

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP KEMAUAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) JASA PELAYANAN KONSELING OLEH APOTEKER DI APOTEK

¹Mariska Sri Harlianti, ²Tri Murti Andayani, ³Diah Ayu Puspendari

¹Bagian Farmakologi dan Farmasi Klinis Universitas Muhammadiyah Surakarta

²Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

³Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Corresponding email : msh124@ums.ac.id

ABSTRAK

Konseling merupakan salah satu pelayanan farmasi klinik yang dilakukan oleh apoteker di apotek. Konseling bertujuan memberi edukasi tentang pemahaman pasien terhadap terapi yang dijalankannya, meningkatkan kepatuhan, memotivasi pasien untuk ikut ambil bagian dalam kesehatannya serta meningkatkan *cost effectiveness*. Kebutuhan masyarakat terhadap konseling meningkat seiring dengan perkembangan penyakit dan permasalahan di bidang kesehatan, khususnya bidang kefarmasian. Hal ini merupakan tantangan bagi apoteker untuk memberikan pelayanan konseling yang berkualitas, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku kepada masyarakat. Kepuasan dan kemauan membayar (*Willingness to Pay / WTP*) dapat menggambarkan kualitas konseling berdasarkan preferensi masyarakat. Hubungan antara WTP dan kepuasan berlangsung sepanjang waktu sehingga memberikan dampak positif terutama dari aspek bisnis. Penelitian ini merupakan penelitian analitik observasional melalui survei. Data diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada 82 pasien yang berkunjung ke apotek di wilayah Sukoharjo dan telah mendapatkan pelayanan konseling oleh apoteker. Kepuasan diukur berdasarkan 4 dimensi, yaitu : *tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*. WTP jasa konseling apoteker di apotek diukur menggunakan metode *payment card*. Pengaruh kepuasan terhadap WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek dianalisis menggunakan *pearson correlation* ($p\text{-value} < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek ($p\text{-value} = 0,943$).

Kata Kunci: kepuasan, konseling apoteker, kemauan membayar, *willingness to pay*

PENDAHULUAN

Konsep *pharmaceutical care* dalam pelayanan kefarmasian yang komprehensif oleh apoteker di apotek sudah dirumuskan sejak tahun 2004, berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1027/MENKES/SK/IX/2004 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Seiring dengan perkembangan dan kebutuhan hukum, Menteri Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan peraturan baru nomor 35 tahun 2014 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Pelayanan farmasi klinik di apotek meliputi : pengkajian resep, dispensing, Pelayanan Informasi Obat (PIO), konseling, pelayanan kefarmasian di rumah (*home pharmacy care*), Pemantauan Terapi Obat (PTO) dan Monitoring Efek Samping Obat (MESO) (Depkes, 2014).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengukur pelaksanaan standar pelayanan

farmasi di apotek. Di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta, komponen pemberian informasi obat kepada pasien yang disertai dengan jadwal konseling oleh apoteker baru dilakukan oleh 34% apotek (Hartini *et al.*, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Herman *and* Susyanty (2012) menunjukkan bahwa konseling, informasi dan edukasi banyak dilakukan oleh asisten apoteker. Informasi yang disampaikan terbatas pada indikasi, cara penggunaan dan kontraindikasi obat. Di sisi lain, kebutuhan masyarakat mengenai informasi obat dan konseling meningkat seiring dengan perkembangan penyakit dan permasalahan di bidang kesehatan khususnya bidang kefarmasian (Abdullah *et al.*, 2010). Sikap positif masyarakat terhadap pemberian informasi obat dan konseling merupakan tantangan bagi apoteker untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standar pelaksanaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Salah satu upaya untuk meningkatkan pelaksanaan standar pelayanan kefarmasian adalah menentukan besarnya tarif jasa pelayanan konseling di apotek melalui kajian *willingness to pay* (WTP). WTP menunjukkan besaran mata uang yang bersedia dibayarkan oleh seseorang terhadap barang atau jasa, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. WTP tidak hanya menggambarkan harga tetapi menunjukkan nilai suatu barang atau jasa berdasarkan preferensi seseorang (Grigorov *et al.*, 2014).

Kepuasan menggambarkan perasaan yang muncul, baik senang atau kecewa, setelah membandingkan antara performa produk (*outcome*) dengan harapan (*expectancy*) (Kotler and Keller, 2009). Kepuasan konsumen di bidang jasa, termasuk pelayanan konseling oleh apoteker di apotek, dapat diidentifikasi dari beberapa dimensi atau aspek, yaitu : 1) dimensi *tangible* (sarana fisik, perlengkapan, pegawai), 2) dimensi *reliability* (keandalan pelayanan), 3) dimensi *responsiveness* (ketanggapan pelayanan), 4) dimensi *assurance* (keyakinan atau jaminan) dan 5) dimensi *empathy* (perhatian untuk memahami kebutuhan konsumen) (Handayani *et al.*, 2009).

