

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BISNIS APOTEK DI PEKANBARU

**Mega Putri
Kasmiruddin**

mega_qie@yahoo.co.id

**CP. 0857 62 1818 36
Jurusan Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Kampus Bina Widya Jl. HR Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru**

Abstrack

The research is done in Pharmacy Pekanbaru. Setting of the problem is How Service Are Quality In Business Pharmacy Pekanbaru. The purpose of this research is to find out quality service in Pharmacy Pekanbaru. Writer use kualitative deskriptive analysis method and some theories about service quality. Indicator used of this research are Tangibles, Reliability, Responsivness, Assurance and Emphaty as measurement of service quality in business pharmacy Pekanbaru. Data collecting technique is done interview and quisoner. Sampling is done by sampling accidental. The result shows that Quality Service in Bussines Pharmacy Pekanbaru is categorized as good.

Keyword : Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsivness, Assurance and Emphaty

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penjualan produk obat-obatan saat sekarang ini sedang mengalami pengkatan hal ini disebabkan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk obat-obatan. Peningkatan penjualan produk obat-obatan ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen dalam permintaan obat-obatan. Hal tersebut dijadikan oleh perusahaan bisnis apotek sebagai suatu peluang besar dan bisnis apotek menjadi salah satu prospek bisnis yang menjanjikan. Dalam menjalankan bisnis apotek ini, perusahaan dituntut untuk mempu menciptakan inovasi-inovasi dalam bisnisnya. Salah satu inovasi yang harus dilakukan ialah strategi kualitas pelayanan yang mana kualitas pelayanan akan menjadi daya tarik bagi konsumen terhadap perusahaan sehingga konsumen menjadi lebih nyaman dan setia berbelanja di apotek. Pelanggan pada umumnya mengharapkan produk berupa barang dan jasa yang dia konsumsi dapat di terima atau dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Dengan perkataan lain para konsumen menginginkan mutu pelayanan yang diberikan adalah baik dan memuaskan.

Pelayanan merupakan suatu hal yang penting, sebab peningkatan dari pada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada waktu yang bersamaan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus

memperhatikan mutu dari jasa (service quality) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tentunya berupaya untuk memberikan jasa atau pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Hal ini merupakan upaya perusahaan untuk dapat tampil bedanya perusahaan tersebut dengan para pesaingnya. Kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor seperti kemampuan karyawan ketika menghadapi konsumen, akan tetapi lebih penting lagi bagaimana perusahaan dengan sumber daya yang dimilikinya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Salah satu tempat pelayanan kesehatan yang mudah di temukan masyarakat sekarang ini ialah apotek, yang mana apotek adalah tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Apotek merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan dalam membantu mewujudkan tercapainya derajat kesejahteraan yang optimal bagi masyarakat, selain itu juga sebagai salah satu tempat pengabdian dan praktek profesi apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasian (Hartini dan Sulastri, 2007). Apotek harus memiliki apoteker sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh Menteri Kesehatan Republik Indonesia yang memiliki tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan pelayanan terhadap konsumen dan berkewajiban dalam menjalankan standar profesinya.

Kualitas pelayanan ialah salah satu strategi yang mampu menarik konsumen, apotek yang tidak mampu mengembangkan pelayanan dan tidak mampu memberikan pelayanan baik untuk konsumennya maka lambat laun akan di tinggalkan oleh konsumennya, dan konsumen akan direbut oleh apotek lain yang lebih mampu memberikan pelayanan yang bagus kepada pelanggan karena pelanggan cenderung mencari pelayanan yang berkualitas. Biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan lebih penting daripada memikat pelanggan. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Seorang pelanggan yang puas akan 1) membeli lagi; 2) mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain; 3) kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing; 4) cenderung membeli produk lain dari perusahaan yang sama. Kepuasan pelanggan merupakan unsur mutlak paling dasar bagi setiap kegiatan bisnis. Apotek ialah tempat dimana konsumen bisa mendapatkan informasi-informasi obat-obatan, sehingga apotek harus dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya.

