat brosur informasi obat/Kesehatan	3,57	3,65	3,26	11,90			0,09	2

Tabel III. Perhitungan CSI Dimensi *Reliability*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Pelayanan cepat dan segera	3,64	3,68	3,32	12,23	366	91,50	0,04	7
2	Resep dikerjakan tepat waktu	3,63	3,68	3,32	12,21			0,05	6
3	Jika Resep dikerjakan tidak tepat waktu, maka ada permintaan maaf dari petugas apotek	3,63	3,68	3,32	12,23			0,05	3
4	Obat yang diberikan tepat sesuai dengan kebutuhan	3,61	3,67	3,30	12,12			0,05	3
5	Pengetahuan dan Keterampilan petugas sangat baik	3,62	3,63	3,31	12,01			0,01	16
6	Petugas apotek menghitung harga obat dan melakukan transaksi pembayaran dengan cepat	3,65	3,66	3,33	12,21			0,02	15
7	Tidak ada kesalahan dalam pemberian obat	3,67	3,69	3,35	12,38			0,02	12
8	Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan pelanggan tentang obat/Kesehatan	3,68	3,67	3,37	12,36			-0,02	23

Tabel IV. Perhitungan CSI Dimensi *Responsiveness*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan	3,66	3,66	3,34	12,25	366	91,50	0,01	18
2	Petugas apotek bersedia membantu kapanpun dibutuhkan	3,64	3,60	3,33	12,00			-0,04	28
3	Petugas apotek selalu murah senyum dan ramah	3,63	3,58	3,32	11,87			-0,05	30
4	Petugas apotek selalu menanggapi keluhan pelanggan	3,64	3,63	3,33	12,07			-0,02	23

Tabel V. Perhitungan CSI Dimensi *Assurance*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta pelanggan	3,66	3,64	3,35	12,18	366	91,50	-0,03	26
2	Obat yang diminta pelanggan selalu tersedia	3,66	3,63	3,35	12,16			-0,03	27
3	Obat yang diberikan di apotek ini kualitasnya terjamin	3,66	3,65	3,35	12,21			-0,02	23
4	Ada solusi jika obat kosong	3,66	3,65	3,34	12,21			-0,01	20
5	Petugas Apotek memberikan informasi aturasi pakai obat dan efek samping yang mungkin timbul	3,66	3,63	3,35	12,14			-0,04	28
6	Petugas apotek jujur dan dapat dipercaya	3,63	3,66	3,32	12,16			0,03	11
7	Harga obat di apotek wajar	3,67	3,66	3,35	12,27			-0,01	22

Tabel VI. Perhitungan CSI Dimensi *Empathy*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS	Nilai WT	Nilai CSI	GAP Analisis	Rank
1	Petugas apotek tidak membedakan pelanggan berdasarkan status sosial	3,67	3,69	3,35	12,38	366	91,50	0,02	12
2	Petugas apotek mengerti keluhan pelanggan	3,65	3,68	3,34	12,30			0,03	9
3	Petugas apotek memberikan informasi obat/kesehatan dengan jelas dan mudah dimengerti.	3,65	3,67	3,34	12,25			0,02	14
4	Petugas apotek selalu menyapa	3,64	3,68	3,33	12,27			0,04	7
5	Petugas apotek memberikan perhatian kepada pelanggan	3,65	3,71	3,34	12,38			0,05	3
6	Petugas apotek selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan	3,63	3,73	3,32	12,38			0,10	1

Hasil perhitungan dari dimensi *tangible*, diketahui bahwa atribut yang memperoleh skor paling rendah pada tingkat kepentingan adalah tersedia tempat brosur informasi obat/kesehatan yaitu dengan rata-rata 3,57. Sementara itu, atribut yang memperoleh skor tertinggi pada tingkat kepentingan adalah papan nama apotek dan lokasi apotek terletak ditempat strategis yaitu dengan rata-rata 3,72. Papan nama apotek diletakkan didepan ruang usaha dan dekat dengan jalan yang banyak dilalui pelanggan. Atribut yang tidak kalah penting adalah penataan obat tersusun rapi dan bersih dengan skor rata-rata 3,65. Selain pemilihan lokasi, hal penting yang