Hubungan antara WTP dan kepuasan berlangsung sepanjang waktu. Jika konsumen merasa puas terhadap produk atau merk tertentu maka akan meningkatkan WTP (Gall-Ely, 2009). Konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, mempunyai persepsi baik sehingga dapat mempengaruhi orang lain dan memberikan dampak positif terutama dari aspek bisnis. Pendapatan meningkat karena semakin banyak konsumen yang menggunakan jasa pelayanannya (Handayani *et al.*, 2009).

METODE PENELITIAN

Instrumen Penelitian. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan konseling oleh apoteker di apotek diukur menggunakan kuisioner yang telah digunakan oleh peneliti lain, yaitu Mushunje (2012) dan Bertawati (2013) dengan beberapa modifikasi. Sedangkan nilai WTP diukur menggunakan *payment card*.

Menentukan apotek tempat penelitian. Kriteria apotek yang dapat dijadikan tempat penelitian adalah : a) Apotek telah memberikan pelayanan konseling secara aktif kepada pasien; b) Pelayanan konseling dilakukan oleh apoteker di apotek tersebut; c) Apotek bersedia dijadikan tempat penelitian. Apotek yang memenuhi

kriteria terdiri dari 5 apotek melalui proses wawancara.

Menentukan sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut : a) Pasien yang mendapatkan pelayanan konseling oleh apoteker di apotek; b) Berusia > 17 tahun; c) Bersedia ikut serta dalam penelitian. Pasien yang memenuhi kriteria inklusi dalam penelitian ini berjumlah 82 orang.

Uji validitas dan reliabilitas kuisioner. Uji validitas dan reliabilitas kuisioner diperoleh dari 30 pasien yang memenuhi criteria inklusi. Berdasarkan uji validitas *product momen Pearson correlation*, 12 item pernyataan tidak dapat dikalkulasi oleh sistem komputer sehingga dinyatakan tidak valid. Berdasarkan uji reliabilitas *alpha cronbah's*, item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbah's alpha* > 0,6.

Pengambilan data. Proses pengambilan data dilakukan oleh peneliti dengan cara memberikan kuisioner kepada pasien yang memenuhi kriteria inklusi. Pasien mengisi kuisioner secara mandiri dengan pendampingan peneliti.

Analisis data. Kepuasan dan harapan pasien terhadap pelayanan konseling oleh apoteker di apotek ditentukan berdasarkan nilai rata-rata skor kepuasan pasien di tiap dimensi, dengan kategori sebagai berikut : skor 0 = sangat tidak puas; skor 1 = tidak puas; skor 2 = puas; skor 3 = sangat puas.

Pengaruh kepuasan pasien terhadap nilai WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek dianalisis menggunakan *bivariate correlation analysis (pearson correlation coefficient)* dengan *p-value* < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan dan harapan pasien diukur untuk mengetahui kualitas pelayanan konseling oleh apoteker di apotek dari 4 dimensi, yaitu : *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Jika performansi kinerja pelayanan (p) lebih besar daripada harapan (h), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan baik. Sebaliknya, jika kepuasan lebih kecil daripada harapan, perlu peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan tabel 1, skor tertinggi kepuasan dan harapan pasien terhadap pelayanan konseling oleh apoteker di apotek adalah dimensi *tangible*, sedangkan skor terendah adalah dimensi *assurance* (jaminan) dan *responsiveness* (ketanggapan). Menurut Kotler and Keller (2009), kualitas merupakan keseluruhan

karakteristik produk (barang atau jasa) yang dapat memberikan kepuasan. Dengan demikian dimensi *tangible* pada pelayanan konseling oleh

apoteker di apotek memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dimensi lainnya karena memiliki skor rata-rata kepuasan tertinggi.