Pelayan kefarmasian meliputi ; 1. pelayanan resep, 2. Etiket, 3. Kemasan obat yang diberikan, 4. Penyerahan obat, 5. Informasi obat, 6. Koneling ,7. Monitoring penggunaan obat(*Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1027/Menkes/SK/IX/2004*). Untuk menjalin mutu pelayanan kefarmasian kepada masyarakat, suatu standar pelayanan kefarmasian di apotek yang bertujuan sebagai pedoman praktik apoteker dalam menjalankan profesi, untuk melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional dan untuk melindungi profesi dalam menjalankan praktik kefarmasian. Apoteker harus memberikan konseling mengenai sediaan farmasi. Bisnis apotek adalah bisnis pelayanan, yang mana aturan harus dipatuhi. Meskipun cara pengelolaan manajemennya berbeda, tetapi kaidah pelayanan tidak boleh ditinggalkan, dengan kata lain seseorang tidak boleh mengelola apotek hanya sekedar berdagang obat yang mana hanya mengejar omzet yang ujung-ujungnya bisa merugikan masyarakat.

Namun pada kenyataan di lapangan masih ada apotek di Pekanbaru yang tidak memenuhi dan melanggar peraturan yang telah ditetapkan. Apotek salah satu usaha profesional dengan perizinan dan pengawasan ketat. Menurut observasi yang dilakukan oleh penulis masih ada ditemukan dilapangan seorang apoteker nya tidak berada di tempat pada saat jam kerjanya. Seharusnya seorang Apoteker selalu berada di apotek pada jam kerja.

“Apoteker jarang sekali berada di tempat, apoteker datang ke Apotek kadang hanya untuk menendatangani beberapa surat dari supplier obat. Padahal secara ketentuan baku Apotek, apoteker semestinya harus selalu stay di Apotek. Nah, ini lah yang terjadi pada apoteker apotek”.

(Sumber: Wawancara Penulis dengan seorang Supplier obat Apotek).

“Kalau Apoteker jarang ada di Apotek dek, palingan adanya duaminggu sekali, pokoknya ibu(Apoteker) jaranglah ada disini palingan kamilah karyawan yang selalu ada ditempat yang mengerjakan dan menjalankan Apotek”.**(Sumber: Wawancara penulis dengan karyawan Apotek).**

Kalau sudah demikian dimana tanggung jawab apotek atau Apoteker sebagai tempat Pelayanan Masyarakat kalau apoteknya saja tidak ada di tempat, dengan demikian pelanggan akan dirugikan dengan satu pelayanan yang seharusnya didapatkan oleh pelanggan salah satunya konseling yang harus diberikan oleh apoteker kepada pelanggan dan sebenarnya Apotekerlah yang bertanggung jawab penuh terhadap Apotek yang di Kelolanya. Apabila hanya ada seorang pegawai yang berada ditempat maka pelanggan tidak mendapatkan informasi-informasi akurat tentang obat yang mereka beli karena masyarakat awam menganggap apoteker atau asisten apoteker adalah orang yang paling mengetahui tentang segala hal yang menyangkut obat.

Selain itu masih terdapatnya indikasi-indikasi keluhan konsumen terkait dengan pelayanan yang mereka berikan seperti:

“Kursi tunggunya kurang memadai, apabila pasien sedang ramai maka kami harus berdiri untuk menunggu obat sampai selesai diracik sedangkan waktu peracikan obat bisa dikatakan lama”.**(Sumber: Wawancara Penulis dengan konsumen Apotek).**

“Lahan Parkirnya sempit, jadi kami kurang nyaman kalau mau memarkirkan kendaraan apa lagi kalau sedang ramai”.**(Wawancara Penulis dengan konsumen Apotek).**

“Kurang mendapatkan jaminan terhadap hasil kerja karyawan, misalnya saja waktu saya ingin membeli bedak mereka menawarkan produk lain jadi saya menanyakan jaminan untuk saya bagaimana apabila bedak ini tidak cocok dengan saya? Karyawan apotek hanya merespon dengan senyuman”.**(Sumber: Wawancara Penulis dengan konsumen Apotek).**

Apabila terjadi hal yang demikian pelayanan yang dibawah harapan konsumen dan apabila terjadi terus menerus maka akan dapat membahayakan apotek , apotek akan kehilangan konsumennya kemudian akan menimbulkan persepsi negatif terhadap apotek tersebut, dan akan mengakibatkan menurunnya jumlah konsumen yang berbelanja dan pada akhirnya akan menyebabkan penurunan keuntungan yang diperoleh apotek bukan hanya demikian apotek akan kehilangan pelanggan karena pelanggan akan berpindah ke apotek lain, pelayanan adalah prioritas utama dalam bisnis jasa sedangkan apotek ialah salah satu bisnis layanan jasa kesehatan masyarakat. Sudah semestinya apotek dapat memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memenangkan persaingan. Adapun

kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan konsumen, kepuasan konsumen sangat penting karena akan berdampak pada kelancaran bisnis atau perusahaan.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan dapat menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya akan terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan dapat membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang tentunya dapat menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Maka dari itu jalinlah pelayanan yang baik kepada pelanggan kerena pelayanan yang baik mampu mempertahankan konsumen bahkan dapat merebut konsumen sehingga apotek dapat terus eksis dalam menjalankan bisnisnya walau dalam keadaan persaingan yang ketat.

