

HARAPAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN APOTEK TERHADAP PERAN APOTEKER YANG BERADA DI WILAYAH SURABAYA TIMUR

Jacqueline Apreyeculia Tjong

Fakultas Farmasi

jacquelineapreyeculia@yahoo.co.id

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harapan dan kepercayaan konsumen Apotek yang dilakukan di Wilayah Surabaya Timur. Penelitian ini dilakukan dengan metode observasional deskriptif. Metode sampling yang dipakai adalah *Purposive Sampling*. Populasi penelitian adalah konsumen yang berkunjung ke Apotek. Diperoleh sampel sebanyak 141 dimana ini telah melebihi target minimum yaitu 96, sampel diperoleh dari beberapa Apotek yang didasarkan tujuh kecamatan yang ada di wilayah Surabaya Timur. Metode pengambilan data dilakukan dengan pembagian kuesioner dan juga dilakukan wawancara untuk mendapatkan informasi tambahan. Harapan terpenting bagi konsumen adalah Apoteker memiliki pengetahuan yang lebih mengenai obat dengan nilai 82,27%. Konsumen sangat menginginkan sebuah informasi yang jelas dan akurat secara langsung dari Apoteker. Berdasarkan Uji Mann-Whitney didapatkan tidak ada perbedaan harapan antara konsumen yang pernah memperoleh pelayanan secara langsung dari Apoteker maupun yang tidak pernah dimana nilai p untuk semua item terkait harapan memiliki nilai $p > 0.05$. Kepercayaan 89 konsumen yang memperoleh pelayanan langsung dari Apoteker terkait jenis-jenis informasi yang dipercaya adalah pemberian saran mengenai obat non-resep, cara mengkonsumsi obat, dan cara mengatasi penyakit-penyakit ringan seperti sakit kepala, batuk dan pilek, diare, konstipasi dan wasir. Informasi terkait produk herbal masih belum dikenal oleh konsumen yang diterimanya dari Apoteker.

Kata kunci: Harapan, Kepercayaan, Konsumen, Apoteker, Informasi

Abstract- The aim of this study is to determine the expectation and trust of the pharmacy consumer that located in East Region of Surabaya. This research was conducted with descriptive methods. Purposive sampling was used for the sampling method. The study's population is consumers who visit the drugstores. Obtained 141 samples which have exceeded the minimum target that is 96, samples were obtained from several drugstores that are based on seven districts in East region of Surabaya. The method of data collection was done by questionnaires and interviews were conducted to obtain additional information. The most important expectation for consumers was the pharmacists have more knowledge about drugs with a value of 82.27%. Consumers really want a clear and accurate information directly from the pharmacist. Based on the Mann-Whitney test, founded that there wasn't any difference between the expectations of consumers who never received services directly from a pharmacist or not, where p values for all related items expectation value was $p > 0.05$. 89 consumer's trust that gained direct services from the pharmacists related to trusted

information's type was : presentation of advice on non-prescription drugs, how to consume drugs and how to deal with minor ailments such as headaches, coughs and colds, diarrhea, constipation and hemorrhoids. Information related to herbal products wasn't known by the consumer that receives from the pharmacist.

Keywords: Expectation, Trust, Consumers, Pharmacists, Information

PENDAHULUAN

Kesehatan saat ini merupakan kebutuhan mendasar yang diinginkan oleh semua manusia. Semua manusia ingin sehat dan terbebas dari segala penyakit yang dapat berisiko kematian. Hidup sehat bukan berarti harus mengonsumsi obat terus menerus.

Kesehatan menjadi tanggungjawab bagi semua tenaga kesehatan, dimana salah satunya ada Apoteker. Peran dari Apoteker sebagai salah satu dari tim penyedia layanan kesehatan salah satunya dalam memberikan informasi dan edukasi merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan penggunaan obat yang rasional namun hal ini ternyata dinilai masih kurang di masyarakat.

