

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini sangat dipengaruhi oleh globalisasi. Banyak bisnis berusaha keras untuk meningkatkan kualitas usahanya agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Karena situasi ini, perusahaan harus cepat membuat keunggulan kompetitif bisnisnya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan bersaing dalam memasarkan produknya agar lebih dikenal, diketahui, dan dijangkau oleh konsumen. Dalam ketatnya persaingan bisnis, perusahaan perlu menciptakan citra positif dibenak konsumen dan menghadirkan pelayanan prima. Loyalitas pelanggan yang tercipta akan menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi salah satu rintangan terberat yang dihadapi perusahaan demi meraih kesuksesan di era yang dinamis dan kompetitif. Pelanggan yang puas merupakan elemen penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Studi menunjukkan bahwa mempertahankan pelanggan saat ini jauh lebih mudah daripada mendapatkan pelanggan baru (Sari, 2018). Hal ini mendorong semakin banyak pemasar untuk mempelajari lebih lanjut tentang perilaku konsumen dan membuat strategi dan program pemasaran yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dituju.

Di tengah semakin banyaknya jenis penyakit, kondisi lingkungan yang telah banyak tercemar, serta perubahan cuaca yang ekstrem, kesehatan menjadi kebutuhan pokok yang sangat penting saat ini. Menurut Undang-Undang Nomor 36

Tahun 2009 tentang Kesehatan, bahwa kesehatan didefinisikan sebagai suatu keadaan sehat baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis (Republik Indonesia, 2009). Untuk itu, keberadaan industri farmasi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap obat-obatan.

Salah satu bentuk pelayanan kesehatan terutama di bidang kefarmasian adalah apotek. Menurut Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 9 Tahun 2017, apotek didefinisikan sebagai sarana pelayanan kefarmasian tempat apoteker menjalankan praktik kefarmasian (Kemenkes RI, 2017). Sebagai alat distribusi perbekalan farmasi, apotek merupakan sarana pelayanan kesehatan yang berkewajiban untuk menyediakan dan menyalurkan obat dan perbekalan farmasi lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sebagai sarana distribusi, apotek memiliki dua fungsi yaitu fungsi ekonomi dan sosial. Fungsi ekonomi menuntut agar apotek memperoleh keuntungan untuk menjaga keberlangsungan usaha, sedangkan fungsi sosial adalah memastikan distribusi yang merata dan memberikan informasi obat kepada masyarakat.

Industri apotek di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada awalnya apotek hanya ada di perkotaan, tetapi sekarang apotek dapat dengan mudah ditemui hampir di seluruh wilayah kabupaten, kecamatan, dan kelurahan di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, bahwa jumlah apotek di Indonesia pada tahun 2021 adalah sebanyak 30.199 unit, dimana daerah yang memiliki jumlah apotek terbanyak adalah Jawa Barat, yaitu 4.874 unit (DataIndonesia.id, 2022). Informasi tersebut menunjukkan bahwa sektor penyedia jasa layanan apotek berkembang sehingga meningkatkan

persaingan yang ketat antar apotek, terutama dalam hal kualitas pelayanan seperti sarana dan fasilitas. Hal ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup, meningkatnya kebutuhan obat, kemudahan akses informasi melalui digital, serta jenis penyakit yang semakin kompleks (Melviani, Priadi, & Muttaharah, 2023).

Kemampuan untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan dalam proses penjualan pada bisnis apotek. Jika semua layanan diberikan dengan baik sesuai dengan standar yang telah ditentukan, pelanggan akan merasa senang dan nyaman ketika mereka membeli obat di apotek. Apotek sebagai salah satu dari bagian pelayanan kesehatan telah mengalami perubahan orientasi dari *product/drug oriented* menjadi *patient oriented* dengan tujuan agar apotek dapat membantu pasien tidak hanya sekedar untuk memperoleh obat yang mereka butuhkan tetapi juga agar pasien dapat menggunakan obat dengan tepat.

Faktor utama yang menentukan kualitas suatu fasilitas kesehatan adalah kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2016:153) menyatakan kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan. Daryanto dan Setyobudi (2014:43) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons emosional konsumen terhadap suatu produk setelah menggunakannya, yang muncul ketika harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Rendahnya kepuasan pelanggan akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang semakin menurun dan mempengaruhi profitabilitas fasilitas kesehatan tersebut. Di sisi lain, sikap dan perilaku petugas terhadap pelanggan juga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, karena kebutuhan dan tuntutan pelanggan terhadap mutu pelayanan

yang diberikan akan selalu meningkat dari waktu ke waktu. Ketika pelanggan senang dengan produk atau layanan yang diberikan perusahaan, maka akan berdampak pada peningkatan bisnis dan pertumbuhan bagi perusahaan karena pelanggan lebih cenderung merekomendasikannya kepada orang lain dan terus menggunakan jasa dari tempat tersebut.

Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk merupakan dua faktor penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Tjiptono (2016:268) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil dari upaya perusahaan untuk mencapai tingkat keberhasilan yang diharapkan dan konsisten dalam memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan diukur dengan membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan (Santoso, Handoko & Agustina, 2023). Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan (*loyal customer*) dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian kembali sehingga pendapatan dari penjualan pun juga akan meningkat.

Menyediakan pelayanan yang unggul dan berfokus pada kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu dalam mencapai keunggulan kompetitif, menjaga keberlangsungan usaha, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Dengan cara ini pelanggan akan merasa puas dan dihargai, yang akan mendorong loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang. Menurut Sinaga dan Leswana (2022) untuk mengukur kepuasan pelanggan atau pasien, dapat dilakukan melalui survei tingkat kepuasan pelanggan yang mencakup 5 indikator kualitas layanan atau dikenal sebagai ServQual, yaitu *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (ketanggapan), *reliability* (keandalan), *empathy* (empati), dan *assurance* (jaminan).

Persepsi kualitas pelayanan yang baik diperoleh bila kualitas yang dialami memenuhi harapan pelanggan. Sehingga, citra kualitas pelayanan yang baik berasal dari perspektif atau sudut pandang pelanggan, bukan berdasarkan sudut pandang perusahaan. Penelitian ini didukung dengan temuan penelitian Artawan, Kusuma dan Jodi (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Fitri (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas yang diberikan, maka kepuasan pelanggan pun akan ikut meningkat. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk, tentu saja pelanggan akan merasa tidak puas.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kelengkapan produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:347) kelengkapan produk merupakan ketersediaan seluruh jenis produk yang ditawarkan oleh suatu produsen untuk dimiliki, dikonsumsi, atau digunakan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketersediaan obat sangat berdampak pada akses masyarakat terhadap pengobatan. Apabila obat tersedia secara lengkap, masyarakat akan dengan mudah mendapatkan obat yang mereka butuhkan. Menurut Engel (2013:209) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang mencakup dimensi kedalaman, luas, dan variasi produk yang ditawarkan serta ketersediaannya di toko setiap saat.

Kelengkapan produk dapat menjadi daya tarik konsumen dalam memilih produk. Apabila produk yang dicari oleh konsumen selalu tersedia dan bervariasi, cenderung mereka akan merasa puas dengan pengalaman berbelanja dan melakukan pembelian di tempat tersebut. Berdasarkan temuan penelitian Novita (2020) bahwa

kelengkapan produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian. Hal ini sama dengan hasil penelitian Artawan, Kusuma dan Jodi (2022) bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, apotek harus menyediakan berbagai produk untuk dijual, karena pelanggan merasa puas apabila tempat yang dikunjungi menyediakan barang yang lengkap baik dari segi merek, ukuran, dan kualitas. Sehingga mereka memiliki banyak pilihan untuk membeli barang yang diinginkan dan dibutuhkan pada saat itu (Yuliani, Ganie & Nurhidayati, 2023).

Perkembangan industri apotek di Kalimantan Selatan saat ini mengalami kemajuan, salah satunya yaitu di Kabupaten Banjar. Hampir disetiap wilayah banyak tersebar apotek, mulai dari apotek kecil hingga apotek besar. Salah satu apotek di Kabupaten Banjar yang ikut dalam persaingan industri farmasi adalah Apotek Sehat Farma. Apotek Sehat Farma yang berlokasi di Jalan Martapura Lama Km.8,2 Kelurahan Sungai Lulut, Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar ini baru berdiri pada bulan Agustus 2023. Jam operasional pelayanan pasien di Apotek Sehat Farma yaitu dari pukul 08.00 - 22.00 WITA.

Apotek Sehat Farma sebagai salah satu pelaku bisnis farmasi berupaya memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan melalui penjualan obat-obatan baik obat generik, paten, dan obat yang dijual dengan resep maupun tanpa resep dokter. Apotek Sehat Farma tidak hanya menjual obat, tetapi juga melakukan pelayanan kesehatan seperti layanan pemeriksaan kesehatan (tekanan darah, gula darah, asam urat, kolesterol, dan hemoglobin), praktik dokter umum, serta menyediakan layanan *home care*. Sebagai apotek baru, Apotek Sehat Farma belum melakukan evaluasi kepuasan pasien. Oleh karena itu, belum diketahui tingkat

kepuasan pasien di apotek tersebut. Namun, Apotek Sehat Farma selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kelengkapan produknya.

