

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, syarat persaingan usaha sangat kompetitif. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan untuk membeli produk yang sesuai menggunakan pilihan mereka. Adanya globalisasi membuat pengaruh yang besar bagi seluruh sektor usaha khususnya di bidang farmasi. Salah satunya Apotek Kimia Farma oebufu kupang, dalam kondisi seperti ini perusahaan dituntut untuk tampil beda baik dari segi pelayanan dan memperhatikan kualitas produk yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan kelebihan yang perusahaan tawarkan.

Hal ini diperlukan dalam rangka untuk bersaing dengan persaingan bisnis yang ada saat ini. Apotek Kimia Farma dalam menawarkan suatu produknya juga perlu menyesuaikan harga dengan kualitas produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma (Studi Kasus apotik kimia farma oebufu kupang).

Menurut Kotler dalam Abubakar (2018:44) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan pelayanan atau produk tersebut. Penentuan harga merupakan titik kritis dalam

bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan di dalam penentuan nilai/manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa.

Strategi penentuan tarif dalam perusahaan dapat menggunakan penentuan tarif premium pada saat permintaan tinggi dan tarif diskon pada saat permintaan menurun. Menurut Tjiptono dalam Abubakar (2018:44) harga adalah jumlah uang (satuanmoneter) dan/atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Selain itu Menurut Kotler dan Keller dalam Ibrahim dan Thawil (2019:178) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang mempunyai manfaat bagi pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Kotler dalam Abubakar (2018:31), produk adalah *“product is anything that can be offered a market to satisfy want or need”*. Berarti produk diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Sedangkan menurut Angipora dalam Abubakar (2018:31) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Selanjutnya Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2019:290) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptonodalam

Ibrahim dan Thawil (2019:177) menguraikan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Oliver dalam Tjiptono dan Diana (2019:207) menyatakan bahwa kualitas Apotek adalah suatu tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran persediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Kimia Farma merupakan perusahaan publik sekaligus Badan Usaha Milik Negara dan juga merupakan pioneer dalam industri kimia dan farmasi di Indonesia.

Semakin besarnya kegiatan bisnis di bidang Apotek, membuat tingkat kompetisi yang semakin ketat. Selain itu, rendahnya pangsa pasar yang disebabkan oleh banyaknya produsen yang terlibat dibisnis bidang apotek yang menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan melalui sebuah kualitas pelayanan yang baik. Layaknya sebuah perusahaan yang menawarkan pelayanan jasa, sebuah apotek Kimia Farma juga membutuhkan sebuah kualitas pelayanan yang baik. Dari hasil observasi, Kimia Farma telah banyak melakukan beberapa pelayanan di antaranya adalah memiliki kelengkapan obat yang ditata layaknya supermarket, terdapat praktik dokter, memberikan diskon sebesar 5% apabila pelayanan resep dokter dilayani lebih dari 15 menit selain itu layanan pada apotik Kimia Farma juga dibuka hingga 24 jam. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler, 2000:52). Model yang banyak dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah model SERVQUAL

(*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al., dengan cara membuat penilaian kepuasan pelanggan yang mengutamakan aspek pelayanan. Analisis kepuasan pelanggan dilakukan pada lima dimensi kualitas layanan, yakni *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Tjiptono, 2011:329).

Selain itu Kimia Farma telah meraih beberapa penghargaan diantaranya Top Brand Award kategori *in Recognition of Outstanding Achievement in Building the Top Brand* pada tahun 2010, Super Brand pada tahun 2011, Indonesia Brand Champions dalam cara *Brand Aquity Champions Pharmacy* pada tahun 2012. Penghargaan- penghargaan ini membuktikan bahwa Apotek Kimia Farma memiliki nama baik di mata masyarakat atau konsumen. Sehingga membuat Apotek Kimia Farma memiliki tugas besar dalam menjaga nama baik ini yang salah satunya adalah memperbaiki kinerja pelayanan terhadap konsumen.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Eudora (2013), yang menjelaskan bahwa dimensi kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen yang puas berdampak terhadap minat untuk kembali ke apotek yang sama. Dampak tersebut menjadi alat promosi yang dapat berpengaruh sangat positif bagi usaha apotek. Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas

pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Kasmir (2017, hlm. 47) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyangkut arti relative karena bersifat abstrak, kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya. Bila persyaratan atau spesifikasi itu terpenuhi berarti kualitas sesuatu hal yang dimaksud dapat dikatakan baik, sebaliknya jika persyaratan tidak memenuhi kualitas diperlukan indikator.

Karena spesifikasi yang merupakan indikator harus dirancang berarti kualitas secara tidak langsung merupakan hasil rancangan yang tidak tertutup kemungkinan untuk diperbaiki atau ditingkatkan. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sehubungan dengan kualitas pelayanan kesehatan, maka menurut Soejitno (2002) yang dikutip dalam jurnal : Pratama, Tenri (2016) untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang bermutu merupakan bagian dari pemenuhan hak konsumen yang utama yaitu hak untuk terpenuhi kebutuhan dasarnya.

Tingkat kepuasan pelayanan pasien terhadap pelayanan di rumah sakit dapat diartikan sebagai gambaran utuh tingkat kualitas rumah sakit itu sendiri menurut penilaian pasien. Menurut Hayana, Yaser (2013) “Kualitas pelayanan adalah tingkat

keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja (Waldi & Santosa, 2004, p.10).

Harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini, rendahnya harga produk menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk tersebut. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2018, hlm. 151).