perlu diperhatikan adalah penampilan apotek salah satunya penataan desain interior (etalase obat) (Ifmaily, 2006). Penataan obat sangat penting dilakukan agar memudahkan pelayanan pengambilan obat dan pelanggan merasa nyaman saat memilih obat. Sejalan dengan penelitian Kota Malang menyatakan bahwa hingga 100% pasien merasa puas dengan penataan obat yang menarik dan tertata rapi di apotek bareng (Desiana *et al.*, 2023). Fasilitas yang baik tergantung dari letak pencahayaan, tata letak pengaturan interior dan kebersihan sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan untuk berkunjung ketempat tersebut dan merekomendasikan tempat tersebut ke orang lain (Ryu, 2010). Pada tingkat kepuasan, atribut yang memperoleh skor paling rendah adalah Ruang tunggu rapi dan bersih yaitu dengan rata-rata 3,61. Sedangkan, atribut yang memperoleh skor tertinggi yaitu 3,72 adalah Papan nama apotek dan lokasi apotek terletak ditempat strategis. Hal tersebut mengindikasi bahwa pelanggan sangat puas atas tersedianya papan nama apotek yang mudah terlihat oleh para pelanggan yang sedang membutuhkan apotek untuk membeli obat dan apotek berada dilokasi strategis yang memudahkan pelanggan menjangkau dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian obat di apotek tersebut.

Hasil perhitungan dari dimensi *reliability*, diketahui bahwa atribut yang memperoleh skor paling rendah pada tingkat kepentingan adalah Obat yang diberikan tepat sesuai dengan kebutuhan yaitu dengan rata-rata 3,61. Sementara itu, atribut yang memperoleh skor tertinggi pada tingkat kepentingan yaitu 3,68 adalah Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan pelanggan tentang obat/kesehatan. Atribut yang tidak kalah penting adalah tidak ada kesalahan dalam pemberian obat dengan skor rata-rata 3,67. Pelayanan informasi obat (PIO) adalah kegiatan yang dilakukan oleh Apoteker dalam pemberian informasi mengenai obat yang tidak memihak, dievaluasi dengan kritis dan dengan bukti terbaik dalam segala aspek penggunaan obat kepada profesi kesehatan lainnya, pasien atau masyarakat. Pada PIO, kegiatan yang dilakukan petugas apotek yakni menjawab pertanyaan baik lisan maupun tulisan serta memberikan informasi dan edukasi kepada pasien (Indonesia, 2016). Petugas apotek diharapkan memiliki kemampuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan baik mengenai obat ataupun kesehatan lainnya, hal ini menunjukkan kesiapan petugas apotek dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pada tingkat kepuasan, atribut yang memperoleh skor paling rendah adalah Pengetahuan dan keterampilan petugas sangat baik yaitu dengan rata-rata 3,63. Sedangkan, atribut yang memperoleh skor paling tinggi yaitu 3,69 adalah Tidak ada kesalahan dalam pemberian obat. Hal tersebut mengindikasi bahwa pelanggan sangat puas atas kinerja petugas yang memberikan obat yang benar kepada pelanggan baik jenis obat dan aturan pakainya.

Hasil perhitungan dari dimensi *responsiveness*, diketahui bahwa atribut yang memperoleh skor rata-rata paling rendah pada tingkat kepentingan yaitu 3,63 adalah Petugas apotek selalu murah senyum dan ramah. Sedangkan atribut dengan nilai skor rata-rata tertinggi yaitu 3,66 adalah Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan. kepuasan pasien. Kepuasan pasien ditentukan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu *service ability* yang mencakup kecepatan, kompetensi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pada standar pelayanan publik juga menyatakan kejelasan dalam memberikan pelayanan dan menyelesaikan keluhan pasien (Negara, 2003). Pada tingkat kepuasan, atribut yang mendapat skor paling rendah adalah Petugas apotek selalu murah senyum dan ramah yaitu dengan skor 3,58. Sedangkan, atribut yang memperoleh skor paling tinggi yaitu 3,66 adalah Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan. Hal tersebut mengindikasi pelanggan sangat puas terhadap kinerja petugas yang mampu memberikan solusi atas keluhan.