Dalam Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek tahun 2004, Pelayanan kefarmasian pada saat ini telah bergeser orientasinya dari semula hanya berfokus pada obat kini telah berubah fokus pada konsumen yang mengacu kepada *Pharmaceutical Care*. Hal ini merupakan kegiatan pelayanan kefarmasian yang semula hanya berfokus pada pengelolaan obat menjadi pelayanan yang komprehensif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dari pasien.

Menurut Undang-undang No.8 tahun 1999 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Konsumen ingin semua kebutuhannya dalam segala aspek terpenuhi tak terkecuali dari aspek kesehatan. Dengan kemajuan teknologi yang salah satu medianya melalui internet telah membuka pintu bagi pesaing baru untuk mempengaruhi konsumen dalam menjadikan sumber terpercaya untuk memperoleh dan mengerti layanan dan informasi kesehatan yang diperoleh (**Hao Nguyen, 2004**).

Persepsi konsumen terhadap pelayanan Apotek yang buruk akan merugikan Apotek dari aspek bisnis karena konsumen akan beralih ke tempat lain. Tidak

hanya konsumen terkena dampak negatif tetapi kesan buruk ini akan diceritakan kepada orang lain sehingga citra Apotek terutama para petugasnya, termasuk Apoteker akan rusak. Oleh karena itu, persepsi konsumen yang baik terhadap layanan harus dikembangkan terus menerus dan menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen itu sendiri.

Persepsi konsumen salah satunya dapat dilihat dari harapan. Ketika konsumen menilai kualitas suatu pelayanan, mereka membandingkan dengan suatu standar internal yang ada sebelum mengalami jasa tersebut. Standar internal untuk menilai kualitas tersebut adalah dasar harapan konsumen. Harapan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diterima menjadi salah satu aspek yang dibutuhkan bagi evaluasi kinerja Apoteker. Harapan konsumen terhadap pelayanan kebanyakan dipengaruhi oleh pengalaman mereka sebelumnya. Konsumen yang tidak memiliki pengalaman pribadi cenderung akan memiliki harapan berdasarkan apa yang mereka lihat atau dengar seperti iklan atau promosi dari mulut ke mulut.

Saat konsumen merasa sesuai dengan pelayanan yang diberikan maka saat itulah konsumen menaruh kepercayaan. Sikap baik yang dimunculkan oleh konsumen akan mulai menciptakan niat dalam dirinya untuk menjadi loyal. Akhirnya niat untuk menjadi loyal tersebut akan menghasilkan loyalitas.

Dalam riset Costabile (Suhardi, 2006), kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didefinisikan pada pengalaman, yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Ciri utama terbentuknya kepercayaan adalah persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman.

Dalam penelitian ini, akan diukur peran Apoteker yang diharapkan oleh konsumen apotek dan jenis informasi apa yang membuat konsumen percaya kepada Apoteker. Dengan mengetahui peran Apoteker yang diharapkan dan dipercayai oleh konsumen, akan lebih memudahkan Apoteker untuk memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, kebutuhan konsumen dapat terpenuhi sesuai harapan yang mereka inginkan dan bagi Apoteker mendapatkan kepercayaan yang lebih lagi dari konsumen.

Dengan melihat latar belakang di atas maka peneliti ingin mengetahui harapan dan jenis-jenis informasi yang dipercaya dari Apoteker saat berada di Apotek.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah harapan dan kepercayaan konsumen apotek

Hipotesis Penelitian

1. Hipotesa nol : Tidak ada perbedaan harapan antara responden yang menerima pelayanan apoteker secara langsung maupun yang tidak pernah menerima pelayanan.
2. Hipotesa alternatif : Ada perbedaan harapan antara responden yang menerima pelayanan apoteker secara langsung maupun yang tidak pernah menerima pelayanan.

Rancangan Penelitian

Jenis Penelitian

Dari segi waktu, penelitian ini merupakan *cross sectional design* dimana pengambilan data hanya dilakukan satu kali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasional deskriptif, yang menggunakan kuesioner sebagai alat bantu.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur mengenai pertanyaan harapan dan kepercayaan kepada konsumen

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke apotek di Wilayah Surabaya Timur.

Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penarikan sampel yang dipergunakan adalah *purposive sampling*. Metode penentuan jumlah sampel yang digunakan menggunakan rumus:

$$n = p.q. (Z_{1/2\alpha} / b)^2$$

dimana n = jumlah sampel minimum

p = proporsi persentase kelompok populasi pertama

q = proporsi persentase kelompok kedua atau proporsi sisa
= $1-p$

$Z_{1/2}$ = Derajat koefisien konfidensi pada taraf kepercayaan tertentu (misal 95 atau 99 %)

b = persentase perkiraan kemungkinan membuat kekeliruan dalam menentukan ukuran sampel (berkisar 0,1 sampai 0,5)

Jadi, jumlah sampel minimal yang digunakan pada penelitian ini adalah:

$$n = p.q. (Z_{1/2\alpha} / b)^2$$

$$n = 0,5.0,5. (1,96/ 0,1)^2$$

$$n = 96.04 \text{ orang} \sim 96 \text{ orang}$$

Dalam perhitungan di atas peneliti mengambil asumsi antara nilai p dan q besarnya sama, yakni 0,5, hal ini disebabkan karena belum diketahui jumlah konsumen yang berkunjung ke apotek maka besarnya derajat koefisien konfidensi pada taraf kepercayaan tertentu atau harga $Z_{1/2\alpha}$ adalah 1,96 untuk taraf kepercayaan 95%

Adapun kriteria sampel inklusi adalah konsumen pernah menerima pelayanan baik itu pelayanan resep maupun non-resep di Apotek dan bersedia mengisi kuesioner serta menandatangani *informed consent*.

Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Skala Ukur

Kuesioner diperoleh dari CFP *Report* dengan judul *Consumers' Perception of Pharmacy* dari Kanada. Kuesioner pertama-tama ditranslate oleh peneliti bersama Ahli, kemudian dilakukan validasi awal dengan dibagikan kepada responden sebanyak 20 orang. Dilakukan perbaikan kalimat pada kuesioner untuk memperkuat pertanyaan yang mudah dipahami oleh responden. Pembagian kuesioner kembali dilakukan serta dilakukan wawancara sebagai informasi tambahan yang dapat memperkuat pernyataan responden.

Kuesioner ini terdiri dari tiga bagian, yaitu pertanyaan pendahuluan, pertanyaan terkait harapan konsumen pada bagian A yang terdiri dari sebelas item pertanyaan dan pertanyaan terkait jenis-jenis informasi yang dipercaya oleh kuesioner pada bagian B yang terdiri enam item pertanyaan.

Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harapan konsumen terhadap peran Apoteker di Apotek

Merupakan gambaran mengenai aspek-aspek pelayanan yang menjadi harapan konsumen pada Apoteker di Apotek, yang dapat diukur dari sebelas item pertanyaan pada bagian A kuesioner yang terkait harapan konsumen.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner bagian A adalah menggunakan skala Likert. Jawaban atas pertanyaan dinilai dengan skala nilai 1-4.

- Skor 1 : Tidak penting
- Skor 2 : Kurang penting
- Skor 3 : Penting
- Skor 4 : Sangat penting

2. Jenis-Jenis informasi yang dipercaya oleh konsumen terhadap peran Apoteker saat di Apotek.

Variabel kedua yang diukur yaitu jenis-jenis informasi yang responden percaya pada kuesioner bagian B mengenai kepercayaan dengan 6 item pertanyaan. Pada bagian ini dilihat apakah responden lebih memilih bertanya pada Apoteker atau tidak. Hal ini diukur dengan mengajukan pertanyaan terkait informasi-informasi mengenai kesehatan yang terdapat pada kuesioner *CFP Report* dengan judul *Consumers' Perception of Pharmacy* dari Kanada.