Dengan permasalahan layanan yang terjadi di Apotek Pekanbaru maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BISNIS APOTEK DI PEKANBARU**".

B. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Pada Bisnis Apotek Di Pekanbaru

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna sebagai :

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menuingkatkan dan mengembangkan kemampuan berfikir melalui karya ilmiah saerta melatih penulis dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari, serta menjadi bahan kajian teoritis dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Ilmu Administrasi Bisnis serta dimanfaatkan untuk menambah wawasan intelektual peneliti mengenai kualitas pelayanan serta dapat digunakan bagi penelitian yang sama, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendangan bagi pihak apotek untuk dapat mewujudkan fungsi apotek dengan memegang teguh nilai-nilai dan peraturan pemerintah yang ada.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan rujukan, pertimbangan dan pemikiran bagi pegawai apotek dalam rangka menciptakan kualitas pelayanan yang baik di apoteknya, serta dijadikan informasi (referensi) bagi penulis lain untuk penelitian lebih lanjut.

C. Kerangka Teori

1. Jasa

Jasa didefinisikan sebagai setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan merupakan barang yang tidak berwujud. Menurut **Kotler , 2005** mengatakan jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud. Menurut **Payne, 2001** jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan yang berhubungan dengannya.

2. Kualitas

Wyckof dalam Tjiptono, 2000:52 kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas

disain merupakan fungsi spesifikasi produk sedangkan kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan(**Tjiptono, 2003:3**)

1. Pelayanan

Pelayanan **menurut Kotler (Fajar Laksana, 2008:85)** yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan merupakan cara promosi langsung yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa (**Buchari Alma, 2005:71**). Pelayanan pada pengguna jasa merupakan unsur strategi perusahaan dalam memasarkan jasa. Pada saat sekarang ini dimana persaingan sangat ketat, berhasil atau tidaknya pemasaran atau jasa sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayan sebelum atau sesudah pelayanan. Banyak perusahaan yang berkualitas baik dan menarik gagal dalam pemasaran, ternyata persoalan yang dihadapi relative sama yaitu akibat lemahnya pelayanan dalam perusahaan.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml et. Al (Fajar Laksana, 2008:88) kualitas pelayanan dapat didefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Dalam pengembangan selanjutnya pada tahun 1990, kualitas pelayanan (jasa) dikelompokkan ke dalam 5 dimensi oleh **Parasuraman (Fandy Tjiptono, 2005:14)**, yaitu :

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepad pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana aprasarana perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik(gedung, gudang), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), sarana komunikasi serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan tanpa kesalahan, sikap dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap (Responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.membriarka konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain : komunikasi, kredibilitas, keamanan dan sopan santun.
5. *Emphaty* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

4. Persepsi

Schiffman dan Kanauk,2004(Tatik Suryani, 2008:88) mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna. Menurut **Stanton et al.,1998(Nugroho J Setiadi, 2003:97)** persepsi dapat didefinisikan

sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan masa lalu, stimuli(rangsangan) yang kita terima melalui indra.

D. Metodologi Penelitian

Untuk melihat, mengetahui serta melikuiskan keadaan yang sebenarnya secara rinci dan aktual dengan melihat masalah dan tujuan penulisan penelitian seperti yang telah disampaikan sampaikan sebelumnya. Maka metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif. Dan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif, yang dapat menggambarkan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana semestinya.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada apotek yang terletak di kota Pekanbaru. Pertimbangan pemilihan tempat penelitian berdasarkan pada pertimbangan praktis dalam hubungannya secara geografis dimana letaknya mudah dijangkau oleh penulis.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah :

- a. Kuesioner (angket) Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden tersebut memberikan jawabannya yang mana kuesioner akan diisi oleh pihak apotek, kuesioner akan dititipkan kepada pihak apotek yang kemudian akan diambil kembali sesuai waktu yang ditentukan oleh penulis.
- b. Observasi (pengamatan) Yaitu pengamatan secara langsung yang dilakukan penulis terhadap objek penelitian guna memperoleh bahan dan data yang diperlukan dan dapat menjadi rujukan atau mengetahui tujuan penelitian dengan hasil data yang akurat.
- c. Wawancara penulis melakukan wawancara langsung dengan responden yang berkaitan dengan masalah yang ada dalam penelitian ini.

E. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini ialah data kualitatif . Penulis menggunakan data ini dikarenakan bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi yang timbul di apotek yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan dan mendeskripsikan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.

Sumber data yang digunakan sebagai berikut :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari para responden (apoteker dan karyawan apotek) dengan menggunakan teknik kuesioner yang akan dititipkan kepada pihak apotek dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan yang kemudian akan diambil kembali sesuai waktu yang ditentukan.
- b. Data Sekunder, yaitu data pendukung data yang diperoleh dari literatur-literatur dan dokumen-dokumen serta laporan-laporan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

F. Populasi dan Sampel

- a. Populasi Menurut Sugiyono (2004:55) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dijadikan penelitian adalah berjumlah 140 apotek.
- b. Sampel menurut Sugiono (2007: 91) adalah : “Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Di dalam penelitian ini di ambil 4 apotek hal ini diambil secara sengaja, 4 apotek ini terdiri dari ; 1 apotek besar, 2 apotek sedang, 1 apotek kecil. Responden setiap apotek diambil secara sengaja yang berjumlah 20 responden, jadi total seluruh responden berjumlah 80.Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik Accidental Sampling (sampel kebetulan) dimana para konsumen yang datang ke apotek akan diberikan kuesioner.

G. Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini ialah analisis data deskriptif , yaitu data dianalisa dengan memberikan gambaran terperinci berdasarkan kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan. Mengenai kualitas pelayanan pada Bisnis Apotek di Pekanbaru, berdasarkan metode penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka data informasi yang diperoleh akan dikelompokkan dan dipisahkan sesuai dengan jenisnya dan dianalisa secara kualitatif yang disajikan dalam bentuk tabel kemudian diuraikan dengan argumentasi yang relevan dengan konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Tangibles(Bukti Fisik) Apotek

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilihat dari hasil rekapitulasi indikator-indikator dimensi Tangibles(Bukti fisik) yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dan keunggulan sarana/prasarana fisik yang digunakan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai bukti fisik maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel III.1
Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Tangibles(Bukti Fisik) Pada Bisnis Apotek

No	Indikator	Alternatif Jawaban						
		SB	B	CB	KB	TB	Skor	Jumlah
1	Kerapian dan kebersihan Apotek	27 (34%)	44 (55%)	4 (5%)	5 (6%)	-	333	80 (100%)
2	Kondisi Apotek yang Menarik	10 (12%)	34 (43%)	36 (45%)	-	-	294	80 (100%)
3	Kenyamanan ruang tunggu	14 (17%)	29 (36%)	12 (15%)	25 (32%)	-	272	80 (100%)
4	Kenyamanan kondisi parkir	9 (11%)	21 (26%)	31 (39%)	19 (24%)	-	260	80 (100%)

Jumlah	60 (19%)	128 (40%)	83 (26%)	49 (15%)	-	1159	320 (100%)
---------------	-------------	--------------	-------------	-------------	---	------	---------------

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel III.1 di atas dapat dilihat bahwa hasil rekapitulasi kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi Tangibles(Bukti Fisik) Apotek di Pekanbaru termasuk kedalam kriteria Baik yaitu berada pada interval skor 1159. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di lihat dari dimensi Tangibles pada Bisnis Apotek di Pekanbaru sudah memberikan pelayanan yang baik, konsumen dapat menikmati layanan ini dengan nyaman dan puas sehingga konsumenpun dapat memberi persepsi Baik untuk dimensi Tangibles.

Dari pernyataan pertama yaitu Kerapian dan kebersihan Apotek di Pekanbaru sebanyak 44 orang atau 55% memberi tanggapan Baik, sangat baik 27 orang 34%,cukup baik 4 orang 5% dan kurang baik 5 orang 6%.

Dari pernyataan kedua yaitu Kondisi Apotek yang Menarik pada Apotek di Pekanbaru sebanyak 10 orang atau 12% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 34 orang atau 43%, yang memberi tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 36 orang atau 45%.

Untuk pernyataan ketiga yaitu Kenyamanan ruang tunggu Apotek Pekanbaru sebanyak 14 orang atau 17% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 29 orang atau 36%, yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 12 orang atau 15% dan yang memberi tanggapan kurang baik ada sebanyak 25 orang atau 32%.