Tabel 1. Kepuasan dan Harapan Pasien Terhadap Pelayanan Konseling Apoteker di Apotek Berdasarkan Dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness* Dan *Assurance*

Dimensi	Kepuasan		Harapan	
	$\bar{x} \pm SD$	$\bar{x} \pm SD$ (per Dimensi)	$\bar{x} \pm SD$	$\bar{x} \pm SD$ (per Dimensi)
Tangible (sarana fisik, perlengkapan, pegawai)				
Ruang konseling nyaman	1,96 ± 0,25	1,96 ± 0,25	1,95 ± 0,27	1,95 ± 0,27
Reliability (keandalan pelayanan)				
Apoteker menggunakan bahasa yang mudah dipahami	1,99 ± 0,19	1,89 ± 0,30	2 ± 0,27	1,92 ± 0,33
Apoteker menggunakan alat peraga	1,79 ± 0,41		1,83 ± 0,38	
Responsiveness (ketanggapan pelayanan)				
Apoteker melayani konseling melalui telepon atau sms	1,93 ± 0,40	1,93 ± 0,40	1,51 ± 0,50	1,51 ± 0,50
Assurance (keyakinan atau jaminan atas layanan)				
Apoteker menggunakan internet sebagai sumber informasi	1,80 ± 0,40	1,83 ± 0,37	1,85 ± 0,36	1,87 ± 0,33
Apoteker menggunakan buku-buku standar sebagai sumber informasi	1,85 ± 0,36		1,83 ± 0,38	
Apoteker menggunakan brosur atau leaflet sebagai sumber informasi	1,78 ± 0,42		1,84 ± 0,37	
Apoteker berdiskusi dengan sejawat	1,90 ± 0,30		1,96 ± 0,19	

Keterangan :

Skor rata-rata 0 – 1,50 = tidak puas / tidak penting

Skor rata-rata 1,51 – 3 = puas / penting

Tabel 2. Gap Antara Kepuasan dan Harapan Pasien Terhadap Pelayanan Konseling Apoteker di Apotek Berdasarkan Dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance*

Dimensi	Gap (Kepuasan – Harapan)	
	per Item	per Dimensi
Tangible (sarana fisik, perlengkapan, pegawai)		
Ruang konseling nyaman	0,01	0,01
Reliability (keandalan pelayanan)		
Apoteker menggunakan bahasa yang mudah dipahami	(-) 0,01	(-) 0,03
Apoteker menggunakan alat peraga	(-) 0,04	
Responsiveness (ketanggapan pelayanan)		
Apoteker melayani konseling melalui telepon atau sms	0,42	0,42
Assurance (keyakinan atau jaminan atas layanan)		
Apoteker menggunakan internet sebagai sumber informasi	0,05	(-) 0,04
Apoteker menggunakan buku-buku standar sebagai sumber informasi	0,02	
Apoteker menggunakan brosur atau leaflet sebagai sumber informasi	(-) 0,06	
Apoteker berdiskusi dengan sejawat	0,06	

Keterangan :

Gap negatif (-) : kualitas pelayanan rendah

Dimensi *assurance* perlu mendapat perhatian karena memiliki skor yang paling rendah untuk menghindari semakin menurunnya tingkat kepuasan yang menunjukkan semakin menurunnya kualitas pelayanan konseling oleh apoteker. Apoteker belum memaksimalkan penggunaan media dalam proses konseling untuk memberikan jaminan informasi yang diberikan

kepada pasien. Beberapa media yang bisa digunakan sebagai sumber informasi adalah internet, buku-buku standar dan *leaflet*. Apoteker juga perlu meningkatkan komunikasi dengan sejawat untuk memperkaya informasi. Selain itu, menurut Supardi *et al.* (2011) apoteker harus melakukan pelatihan dan seminar terkait keilmuan dan ketrampilan dasar dalam proses

konseling untuk meningkatkan kompetensinya. Kompetensi apoteker dalam proses konseling yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pasien dan kualitas layanan sehingga kepercayaan pasien terhadap apoteker dan apotek meningkat (Reddy and Vaidya, 2005).

Skor rata-rata kepuasan pasien dalam dimensi *assurance* ini sedikit lebih rendah dibandingkan harapan pasien, dengan gap - 0,04 (tabel 2). Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya pasien menginginkan kualitas pelayanan konseling, khususnya dimensi *assurance* yang lebih baik dibandingkan yang sudah ada, terutama dalam aspek apoteker berdiskusi dengan sejawat. Di masa mendatang, tidak ada lagi perbedaan pendapat mengenai suatu pengobatan antara teman sejawat apoteker sehingga masyarakat lebih meyakini bahwa informasi yang disampaikan oleh apoteker dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam perspektif yang lain, ketika apoteker menggunakan media sebagai sumber informasi, justru memunculkan *image* negatif, misalnya kompetensinya diragukan oleh pasien. Untuk menjembatani hal tersebut, apoteker hendaknya meluangkan waktu yang cukup untuk membuka diri dan mencari informasi terbaru agar pengetahuan di bidang kefarmasian meningkat.