Data jumlah konsumen Apotek Sehat Farma selama periode September 2023 sampai dengan Desember 2023 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1. 1
Data Jumlah Konsumen Apotek Sehat Farma
September-Desember 2023

No.	Bulan	Jumlah konsumen	%
1.	September	350 orang	18,32%
2.	Oktober	530 orang	27,75%
3.	November	470 orang	24,61%
4.	Desember	560 orang	29,32%
	Jumlah	1.910 orang	100%

Sumber: Apotek Sehat Farma, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen pada Apotek Sehat Farma selama 4 bulan, September hingga Desember 2023 yaitu fluktuatif turun dan naik. Hal ini dilihat pada bulan pertama apotek tersebut berjalan, jumlah konsumen yaitu sebanyak 350 orang, kemudian pada bulan berikutnya jumlah konsumen meningkat menjadi 530 orang, namun pada bulan ketiga, terjadi penurunan jumlah konsumen menjadi 470 orang, dan meningkat kembali pada bulan Desember menjadi 560 orang. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen sempat mengalami penurunan yang disebabkan oleh penurunan jumlah pelanggan yang membeli produk di apotek.

Hal tersebut didukung oleh data jumlah penjualan dari Apotek Sehat Farma selama periode September 2023 sampai dengan Desember 2023 yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Laporan Penjualan Apotek Sehat Farma
September – Desember 2023

No.	Bulan	Jumlah Penjualan
1.	September	Rp 14.322.900
2.	Oktober	Rp 20.460.700
3.	November	Rp 18.307.000
4.	Desember	Rp 21.669.000
	Total Penjualan	Rp 74.759.600

Sumber: Apotek Sehat Farma, 2024

Dari Tabel 1.2 di atas, dapat dilihat berdasarkan penjualan mengalami fluktuasi. Penjualan mengalami kenaikan pada bulan Oktober, namun pada bulan November mengalami penurunan, dan pada bulan Desember mengalami kenaikan kembali. Penjualan tertinggi berada di bulan Desember 2023 yaitu sebesar Rp 21.669.000. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah transaksi penjualan Apotek Sehat Farma mengalami fluktuatif (naik turun) selama 4 bulan terakhir yang menandakan terjadinya penurunan minat beli pelanggan pada Apotek Sehat Farma.

Dari data tersebut diketahui bahwa Apotek Sehat Farma terdapat masalah yang harus diselesaikan salah satunya adalah pendapatan dan juga terutama dalam hal kelengkapan produk obat yang berdampak pada penurunan penjualan. Hal ini ditandai dengan sering munculnya keluhan dari pelanggan mengenai kurang lengkapnya produk yang dijual atau obat yang ingin dibeli pelanggan selalu kosong secara terus menerus. Selain itu dari segi fasilitas dirasa juga masih kurang, terlihat dari belum adanya sistem pembayaran non tunai yang akan mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran. Upaya karyawan Apotek Sehat Farma dalam mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memperhatikan stok produk yang tersedia dan berusaha menambah ragam produk yang dicari pelanggan.

Apotek Sehat Farma juga selalu membenahi kualitas pelayanan terutama komunikasi dengan pasien mengenai pemberian informasi obat, efek samping obat, serta memastikan obat yang diberikan tepat.

Inti permasalahan dari penurunan penjualan Apotek Sehat Farma adalah kurang lengkapnya produk yang tersedia. Pelanggan tidak dapat menemukan produk yang mereka cari, menyebabkan pelanggan kecewa dan beralih ke apotek lain sehingga Apotek Sehat Farma kehilangan pelanggan potensial dan akan mengurangi pendapatan. Permasalahan lain pada Apotek Sehat Farma yaitu belum tersedianya sistem pembayaran non tunai. Dimana saat ini, banyak konsumen lebih memilih menggunakan pembayaran non tunai daripada uang tunai karena lebih praktis. Tidak tersedianya sistem pembayaran non tunai di apotek berpotensi pada hilangnya pelanggan yang lebih memilih metode pembayaran ini dan berimbas pada penurunan pendapatan. Dari kedua permasalahan tersebut mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan, dimana pelanggan yang kecewa dengan kelengkapan produk dan sistem pembayaran akan memberikan penilaian negatif dan tidak akan kembali ke apotek.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Apotek Sehat Farma perlu melengkapi produk yang tersedia dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui produk apa saja yang dibutuhkan pelanggan, memperbarui stok produk secara berkala, mencatat produk yang dicari oleh pelanggan apabila produk tidak tersedia, dan bekerja sama dengan Perusahaan Besar Farmasi (PBF) sehingga dapat menyediakan produk yang lengkap. Selain itu, Apotek Sehat Farma perlu menyediakan sistem pembayaran non tunai melalui kerja sama dengan penyedia

layanan seperti GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, dan lain-lain serta mengedukasi karyawan tentang cara menggunakan sistem pembayaran tersebut.

Dari permasalahan yang diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan. Adapun permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)?
2. Apakah kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).
2. Untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi mata kuliah manajemen pemasaran serta menambah pengetahuan mengenai penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi tambahan, khususnya dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan.
 - c. Bagi akademik diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan serta sebagai sumbangsih kepastakaan di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi terkait manajemen pemasaran serta membantu Apotek Sehat Farma dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk demi tercapainya kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat berkembang.