Untuk pernyataan keempat yaitu Kenyamanan kondisi parkir Apotek sebanyak 9 orang atau 11% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 21 orang atau 26 %, yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 31 orang atau 36% dan yang memberi tanggapan kurang baik ada sebanyak 19 orang atau 15%.

B. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Reliability(Keandalan) Pada Bisnis Apotek

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilihat dari hasil rekapitulasi indikator-indikator dimensi Reliability(Keandalan) yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yg dijanjikan secara akurat dan terpercaya kepada konsumen. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai keandalan (*reliability*) maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel III.2
Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Reliability(Keandalan) Pada Bisnis Apotek

No	Indikator	Alternatif Jawaban						
		SB	B	CB	KB	TB	Skor	Jumlah
1	Tindakan Layanan yang Profesional dan akurat	13 (16%)	35 (44%)	32 (40%)	-	-	301	80 (100%)
2	Pelayanan yang ramah	20 (25%)	31 (39%)	29 (36%)	-	-	311	80 (100%)
3	Pelayanan yang benar dan sesuai prosedur	9 (11%)	40 (50%)	31 (39%)	-	-	298	80 (100%)
4	Pelayanan konseling sesuai jadwal	5 (7%)	32 (40%)	42 (52%)	1 (1%)	-	281	80 (100%)

Jumlah	47 (14%)	138 (43%)	134 (42%)	1 (1%)	-	1191	320 (100%)
---------------	-------------	--------------	--------------	-----------	---	------	---------------

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel III.2 di atas dapat dilihat bahwa hasil rekapitulasi kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi Reliability(Keandalan) Apotek di Pekanbaru termasuk kedalam kriteria Baik yaitu berada pada interval skor 1191. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di lihat dari dimensi Tangibles pada Bisnis Apotek di Pekanbaru sudah memberikan pelayanan yang baik, konsumen dapat menikmati layanan ini dengan nyaman dan puas sehingga konsumenpun dapat memberi persepsi Baik untuk dimensi Reliability.

Untuk pernyataan pertama yaitu Tindakan Layanan yang Profesional dan akurat Apotek Pekanbaru sebanyak 13 orang atau 16% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 35 orang atau 44% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 32 orang atau 40% .

Dari pernyataan kedua yaitu Pelayanan yang ramah pada Apotek di Pekanbaru sebanyak 20 orang atau 25% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 31 orang atau 39%, yang memberi tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 29 orang atau 36%.

Dari pernyataan ketiga yaitu Pelayanan yang benar dan sesuai prosedur pada Apotek di Pekanbaru sebanyak 9 orang atau 11% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 40 orang atau 50%, yang memberi tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 31 orang atau 39% dan yang memberikan tanggapan kurang baik hanya sebanyak 1 orang atau 1%.

Dari pernyataan keempat yaitu Pelayanan konseling sesuai jadwal Pelayanan pada Apotek di Pekanbaru sebanyak 5 orang atau 7% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 32 orang atau 40%, yang memberi tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 42 orang atau 52% dan yang memberikan tanggapan kurang baik hanya 1 orang atau 1% saja.

C. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Responsivness(Ketanggapan) Pada Bisnis Apotek

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilihat dari hasil rekapitulasi indikator-indikator dimensi Responsivness(Ketanggapan) yang meliputi kemauan untuk membantu dan memberikan layananyang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai daya tanggap (*responsiveness*) maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel III.3
Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Responsivness(Ketanggapan) Pada Bisnis Apotek

No	Indikator	Alternatif Jawaban						
		SB	B	CB	KB	TB	Skor	Jumlah
1	Kesigapan tenaga karyawan	15 (19%)	43 (54%)	22 (27%)	-	-	313	80 (100%)
2	Tanggapan Apotek terhadap saran dari konsumen	15 (19%)	21 (26%)	43 (54%)	1 (1%)	-	290	80 (100%)
3	Mambantu para konsumen dengan layanan dan tanggapan	15 (19%)	38 (47%)	27 (34%)	-	-	308	80 (100%)
4	Apoteker selalu ada di Apotek	5 (6%)	10 (12%)	25 (32%)	40 (50%)	-	220	80 (100%)
Jumlah		50 (15%)	112 (35%)	117 (37%)	41 (13%)	-	1131	320 (100%)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel III.3 di atas dapat dilihat bahwa hasil rekapitulasi kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi Responsivness(Ketanggapan) Apotek di Pekanbaru termasuk kedalam kriteria Baik yaitu berada pada interval skor 1131. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di lihat dari dimensi Responsivness pada Bisnis Apotek di Pekanbaru sudah memberikan pelayanan yang baik, konsumen dapat menikmati layanan ini dengan nyaman dan puas sehingga konsumenpun dapat memberi persepsi Baik untuk dimensi Responsivness.