Hasil perhitungan dari dimensi *assurance*, diketahui bahwa atribut yang memperoleh skor rata-rata paling rendah pada tingkat kepentingan yaitu 3,63 adalah Petugas apotek jujur dan dapat dipercaya. Sedangkan atribut dengan nilai skor rata-rata tertinggi yaitu 3,67 adalah Harga Obat di apotek wajar. Upaya apotek dalam meningkatkan keputusan pembelian pelanggan adalah menjalankan strategi pemasaran. Strategi ini dapat meliputi aspek produk, harga, dan lokasi. Harga merupakan suatu aspek yang banyak menarik pelanggan untuk membeli. Pelanggan memiliki penilaian yang berbeda terhadap harga dari suatu produk yang dijual. Jika harga jual diatas harga pesaing maka dipandang sebagai harga yang lebih mahal sedangkan harga jual lebih rendah dari harga pesaing maka pelanggan menilai harga tersebut murah. Melakukan penetapan harga dengan memperhatikan memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisa biaya, harga dan penawaran pesaing, memilih metode penetapan harga dan memilih harga akhir (Sampurno, 2017). Menurut penelitian di Kudus menunjukkan hasil bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian (Rachman, 2017). Pada tingkat kepuasan, atribut yang mendapat skor paling rendah adalah Obat yang diminta pelanggan selalu tersedia serta petugas apotek memberikan informasi aturan pakai obat dan efek samping yang mungkin timbul yaitu dengan skor 3,63. Sedangkan, atribut yang memperoleh skor paling tinggi yaitu 3,66 adalah Petugas apotek jujur dan dapat dipercaya dan harga obat di apotek wajar. Hal tersebut mengindikasi pelanggan sangat puas terhadap sikap jujur dan dapat dipercaya dari petugas apotek serta harga obat yang diberikan apotek masih wajar,

Hasil perhitungan dari dimensi *empathy*, diketahui bahwa atribut yang memperoleh skor rata-rata paling rendah pada tingkat kepentingan yaitu 3,63 adalah Petugas apotek selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan. Sedangkan atribut dengan nilai skor rata-rata tertinggi yaitu 3,67 adalah petugas apotek tidak membedakan pelanggan berdasarkan status sosial. Salah satu hak bagi konsumen adalah hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Indonesia, 1999). Hal ini penting mengingat semua konsumen memiliki hak yang sama untuk memperoleh pelayanan yang baik. Pada tingkat kepuasan, atribut yang mendapat skor paling rendah adalah Petugas apotek memberikan informasi obat/kesehatan dengan jelas dan mudah dimengerti yaitu dengan skor 3,67. Sedangkan, atribut yang memperoleh skor paling tinggi yaitu 3,73 adalah Petugas apotek selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan pelanggan sangat puas terhadap kinerja petugas apotek yang memberikan informasi cara penggunaan obat kepada setiap pelanggan.

Berdasarkan perhitungan CSI, diperoleh hasil sebesar 91,50%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek Narogong secara keseluruhan menunjukkan tingkat kepuasan pada kriteria sangat puas. Ketika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas atau jika kinerja melampaui harapan dari pelanggan maka akan merasa sangat puas. Harapan tersebut diperoleh dari pengalaman yang dirasakan, komentar ataupun informasi mengenai Apotek Narogong. Sejalan dengan hasil penelitian di Apotek Dahlia Nusa Tenggara Barat diperoleh hasil penelitian menunjukkan persentase terbesar pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan apotek Dahlia sebesar 67,96 % dan sangat puas dengan persentase sebesar 23,94 % (Ningrum *et al.*, 2020).

Berdasarkan hasil analisa, kepuasan pelanggan ini dimungkinkan karena beberapa indikator yang melampaui harapan pelanggan seperti:

- 1) Petugas apotek selalu memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta pelanggan
- 2) Tersedia tempat brosur informasi obat/Kesehatan
- 3) Jika Resep dikerjakan tidak tepat waktu, maka ada permintaan maaf dari petugas apotek

Berdasarkan hal tersebut indikator yang sudah baik dapat dipertahankan dan ditingkatkan, sedangkan indikator yang memiliki GAP rendah dapat dilakukan perbaikan-perbaikan agar secara keseluruhan indikator kepuasan dapat dirasakan lebih besar daripada harapan pelanggan. Perbaikan indikator terutama dapat diprioritaskan dengan nilai GAP yang rendah (minus) seperti:

- 1) Petugas apotek yang dituntut selalu tersenyum dan bersikap ramah
- 2) Petugas apotek selalu memberikan informasi mengenai obat saat menyerahkan obat dan selalu bersedia membantu setiap dibutuhkan
- 3) Obat yang diminta pasien selalu tersedia