Skor yang digunakan peneliti adalah dengan kategori sebagai berikut:

- Skor 1 : Tidak
- Skor 2 : Ya

Metode Pengolahan Data Dan Analisa Data

Metode pengolahan data

Data yang sudah terkumpul kemudian dilakukan pengolahan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penyusunan data

Hal yang dilakukan adalah seleksi dan penyusunan data, Kuesioner yang sudah terisi dengan jawaban responden selanjutnya diteliti terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data yang diperoleh sudah memenuhi persyaratan yang ada atau tidak. Bila dalam kuesioner ada jawaban yang salah atau ada pertanyaan yang belum terjawab dengan baik, maka kuesioner tersebut dinyatakan gugur dan tidak diikutsertakan dalam proses perhitungan.

2. Klasifikasi

Kuesioner-kuesioner yang sudah terisi dengan benar dan tidak dinyatakan gugur, selanjutnya dilakukan klasifikasi data. Oleh karena itu, klasifikasi data harus ada kelompok mengenai karakteristik konsumen (meliputi usia,

jenis kelamin, pekerjaan, dan lain-lain), harapan dan kepercayaan konsumen akan peran Apoteker.

Data yang sudah di-skoring dengan kriteria penilaian tersebut di atas kemudian dimasukkan ke dalam tahap-tahap perhitungan sebagai berikut:

- a. Untuk kuesioner harapan, tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut:
 1. Menghitung jumlah responden yang memberikan nilai 4 yaitu sangat penting dan menghitung persentase.
 2. Mengkategorikan persentase yang didapat dari tahap 2 berdasarkan kategori berikut:

Tabel 1 Penafsiran Data

Persentase	Kategori Penilaian
81-100%	Sangat Penting
61-80%	Penting
41-60%	Cukup Penting
≤ 40	Kurang Penting

3. Pembuatan tabel dan grafik distribusi frekuensi
- b. Untuk kuesioner bagian B terkait jenis-jenis informasi yang dipercaya oleh konsumen. Tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut:
 1. Menghitung jumlah responden yang memberikan nilai 2 yaitu jika menjawab ya bertanya pada Apoteker
 2. Menghitung persentase responden yang memberikan nilai 1 yaitu jika menjawab tidak bertanya pada Apoteker
 3. Pembuatan tabel dan grafik distribusi frekuensi

Penyajian data dengan tabel, grafik dan diagram lingkaran. Data penelitian juga disajikan berupa diagram lingkaran, ini untuk membandingkan data dari berbagai kelompok.

Analisa Data

Analisis Deskriptif

Dilakukan analisis data deskriptif dengan membuat Tabel dan grafik distribusi frekuensi berdasarkan karakteristik konsumen dan distribusi frekuensi

dari harapan dan kepercayaan dan diolah dengan bantuan software *SPSS Versi 17 for Windows* yang bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas.

Uji Validitas

Rumus yang digunakan untuk analisis data adalah rumus korelasi *product moment Pearson* atau korelasi Pearson. Pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Alpha-Cronbach*. Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6

Untuk perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17 melalui *reliability analysis*.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang diperoleh termasuk distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan yaitu uji kolmogorov-Smirnov

Uji Perbedaan Harapan

Jika data distribusi normal digunakan uji statistik parametrik. Jika distribusi tidak normal digunakan uji statistik non parametrik untuk data nominal maupun data ordinal dengan menggunakan uji Mann-Whitney U Test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 45 responden. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan rancangan kuesioner awal valid dan reliabel digunakan sebagai instrumen penelitian. Pada kuesioner mengenai harapan dan kepercayaan dinyatakan valid ($r > 0,3$) dan reliabel ($\alpha > 0,6$).

Pelaksanaan Penelitian

Pengumpulan data dilakukan mulai bulan September 2012 hingga Desember 2012. Menurut data yang diperoleh, kecamatan yang berada di Surabaya Timur ada tujuh kecamatan. Sebanyak sepuluh Apotek diperoleh yang menjadi tempat pengambilan sampel dalam penelitian ini dimana terdapat target minimal untuk apotek yaitu masing-masing satu apotek yang mewakili tiap kecamatan. Dalam

penelitian ini diperoleh 141 responden yang melebihi target minimum sampel sebanyak 96. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden yang berkunjung ke apotek.