.Untuk pernyataan pertama yaitu Kesigapan tenaga karyawan Apotek Pekanbaru sebanyak 15 orang atau 19% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 43 orang atau 54% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 22 orang atau 27% .

Untuk pernyataan kedua yaitu Tanggapan Apotek terhadap saran dari konsumen Apotek sebanyak 15 orang atau 19% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 21 orang atau 26% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 43 orang atau 54% dan yang memberi tanggapan kurang baik hanya sebanyak 1 orang atau 1% saja.

Untuk pernyataan ketiga yaitu Mambantu para konsumen dengan layanan dan tanggapan Apotek sebanyak 15 orang atau 19% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 38 orang atau 47% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 27 orang atau 34%.

Untuk pernyataan keempat yaitu Apoteker selalu ada di Apotek sebanyak 5 orang atau 6% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 10 orang atau 12% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 25 orang atau 32% dan yang memberi tanggapan kurang baik sebanyak 40 orang atau 50% saja.

D. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Assurance(Jaminan) Pada Bisnis Apotek

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilihat dari hasil rekapitulasi indikator-indikator dimensi Assurance(Jaminan) Jaminan meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen

kepada perusahaan. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai jaminan (assurance) maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel III.4
Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Asusurance(Jaminan) Pada Bisnis Apotek

No	Indikator	Alternatif Jawaban						
		SB	B	CB	KB	TB	Skor	Jumlah
1	Rasa aman saat melakukan konseling atau pembelian	14 (17%)	34 (43%)	32 (40%)	-	-	302	80 (100%)
2	Menimbulkan rasa kepercayaan untuk cepat sembuh pada konsumen	10 (12%)	20 (25%)	42 (53%)	8 (10%)	-	272	80 (100%)
3	Apoteker yang profesional mengenai sediaan farmasi	12 (15%)	19 (24%)	49 (61%)	-	-	283	80 (100%)
4	Memberi jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kerja apoteker dan karyawan	3 (4%)	21 (26%)	35 (44%)	20 (25%)	1 (1%)	245	80 (100%)
Jumlah		39 (12%)	94 (30%)	158 (49%)	28 (8%)	1 (1%)	1102	320 (100%)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel III.4 di atas dapat dilihat bahwa hasil rekapitulasi kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi Assurance(Jaminan) Apotek di Pekanbaru termasuk kedalam kriteria Baik yaitu berada pada interval skor 1102. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di lihat dari dimensi Assurance pada Bisnis Apotek di Pekanbaru sudah memberikan pelayanan yang baik, konsumen dapat menikmati layanan ini dengan nyaman dan puas sehingga konsumenpun dapat memberi persepsi Baik untuk dimensi Responsivness.

Untuk pernyataan pertama yaitu Rasa aman saat melakukan konseling atau pembelian pada Apotek sebanyak 14 orang atau 17% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 34 orang atau 43% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 32 orang atau 40% .

Untuk pernyataan kedua yaitu Menimbulkan rasa kepercayaan untuk cepat sembuh pada konsumen pada Apotek sebanyak 10 orang atau 12% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 20 orang atau 25% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 42 orang atau 53% dan responden yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 8 orang atau 10%.

Untuk pernyataan ketiga yaitu Apoteker yang profesional mengenai sediaan farmasi pada Apotek sebanyak 12 orang atau 15% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 19 orang atau 24% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 49 orang atau 61%.

Untuk pernyataan keempat yaitu Menimbulkan rasa kepercayaan untuk cepat sembuh pada konsumen pada Apotek sebanyak 3 orang atau 4% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 21 orang atau 26% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 35 orang atau 44% dan responden yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 20 orang atau 10%, dan responden yang memberikan tanggapan tidak baik ada sebanyak 1 orang atau 1%.

E. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Emphaty(Perhatian) Pada Bisnis Apotek

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilihat dari hasil rekapitulasi indikator-indikator dimensi Emphaty(Perhatian) yang berkaitan dengan cara perusahaan memberikan perhatian secara tulus dan bersifat individual kepada konsumen. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai kepedulian maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel III.5
Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan dilihat Melalui Dimensi Emphaty(Perhatian) Pada Bisnis Apotek

No	Indikator	Alternatif Jawaban						
		SB	B	CB	KB	TB	Skor	Jumlah
1	Keramahan yang sama tanpa memandang status	15 (19%)	29 (36%)	35 (44%)	1 (1%)	-	298	80 (100%)
2	Memberikan perhatian kepada setiap konsumen	11 (14%)	25 (32%)	38 (47%)	5 (6%)	1 (1%)	280	80 (100%)
3	Pengertian terhadap keluhan-keluhan konsumen	12 (15%)	21 (26%)	43 (54%)	3 (4%)	1 (1%)	280	80 (100%)
4	Konseling yang disampaikan dengan jelas dan ramah	15 (19%)	24 (30%)	40 (50%)	1 (1%)	-	293	80 (100%)
Jumlah		53 (16%)	99 (31%)	156 (49%)	10 (3%)	2 (1%)	1151	320 (100%)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel III.5 di atas dapat dilihat bahwa hasil rekapitulasi kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi Emphaty(Perhatian) Apotek di Pekanbaru termasuk kedalam kriteria Baik yaitu berada pada interval skor 1151 . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di lihat dari dimensi Assurance pada Bisnis Apotek di Pekanbaru sudah memberikan pelayanan yang baik, konsumen dapat menikmati layanan ini dengan nyaman dan puas sehingga konsumenpun dapat memberi persepsi Baik untuk dimensi Responsivness.

Untuk pernyataan pertama yaitu Keramahan yang sama tanpa memandang status pada Apotek sebanyak 15 orang atau 19% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 29 orang atau 36% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 35 orang atau 44% dan responden yang memberikan tanggapan kurang baik hanya sebanyak 1 orang atau 1%.

Untuk pernyataan kedua yaitu Memberikan perhatian kepada setiap konsumen pada Apotek sebanyak 11 orang atau 14% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 25 orang atau 32% yang memberikan

tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 38 orang atau 47% dan responden yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 5 orang atau 6% dan responden yang memberikan tanggapan tidak baik hanya sebanyak 1 orang atau 1% saja.

Untuk pernyataan ketiga yaitu Pengertian terhadap keluhan-keluhan konsumen pada Apotek sebanyak 12 orang atau 15% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 21 orang atau 26% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 43 orang atau 54%, responden yang memberikan tanggapan kurang baik ada sebanyak 3 orang atau 4% dan yang memberikan tanggapan tidak baik hanya 1 orang atau 1%.

Untuk pernyataan keempat yaitu Konseling yang disampaikan dengan jelas dan ramah pada Apotek sebanyak 15 orang atau 19% memberi tanggapan sangat baik, yang memberi tanggapan baik yaitu sebanyak 24 orang atau 30% yang memberikan tanggapan cukup baik yaitu sebanyak 40 orang atau 50% dan responden yang memberikan tanggapan kurang baik sebanyak 1 orang atau 1%.

F. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Dilihat dari Dimensi Tangibles, Reliability, Responsivness, Assurance dan Empathy Pada Bisnis Apotek di Pekanbaru

Untuk melihat kualitas pelayanan pada bisnis apotek di Pekanbaru yang dapat dilihat dari hasil rekapitulasi kelima dimensi yaitu Tangibles, Reliability, Responsivness, Assurance dan empati maka penulis menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel III.6
Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Dilihat dari Dimensi Tangibles, Reliability, Responsivness, Assurance dan Empathy Pada Bisnis Apotek di Pekanbaru

No	Indikator	Alternatif Jawaban						
		SB	B	CB	KB	TB	Skor	Jumlah
1	Tangibles (Bukti Fisik)	60 (19%)	128 (40%)	83 (26%)	49 (15%)	-	1159	320 (100%)
2	Reliability (Keandalan)	47 (14%)	138 (43%)	134 (42%)	1 (1%)	-	1191	320 (100%)
3	Responsivness (Ketanggungan)	50 (15%)	112 (35%)	117 (37%)	41 (13%)	-	1131	320 (100%)
4	Assurance (Jaminan)	39 (12%)	94 (30%)	158 (49%)	28 (8%)	1 (1%)	1102	320 (100%)
5	Empathy (Perhatian)	53 (16%)	99 (31%)	156 (49%)	10 (3%)	2 (1%)	1151	320 (100%)
Jumlah		249 (15%)	571 (36%)	648 (40%)	129 (8%)	3 (1%)	5734	1600 (100%)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2014

Dari tabel III.6 diatas maka dapat diketahui hasil bahwa kualitas pelayanan pada bisnis Apotek di Pekanbaru berada pada interval skor 5734 yang mana interval ini termasuk kedalam kategori pelayanan yang baik. Skor dimensi yang paling dominan terletak pada dimensi Reliability(Keandalan) dan skor dimensi yang terendah terletak pada dimensi Assurance(Jaminan).

