

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dunia industri di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. Hal ini menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis semakin bertambah ketat. Setiap usaha dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyaknya pemain baru ataupun pesaing lama yang bergerak dalam industri yang sama.

Salah satu sektor usaha dengan pertumbuhan yang menarik adalah sektor kesehatan. Menurut International Medical Service, pertumbuhan sektor kesehatan lebih tinggi dibanding dengan ekonomi nasional yaitu mencapai 6,5 persen (viva.co.id). hal ini juga didukung oleh Kalbe Institute dimana menyebutkan bahwa pasar farmasi di Indonesia terus mengalami pertumbuhan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) dalam rentang waktu 2006 – 2014 sebesar 13,4 persen karena didorong oleh: Pertumbuhan GDP (*Gross Domestic Product*), konsumsi pemerintah di bidang kesehatan, jumlah rakyat yang mempunyai asuransi, dan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan, serta faktor demografi.

Pasar farmasi Indonesia 2006 – 2014 (est.)



Gambar 1 Pasar Farmasi Indonesia 2006-2014

Pemerintah juga ikut andil dalam bertumbuhnya sektor tersebut dimana melalui Permenkes nomor 922/Menkes/PER/X/1993, pemerintah tidak lagi membatasi perizinan pendirian apotek dan apotek dapat melakukan kegiatan farmasi termasuk juga komoditi lainnya. Dengan adanya permenkes tersebut, tentunya memberikan peluang bagi perusahaan – perusahaan farmasi khususnya dalam bidang apotek untuk melakukan ekspansi dan difersifikasi usaha. Persaingan di dunia usaha Apotek dari hari ke hari semakin ketat, hal ini didukung oleh Permenkes nomor 244/Menkes/SK/V/1990 dimana pemerintah tidak membatasi jarak antara apotek pada suatu wilayah. Kesempatan ini benar benar dimanfaatkan oleh para pengusaha di bidang perdagangan obat dan pelayanan kesehatan.

Dari deskripsi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa apotek telah menjadi salah satu tempat pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Bagi masyarakat, hal ini berdampak positif dan sangat menguntungkan karena masing – masing apotek berusaha untuk memberikan pelayanan yang lebih baik. Artinya bahwa masyarakat atau konsumen mempunyai kesempatan untuk melakukan switching dari satu apotek ke apotek lain. Kebijakan pemerintah berkaitan dengan kemudahan membuka apotek berdampak pada persaingan yang ketat bagi para pengusaha apotek untuk saling menawarkan berbagai macam pelayanan dengan keunggulan dan kemampuan masing – masing untuk memenuhi keinginan, kebutuhan, serta harapan konsumen sampai pada tingkat menyenangkan konsumen.

Sayangnya, hal tersebut tidak diikuti dengan terjaminnya kualitas pelayanan yang ada di apotek – apotek. Menurut Ahbaggio (2014), mereka (apotek) tidak menyediakan ruangan bagi apoteker dan asisten apoteker untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat. Hal ini tentunya sangat disayangkan karena apotek adalah entitas bisnis yang berbasis pada pelayanan dimana kualitas layanan yang mereka berikan adalah hal yang akan dirasakan langsung oleh pelanggan dan disaat yang sama akan menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Dari keterangan tersebut, bisa dikatakan dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan terutama terkait kelima dimensinya yaitu tangible, reliability,

responsiveness, assurance, & empathy, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yaseer Thariq Hayaza (2013) yang berjudul Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Kamar Obat di Puskesmas Surabaya Utara dimana menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, tiga penelitian lainnya memperoleh hasil yang beragam dimana tidak semua dimensi dari kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Farida Baroroh (2014) yang berjudul Evaluasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kota Yogyakarta menyatakan bahwa pelanggan tidak merasa puas pada dimensi assurance, responsiveness, dan reliability sedangkan mereka merasa puas terkait dengan dimensi tangible dan empathy. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi N.P.A.T., Dewantara, I.G.N.A., dan Setyawan, E.I. yang berjudul Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Non Praktek Dokter di Kuta Utara memperoleh hasil yaitu ketidakpuasan konsumen dari sisi reliability sedangkan mereka merasa puas pada empat dimensi kualitas layanan lainnya.

Dari jurnal asingpun menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini bisa dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Pracyaporn Arsanam dan Khanchitpol Yousapronpaiboon (2014) dalam penelitiannya yang berjudul *The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction of Pharmacy Departments in Public Hospitals* yang hasilnya menunjukkan konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan dari dimensi reliability, assurance, dan empathy sedangkan konsumen tidak merasa puas dengan kualitas pelayanan dari sisi tangible dan responsiveness.

Hal inilah yang akhirnya membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dimana objek yang dipilih adalah Apotek Ajiwaras Cabang Cilandak. Apotek Ajiwaras Cabang Cilandak sendiri dipilih karena peneliti merasa bahwa Apotek tersebut tergolong apotek yang cukup besar karena sampai saat ini, mereka sudah mempunyai lima cabang yang beroperasi setiap harinya yaitu Ajiwaras Medical Centre Cilandak, Cabang Karang Tengah, Cabang Cipete, Cabang Fatmawati, dan Cabang Cipedak.

Selain itu, setelah dilakukan observasi awal, peneliti melihat bahwa aspek pendukung operasionalnya cukup diperhatikan dalam berbagai lini pelayanannya. Tentunya hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana jika pelanggan tidak puas, maka mereka akan melakukan switching ke apotek lain yang dirasa akan membuat puas. Sebaliknya, jika mereka pelanggan merasa puas, maka mereka akan melakukan pembelian ulang dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain di sekelilingnya.

Karena itu, berdasarkan keterangan diatas, serta beberapa penelitian terdahulu yang peneliti pelajari dimana menunjukkan hasil yang beragam, maka penulis mengangkat permasalahan tersebut untuk kemudian dianalisis pada penelitian ini yang berjudul, “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Ajiwaras Cilandak – Jakarta.”

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah dimensi kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Apotek Ajiwaras Cilandak – Jakarta?
- b. Apakah dimensi kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Apotek Ajiwaras Cilandak – Jakarta?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Ajiwaras Cilandak – Jakarta secara parsial dan simultan.

I.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat berupa:

- a. Aspek Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1) Dapat memberikan ilmu dan wawasan mengenai pelayanan apotek

2) Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk melengkapi penelitian – penelitian terdahulu

b. Aspek Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dari penerapan dalam penelitian ini adalah :

1) Penelitian ini berguna bagi badan usaha yang mengedepankan pelayanan kesehatan khususnya apotek sebagai masukan, pertimbangan, sumber informasi, dan salah satu acuan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan serta memperbaiki Standar operasionalnya.