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen yang berkunjung ke Apotek yang berjumlah 141 orang dengan gambaran seperti berikut:

Tabel 2 Distribusi Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah (Σ)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Perempuan	92	65.25%
	Laki-Laki	49	34.75%
2	Usia		
	Tua >40th	26	18.44%
	Muda \leq 40th	115	81.56%
3	Pendidikan		
	SD/ SMP	9	6.38%
	SMA /SMK	75	53.19%
	Perguruan Tinggi	57	40.43%
4	Pekerjaan		
	Mahasiswa	17	12.06%
	Wiraswasta	16	11.35%
	Ibu Rumah Tangga	16	11.35%
	Pegawai	66	46,81%
	lain-lain	26	18.43%

Dari tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa konsumen Apotek yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas (65.25%) adalah perempuan, (81.56%) berusia kurang dari 40 tahun, (53.19%) berpendidikan SMA /SMK dan (46,81%) berprofesi pekerjaan pegawai.

Profil Pertanyaan Pendahuluan

Pada penelitian ini responden diminta untuk mengisi kuesioner dan dilakukan wawancara untuk mendapatkan informasi tambahan. Responden diberikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan profil kepercayaan responden dan loyalitas mereka terhadap Apoteker dan apotek. Prorif pertanyaan pendahuluan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Profil Pertanyaan Pendahuluan

No	Pertanyaan	Jumlah (Σ)	Persentase (%)
1	Tanggungjawab Kesehatan		
	Dokter	42	29.79%
	Apoteker	3	2.13%
	Diri Sendiri	96	68.08%
2	Frekuensi Kunjungan ke Apotek yang sama		
	Ya	85	60.28%
	Tidak	56	39.72%
3	Hal yang membuat berpindah Apotek		
	Harga Mahal	44	31.21%
	Pelayanan yang kurang memuaskan	35	24.82%
	Produk obat yang buruk	3	2.13%
	lain-lain	59	41.84%
4	Yang melayani di Apotek		
	Asisten Apoteker	37	26.24%
	Apoteker	57	40.43%
	lain-lain	47	33.33%
5	Mendapat pelayanan langsung dari Apoteker		
	Ya	89	63.12%
	Tidak	52	36.88%

Untuk pertanyaan pertama yaitu mengenai individu yang lebih bertanggungjawab atas kesehatan responden, sebesar 68,08% responden menjawab diri sendiri, sangat beda jauh hasilnya dibandingkan dengan Dokter sebesar 29,79% dan Apoteker hanya 2,13%.

Namun juga ada yang memilih Apoteker yang bertanggungjawab akan kesehatan. Hal ini kemungkinan responden mengenal peran Apoteker. Terlihat dari pernyataan responden yang memilih Apoteker: “*kan gini, menurut aku ya Apoteker itu, lah dia yang menguasai semua obat, karena aku ini jarang sekali ke dokter, jadinya ke apotek aja*”(Tn. G, 38 tahun). Dari pernyataan responden tersebut bisa dilihat bahwa responden juga sangat percaya kepada Apoteker akan kesehatannya..

Konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan umumnya melakukan promosi dari mulut ke mulut bagi calon konsumen lainnya yang diharapkan sangat positif bagi usaha apotek. Pada penelitian ini terlihat 60,28% responden sering ke apotek yang sama dan hanya 39,72% yang tidak selalu ke Apotek yang sama. Diduga pelayanan baik yang diterima oleh responden

akan membuat puas bagi responden sehingga mempengaruhi minatnya untuk kembali ke Apotek.