Secara keseluruhan kualitas pelayanan pada bisnis Apotek sudah baik, namun pihak Apotek juga harus mampu memprbaiki indikator-indikator yang masih di katakan

cukup, kurang baik dan juga tidak baik, karena kondisi ini sangat tidak baik untuk keberlangsungan bisnis apotek dalam jangka waktu yang lama. Mempertahankan konsumen sangat penting untuk kemajuan bisnis. Dan apabila konsumen puas maka perusahaan pun juga mendapat keuntungan dari konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. Secara keseluruhan Kualitas Pelayanan pada Bisnis Apotek di Pekanbaru sudah termasuk Baik dimata konsumen, konsumen sudah merasa puas dan nyaman atas pelayanan yang diberikan oleh Apotek.
2. Pada beberapa indikator pelayanan Apotek masih dinilai Cukup Baik oleh Konsumen dikarenakan pelayanan yang diberikan masih belum maksimal sehingga konsumen masih mempersepsikan beberapa indikator pelayanan Apotek masih termasuk kriteria Cukup Baik.
3. Pada beberapa indikator masih terdapatnya responden yang memberi tanggapan Kurang Baik yaitu pada Indikator Kenyamanan Ruang Tunggu, Kenyamanan Kondisi Parkir, Apoteker yang Selalu Berada di Apotek, memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kerja karyawan dan apoteker. Pada indikator ini masih ada Apotek di Pekanbaru yang kurang memperhatikan kondisi Pelayanan ini, sehingga memunculkan persepsi negatif terhadap pelayanan tersebut.
4. Komunikasi karyawan dan apoteker yang belum terlaksana dengan maksimal dan sempurna mengakibatkan indikator pada dimensi Emphaty didominasi oleh tanggapan responden yang Cukup Baik.

B. Saran

1. Untuk beberapa indikator yang masih dinilai Cukup Baik dan Kurang Baik pengelola Apotek seharusnya dapat segera membenahi pelayanan-pelayanan yang masih belum maksimal atau yang dirasa kurang baik.
2. Pelayanan yang masih dinilai Kurang Baik dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola Apotek untuk dapat segera memperbaiki pelayanan-pelayanan yang kurang membuat konsumen puas atau nyaman. Penyempurnaan kualitas pelayanan dapat berdampak positif terhadap income perusahaan dan dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.
3. Pengelola Apotek seharusnya dapat membenahi sarana dan prasarana Apotek yang kurang sempurna, sehingga konsumen dapat menikmati sarana dan prasarana Apotek dengan puas dan nyaman, karena walau bagaimanapun kesempurnaan tampilan fisik Apotek adalah salah satu alternatif konsumen untuk memilih Apotek yang dikunjunginya untuk berbelanja.
4. Ketarampilan dalam berkomunikasi karyawan dan apoteker seharusnya lebih dilatih lagi dan lebih memperhatikan keluhan-keluhan konsumen dan dapat memberi perhatian kepada setiap konsumen sehingga dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara karyawan dan konsumen dan dapat menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogadenta, Aryo.2012. Manajemen Penelolaan Apotek. Jogjakarta: D-Medika
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuntitatif*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Kotler, P dan Keller. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: PT. Perhallindo.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas. PT. Indeks.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Suka Bumi: Graha Ilmu.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright. 1998. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nasution. S. 2007. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Schiff, Leon G, and Leslie Kanauk. 2000. *Costumer Behavior*. Prerentice-Hall.
- Payne, Adrian. 2001, *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*, terjemahan oleh Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Prilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiadi, J Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*.Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Service, Quality & Statisfication edisi 2*. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy.2001. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yamit, Zulian. 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas UII Yogyakarta.
- Kepmenkes No. 1027/Menkes/SK/IX/2004 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek
- PP No. 51 Tahun 2009 Tentang Tugas dan Fungsi Apotek
- Peraturan Menteri Kesehatan No : 922/Menkes/PER/X/1993 Tentang Cara Pemberian Izin Apotek.
- Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1332/Menkes/SK/X/2002 Tentang Pencabutan SIA.
- Website:**
- <http://blogs.itb.ac.id/pharmacy/2011/11/26/sejarah-apotek-di-indonesia/>
- <http://heartburner.wordpress.com/2012/03/20/pelayanan-farmasi-di-apotek/>