Dengan mengetahui kelemahan dari Apotek Narogong diharapkan manajemen dapat memperbaiki dan meningkatkan kepuasan pelanggan apotek. Kepuasan pelanggan harus selalu ditingkatkan sehingga jika pelanggan puas dapat menimbulkan rasa loyalitas dan advokasi kepada Apotek Narogong serta dapat meningkatkan citra apotek tersebut (Sulistiyanto dan Soliha, 2015).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien di Apotek Narogong secara keseluruhan adalah sangat puas. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh berada diantara 76% - 100% yaitu sebesar 91,50%. Masih terdapat nilai GAP rendah yang dibuktikan dengan negatifnya nilai GAP antara harapan dan persepsi pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Narogong. Perlu adanya peningkatan/perbaikan kualitas pelayanan kefarmasian untuk meningkatkan kepuasan pasien. Bagi nilai GAP yang positif perlu dipertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan, sehingga pasien semakin puas dan loyal terhadap Apotek Narogong.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan rahmatNya, peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada STIKes IKIFA yang telah memfasilitasi baik dana dan waktu bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih juga kepada Apotek Narogong yang telah bersedia menjadi tempat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- D. A. Rachman, and S.S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Ilmu Administrasi Bisnis* [Preprint]. Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17605>.
- Desiana, G., Salam, M.R. and Rahmat, N. 2023. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kimia Farma Sao-Sao Unit Bisnis Kota Kendari (Level of Patient Satisfaction With Pharmacy Services at Kimia Farma Sao-sao Pharmacy Kendari City Business Unit). *Jurnal Pelita Sains Kesehatan*. 3(2): 56–56. Available at: <http://www.ojs.pelitaibu.ac.id/index.php/jpasaik>.
- Harianja Dedy Douglas, Rita Rahmawati, Moch Abdul Mukid. 2015. Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Perpustakaan Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian*. 4(1983): 75–784.
- Ifmaily. 2006. Analisis Pengaruh Persepsi Layanan Farmasi Pasien Unit Rawat Jalan Terhadap Minat Beli Obat Ulang Di Instalasi Farmasi RSI. Ibnu Sina Yarsi Padang Tahun 2006. *Thesis*. Available at: <http://eprints.undip.ac.id/15641/>.
- Indonesia, M.K.R. 2016. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek*. Available at: <https://iaijatim.id/wp-content/uploads/2019/11/Permenkes-73-2016-Standar-Pelayanan-Kefarmasian-Di-Apotek.pdf>.
- Indonesia, P.R. 1999. ‘Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen’, *Pemerintah Republik Indonesia*, (8), pp. 1–19. Available at: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>.
- Kemenkes, R.I. 2017. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotik*. Kemenkes: Jakarta.
- Kemenkes, R.I. 2021. *Jumlah Apotek di Indonesia*. Available at: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/berapa-jumlah-apotek-di-indonesia>.
- Negara, M.P.A. 2003. *Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik*. Available at: https://simpuh.kemenag.go.id/regulasi/kepmenpan_63_03.pdf.
- Ningrum, D.M. et al. 2020. Kepuasan Pasien Di Apotik Dahlia Berdasarkan Karakteristik Pasien Dengan Model Servqual. *Jurnal Kesehatan Qamarul Huda*. 8(2): 31–36. Available at: <https://doi.org/10.37824/jkqh.v8i2.2020.216>.
- Novaryatiin, S., Ard hany, S.D. dan aliyah S. 2018. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di RSUD Dr. Murjani Sampit. *Borneo Journal of pharmacy*. 1(1). 22-26.
- Pranata, M.N., Hartiati, A. and Sadyasmara, C.A.B. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*. 7(4): 594. Available at: <https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i04.p11>.
- Priyoto. 2017. *Teori Sikap dan Perilaku dalam Kesehatan*. Yogyakarta : Nuha Medika.
- Ryu, K. 2010. Influence of Physical Environment on Disconfirmation, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty for First-time and Repeat Customers in Upscale Restaurants. *International CHRIE Conference-Refereed Track*. University of Massachusetts Amherst.
- Sulistiyanto F.X.W.S dan Soliha, E. 2015. ‘Pengaruh Persepsi Harga, Citra Perusahaan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Apotek “Dela” Di Semarang’. *Seminar Nasional Dan Call For Papers*. (1): 1–16.
- Sampurno. 2017. *Manajemen Pemasaran Farmasi*. Yogyakarta: UGM Press.
- Umar, A. 2020. Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Obat Di Apotek X Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara Tahun 2020. *Jurnal Kesehatan Luwu Raya*. [Preprint].
- Yousapronpaiboon, K. and Phondej, W. 2014. Measuring Pharmacy Service Quality of Public Hospitals in Thailand. *Proceedings of 9th Annual London Business Research Conference*. Imperial College: London