Rasa ketidakpuasan akan suatu pelayanan akan membuat konsumen untuk berpindah Apotek. Faktor terbesar yang membuat responden berpindah apotek adalah Harga obat sebanyak 31,21 %. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari beberapa responden seperti berikut ini: “ *harga obat mahal ya saja ke apotek yang lebih murah mbak, soalnya namanya orang kan pingin yang murah mbak, soalnya saya biasanya ke apotek lain ,obat nya sama tapi harganya beda, nah ya saya milih yang murah mbak*” (Ny. C-28 tahun) Pada dasarnya semua orang ingin mendapatkan sesuatu yang jauh lebih murah dibandingkan yang lain tak terkecuali dengan harga obat. Responden menginginkan memperoleh harga yang jauh lebih murah dan mereka akan puas saat mendapatkannya.

Yang menarik dalam penelitian ini ada salah satu responden memilih berpindah apotek karena Apotekernya menguasai segalanya. Dapat dilihat pernyataan responden berikut ini: “ *biasanya saya ke apotek yang apotekernya menguasai obat-obatan, dan ia selalu ada di apotek, jadi kalau saya sakit ya yang gak berat-berat saya ke apoteknya dulu baru ke dokter*” (Tn.H, 30 Tahun). Peran Apoteker dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di Apotek telah mengalami suatu kemajuan terlihat dengan responden yang mempercayakan kesehatannya kepada Apoteker.

PP 51 tahun 2009 menyatakan bahwa Pelayanan Kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan Sediaan Farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Namun tidak demikian pada kenyataannya Apoteker hanya berada di balik layar sehingga responden kurang mengenal peran Apoteker dalam pelayanan kesehatan. Sebanyak 40,43% responden mengemukakan bahwa yang biasa melayani mereka di apotek adalah Asisten Apoteker. Namun sebanyak 33.33% responden tidak tahu siapa yang melakukan pelayanan kefarmasian di Apotek. Hal ini diduga masih ketidaktahuan dan pengenalan responden akan peran Apoteker sebenarnya.

Sebanyak 63,12% responden menjawab bahwa mereka pernah mendapatkan pelayanan langsung dari Apoteker. Responden tersebut adalah konsumen yang

menjadi pelanggan di apotek dan mereka mengerti siapa Apoteker di tempat. Dan hal ini pun di dukung dengan seringnya hadir Apoteker ditempat tersebut serta peneliti sudah menverifikasi bahwa benar Apoketer yang melayani langsung di tempat.

Harapan Konsumen

Pada penelitian dapat dilihat harapan-harapan responden terhadap peran Apoteker diukur dari beberapa pernyataan yang ada di kuesioner bagian A. yang dapat di lihat pada tabel 4.

Tabel 4 Hasil Harapan konsumen terhadap peran Apoteker di Apotek

Pernyataan	Persentase (%)			
	4	3	2	1
Apoteker memiliki pengetahuan yang lebih tentang obat	82,27	17,73	0	0
Apoteker membuat catatan pengobatan	46,10	50,35	1,42	2,13
Apoteker peduli pada kebutuhan konsumen	58,86	39,01	1,42	0,71
Apoteker memberikan penjelasan mengenai:				
a. Tujuan Pengobatan	58,86	39,01	1,42	0,71
b. Cara Penggunaan Obat	70,92	28,37	0	0,71
c. Cara Penyimpanan Obat	55,32	39,72	4,25	0,71
d. Kemungkinan Adanya Efek Samping Obat dan Cara Mengatasinya	73,05	23,40	2,84	0,71
Apoteker memberikan penjelasan tentang:				
a. Pentingnya menggunakan obat secara teratur sesuai aturannya	63,12	34,75	1,42	0,71
b. Perubahan gaya hidup untuk mendukung keberhasilan pengobatan	39,01	41,13	14,89	4,96
Apoteker memberikan saran bila diminta oleh konsumen	43,26	53,19	2,84	0,71
Apoteker membangun hubungan yang baik dengan konsumen	46,81	43,26	8,51	1,42

Pada aspek harapan dari pernyataan responden yang mengatakan sangat penting saja untuk setiap aspek yang dinilai sangat penting. Apoteker memiliki pengetahuan yang lebih mengenai obat dinilai sangat penting bagi responden sebesar 82,27% dan menjadi harapan besar bagi responden untuk Apoteker memiliki hal tersebut.