Skor rata-rata kepuasan pasien pada dimensi *reliability* juga sedikit lebih rendah dibandingkan harapannya, dengan gap - 0,03 (tabel 2). Aspek bahasa yang mudah dipahami serta penggunaan alat peraga selama konseling perlu mendapat perhatian agar di masa mendatang dapat memenuhi harapan pasien. Hal tersebut sejalan dengan keterangan sebelumnya bahwa apoteker kurang memaksimalkan penggunaan media dalam proses konseling. Penggunaan alat peraga berupa gambar atau poster dapat membantu apoteker dalam memberikan penjelasan kepada pasien. Kendala bahasa juga dapat diatasi dengan penjelasan menggunakan alat peraga. Oleh karena itu, apoteker perlu melengkapi ruang konseling dengan beberapa alat peraga agar informasi yang diberikan lebih mudah dipahami.

Skor rata-rata kepuasan pasien dalam dimensi *tangible* dan *responsiveness* telah melampaui harapan pasien. Pada dimensi *tangible*, peneliti hanya dapat menilai kepuasan pasien dari aspek kenyamanan ruang konseling yang sedikit melampaui harapan pasien. Aspek pelayanan konseling oleh apoteker melalui telepon atau sms, dalam dimensi *responsiveness*, memiliki skor rata-rata harapan lebih rendah dibandingkan kepuasan. Pasien lebih memilih menggunakan

komunikasi langsung dibandingkan tidak langsung untuk mengantisipasi pemahaman yang keliru.

Dalam penelitian ini kepuasan tidak berpengaruh terhadap nilai WTP ($p\text{-value} = 0,943$). Hal tersebut tidak sesuai dengan pernyataan Gall-Ely (2009) bahwa jika konsumen merasa puas terhadap produk atau merk tertentu maka akan meningkatkan WTP. Dalam pelayanan konseling oleh apoteker di apotek, dimungkinkan ada faktor lain yang lebih kuat pengaruhnya terhadap nilai WTP sehingga mengabaikan kepuasan yang dirasakan.

KESIMPULAN

Kepuasan pasien tidak berpengaruh terhadap nilai WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek.

SARAN

1. Perlu dilakukan penelitian lain untuk mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap nilai WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek.
2. Apoteker perlu meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan konseling kepada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dirjen DIKTI atas beasiswa pendidikan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N.A., Andrajati, R., Supardi, S., 2010. Pengetahuan, Sikap dan Kebutuhan Pengunjung Apotek terhadap Informasi Obat di Kota Depok. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. 13, 344 – 352.
- Bertawati, 2013. Profil Pelayanan Kefarmasian dan Kepuasan Konsumen Apotek di Kecamatan Adiwerna Kota Tegal. *Callyptra*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya 2.
- Depkes, R.I., 2014. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2014 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Gall-Ely, M.L., 2009. Definition, Measurement and Determinants of The Consumer's

- Willingness to Pay: A Critical Synthesis and Directions for Further Research. *Recherche et Applications en Marketing*. 24, 91–113.
- Grigorov, E.E., Naseva, E.K., Lebanova, H.V., Getov, I.N., 2012. Testing Willingness to Pay for Blood Pressure Measurement in Community Pharmacy. *African Journal of Pharmacy and Pharmacology*. 6, 1005 – 1010. doi:10.5897/AJPP12.047
- Handayani, R.S., Raharni, Gitawati, R., 2009. Persepsi Konsumen Apotek terhadap Pelayanan Apotek di Tiga Kota di Indonesia. *Makara Kesehatan*. 13, 22 – 26.
- Hartini, Y.S., Sulasmono, Sukmajati, M., Kurniawan, A., 2010. Pelaksanaan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek di Sleman dan Yogyakarta. <http://www.ikatanapotekerindonesia.net/news/pharma-update/pelaksanaan-standar-pelayanan-kefarmasian-di-apotek-di-sleman-dan-yogyakarta>
- Herman, M.J., Susyanty, A.L., 2012. An Analysis of Pharmacy Services by Pharmacist in Community Pharmacy. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. 15, 271 – 281.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2009. Creating Customer's Value, Satisfaction and Loyalty, in: *A Framework for Marketing Management*. Prentice Hall, p. 62.
- Mushunje, I.T., 2012. Willingness to Pay for Pharmacist-Provided Services Directed Towards Reducing Risks of Medication-Related Problems, *Thesis*, Nelson Mandela Metropolitan University, Port Elizabeth South Africa.
- Supardi, S., Handayani, R.S., Raharni, Herman, M.I., Susyanty, A.L., 2011. Pelaksanaan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek dan Kebutuhan Pelatihan bagi Apotekernya. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. 39, 138 – 144.