Apoteker menjelaskan perubahan gaya hidup yang mendukung keberhasilan terapi sebanyak 46,81 % masih dirasakan penting bagi responden. Hal ini diduga bahwa yang diharapkan oleh perubahan gaya hidup tidak penting

dijelaskan oleh Apoteker. Hal ini diperkuat dengan salah satu pernyataan responden: *“setahu saja perubahan gaya hidup ya saya selama ini dapatnya dari dokter, Apoteker tidak pernah menjelaskan begituan, Apoteker kan ya yang bertanggungjawab sama obat saja, soal perubahan gaya hidup menurut saya tidak penting Apoteker yang menjelaskan”*(Tn.K,38 Tahun) Hal ini bisa beberapa faktor yang mungkin terjadi seperti responden yang tidak mengerti tugas atau peran Apoteker seharusnya seperti apa dan responden tidak pernah mendapat pelayanan mengenai perubahan gaya hidup dari Apoteker.

Perbedaan Harapan Konsumen

Pada penelitian ini dilakukan uji perbedaan harapan antara konsumen yang pernah memperoleh pelayanan langsung dari Apoteker maupun yang tidak pernah. Dari Tabel 5 di bawah ini merupakan hasil uji perbedaan harapan dengan Uji Mann-Whitney U test.

Tabel 5 Hasil Uji Mann-Whitney U Test pada item-item yang menjadi harapan konsumen

Pertanyaan	Nilai p	Kesimpulan
Apoteker memiliki pengetahuan yang lebih tentang obat	0.807	Kesebelas item memiliki nilai $p > 0.05$. Dimana bila nilai $p > 0.05$ maka Hipotesa nol diterima yaitu tidak ada perbedaan pada dua kelompok ini.
Apoteker membuat catatan pengobatan	0.273	
Apoteker peduli pada kebutuhan konsumen	0.724	
Apoteker memberikan penjelasan mengenai tujuan pengobatan	0.327	
Apoteker memberikan penjelasan mengenai cara penggunaan obat	0.821	
Apoteker memberikan penjelasan mengenai cara penyimpanan obat	0.719	
Apoteker memberikan penjelasan mengenai kemungkinan adanya efek samping obat dan cara mengatasinya	0.404	
Apoteker memberikan penjelasan tentang pentingnya menggunakan obat secara teratur sesuai aturannya	0.887	
Apoteker memberikan penjelasan tentang perubahan gaya hidup untuk mendukung keberhasilan pengobatan	0.600	
Apoteker memberikan saran bila diminta oleh konsumen	0.685	
Apoteker membangun hubungan yang baik dengan konsumen	0.950	

Diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan antara harapan konsumen yang menerima pelayanan secara langsung dari Apoteker maupun tidak pernah. Namun

hasil wawancara yang dilakukan pada sebagian besar responden, responden yang benar-benar menerima layanan langsung dari Apoteker sangat mengharapkan peran Apoteker di sebuah apotek lebih berdampak lagi bukan hanya yang selama ini dipikirkan oleh responden seperti ketidakhadiran Apoteker di Apotek melainkan hanya menitip nama di Apotek.

Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen akan sebuah informasi yang diperoleh saat berada di Apotek menjadi aspek yang terpenting bagi kemajuan kinerja Apoteker saat ini. Pada tabel 6 dapat dilihat bagaimana kepercayaan konsumen akan jenis-jenis informasi yang ditanyakan kepada Apoteker saat berada di Apotek terutama bagi konsumen yang benar-benar memperoleh pelayanan langsung dari Apoteker.

Tabel 6 Hasil Jawaban Responden terhadap jenis-jenis informasi yang dipercayai

Jenis- Jenis Informasi	Persentase (%)	
	Ya (2)	Tidak (1)
Obat Non Resep	79,78	20,22
Harga yang tertera di resep dokter	83,15	16,85
Saran mengonsumsi obat	84,27	15,73
Produk-Produk Herbal	39,33	60,67
Efek Samping Obat	75,29	24,72
Saran mengenai penyakit ringan	82,02	17,98

Dalam penelitian ini, sebanyak 89 orang yang menerima pelayanan langsung dari Apoteker. Mengapa peneliti membahas ini, karena kepercayaan timbul dari pengalamannya akan suatu objek atau hal. Hasil yang didapatkan yaitu responden mempercayai informasi Apoteker terutama dalam hal saran mengenai cara mengonsumsi obat (84,27%) dan yang masih belum dipercayai adalah informasi mengenai produk-produk herbal (39,33%). Sampai sekarang ini responden masih memilih bertanya kepada Apoteker mengenai saran mengonsumsi obat yang benar, meskipun pada kemasan obat tertulis cara mengonsumsi obat. Disini dapat dilihat peran Apoteker dalam memberikan edukasi terkait obat sangatlah dipercaya oleh responden.

Pernyataan akan terkait kepercayaan responden mengenai informasi obat herbal belum dikenali oleh responden. Hal ini mungkin karena tidak ada Apoteker

yang memberikan pelayanan mengenai produk herbal saat di Apotek. Namun sebenarnya Produk Herbal juga merupakan tanggungjawab bagi Apoteker untuk menjelaskan produk herbal tertentu.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Peran Apoteker yang diharapkan oleh responden yang dinilai sangat penting yaitu Apoteker memiliki pengetahuan yang lebih akan obat.
2. Tidak terdapat perbedaan harapan yang signifikan antara konsumen yang pernah mendapat layanan langsung dari Apoteker dan konsumen yang tidak pernah mendapat layanan langsung dari Apoteker.
3. Jenis-jenis informasi yang dipercaya oleh konsumen yang mendapat pelayanan langsung dari Apoteker untuk ditanyakan adalah saran mengonsumsi obat, efek samping obat, obat non resep, saran mengenai penyakit ringan dan harga yang tertera pada resep.

SARAN

Untuk melengkapi hasil penelitian ini, maka disarankan untuk:

1. Pada Kuesioner bagian pendahuluan, sebaiknya ditambahkan pertanyaan terkait pengetahuan konsumen terhadap Apoteker yaitu misalnya Apakah konsumen mengetahui siapa Apoteker itu.
2. Peran Apoteker yang memiliki pengetahuan yang lebih sangat diharapkan oleh konsumen, sehingga diharapkan Apoteker lebih baik lagi dalam melaksanakan tugas profesionalitas sebagai tenaga kesehatan.
3. Sebagian besar konsumen menyatakan yang melayani saat di Apotek adalah Asisten Apoteker bukan Apoteker. Namun mereka tidak mengerti siapa itu Apoteker, sehingga sulit membedakan antara Asisten Apoteker maupun Apoteker, maka perlu diperjelas dengan memperkenalkan diri dengan konsumen saat melakukan pelayanan agar konsumen mengetahui keberadaan Apoteker.

DAFTAR PUSTAKA

- Canadian Foundation for Pharmacy (CFP), 2004, *Consumers' Perception of Pharmacy*, The Ratiopharm.
- Chandra, B., 2008, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran IGC.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2009, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 36 Tahun 2009 tentang kesehatan*
- Departemen Kesehatan RI, 2004, Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004
- Departemen Kesehatan RI, 2008, *Petunjuk Teknis Pelaksanaan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek (SK Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004)*
- Surahman, E. M., & Husen, I. R., 2011, *Konsep Dasar Pelayanan Kefarmasian Berbasis Pharmaceutical Care*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Hepler, C. D., & Strand, L. M. 1990, *Opportunities and responsibilities in pharmaceutical care*. American Journal of Hospital Pharmacy, 47, 533–543.
- Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2009 Tentang Pekerjaan Kefarmasian, 2009, Jakarta.
- Wiedenmayer, K., Summers, R. S., Mackle, C. A., Gous, A. G., & Everard, M., 2006, *Developing Pharmacy Practice*. Geneva