Dengan demikian, pada dasarnya harga adalah sejumlah nilai dibayarkan oleh pembeli suatu produk barang/jasa kepada penjual atau penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Sementara itu, di buku lainnya yang disusun bersama sejawat lain, Kotler & Keller (2016, hlm. 25) mendefinisikan harga sebagai sejumlah nilai yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli artinya, harga tidak harus selalu diwakili oleh uang, seperti pada transaksi pertukaran atau barter. Berikut ini data Apotek Kimia Farma Lalamentik Oebufu Jl. Wjlalamentik Oebufu. Kualitas pelayanan yang kurang konsisten meskipun Kimia Farma Kimia Farma dikenal dengan jaringan yang sangat luas, pelanggan di Kimia Farma kebutuhan Oebufu Kupang masih melaporkan ketidak konsistennan dalam pelayanan.

Harga produk di nilai kurang kompetitif dalam era persaingan yang semakin ketat, harga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan atau keputusan pelanggan , kurangnya informasi yang jelas tentang harga dan produk , kurangnya tranparansi informasi mengenai harga dan ketersediaan produk

Tabel 1.1

Data Jumlah Produk Yang Dibeli Pelanggan Dalam 4 Tahun

Terakhir Di Apotek Kimia Farma

Tahun	Nama Produk	Jumlah Produk
2019	Antasida Doen SuspensiTramadol Vitamin A Paracetamol SirupProtoven Primet Rahistin Tablet Pyrantel Prednison Kifadene Piroksikam Statkol Vitamin c Bekarbon Kodein Hafiral Venus LP Copper Metovin Vitamin B1 Placil injeksi	101,171
2020	Antasida Doen SuspensiTramadol Vitamin A Paracetamol SirupProtoven Primet Rahistin Tablet Pyrantel Prednison Kifadene Piroksikam Statkol Vitamin c Bekarbon Kodein Hafiral Venus LPCopper Metovin	110,521
2021	Vitamin B1 Placil injeksi. Antasida Doen SuspensiTramadol Vitamin A Paracetamol SirupProtoven Primet Rahistin Tablet Pyrantel Prednison Kifadene Piroksikam Statkol Vitamin c Bekarbon Kodein	106,734

	Hafiral Venus LP Copper Metovin	
2022	Antasida Doen Suspensi Tramadol Vitamin A Paracetamol Sirup Protoven Primet Rahistin Tablet Pyrantel Prednison Kifadene Piroksikam Statkol Vitamin c Bekarbon Kodein Hafiral Venus LP Copper Metovin Vitamin B1 Placil injeksi	90,310

Sumber: Apotek Kimia Farma Lalamentik Jl. WjLalamentik

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 jumlah produk mencapai 101,171 dan pada tahun 2020 jumlah produk meningkat menjadi 110,521 dan pada tahun 2021 jumlah produk menurun menjadi 106,734 tahun 2022 dengan jumlah produk menurun menjadi 90,310. Naik turunnya jumlah produk tiap tahun disebabkan oleh beberapa faktor seperti persaingan yang lebih ketat dengan perusahaan lain, perubahan harga dan kualitas produk atau layanan, atau masalah ekonomi. Dari data tersebut yang menjadi permasalahan yaitu perusahaan perlu memperbaiki, dan kualitas pelayanan dan harga untuk memahami penyebab pasti naik turunnya jumlah produk tiap tahun tersebut, dan kemudian mengambil tindakan untuk memperbaiki situasi distribusi obat-obat, termasuk obat generik dan bermerek, serta farmasi lainnya. Perusahaan ini juga memiliki jaringan yang luas, memastikan ketersediaan obat-obatan di berbagai daerah di Indonesia, pelayanan kesehatan, kimia farma juga menyediakan layanan kesehatan di berbagai lokasi. Hal ini membantu masyarakat dalam mendapatkan akses kesehatan.

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang telah dilakukan mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan" yang dapat dijadikan dasar dan bahan pertimbangan dalam mengkaji penelitian ini antara lain. Feni Maryati , Nur Elfi Husda Dalam penelitiannya tentang, "Pengaruh fasilitas dan dan kualitas Pelayanan, terhadap kepuasan pada holiday hotel kotabatom. Pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 136 responden berdasarkan rumus slovin. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan koesioner. Data yanag dikumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan hitung alat SPSS versi 23.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diketahui bahwa untuk variabel bebas yaitu fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan kualitas pelayanan secara bersamaan dan simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada holiday hotel batam Zentra, Ahmad Soleh, Rinto Noviantoro (2023) Dalam penelitiannya tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu" hasil penelitian ini menunjukan bahwa secara bersama-sama (simultan) mengungkapkan antarakualitas pelayanan dan citra merek sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu.

Dengan ini penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek memegang peran penting dalam kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan

dengan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan latar belakang yang di canangkan apotik kimia farma kurangnya pelayanan. dan saat ini kondisi persaingan apotik yang demikian ketat, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di kimia farma oebufu kupang”.

Penelitian ini perlu dilakukan dalam rangka dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran kepada apotik kimia farma penyedia layananan obat-obatan khususnya apotik kimia farma oebufu kupang dalam upaya peningkatan pelayanan kepada pelanggan dan memeberikan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan guna memperbaiki kinerja pelayanan di apotik kimia farma oebufu kupang. Dalam hal juga di perlukan harga yang sesuai dengan kualitas obat sehingga bisa menarik pelanggan

dengan latar belakang yang diumumkan apotik kimia farma kurangnya harga terhadap kualitas obat. dan saat ini kondisi persaingan apotik yang demikian ketat, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang”. Penelitian ini perlu dilakukan dalam rangka dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran kepada Apotik Kimia Farma penyedia layananan obat-obatan khususnya Apotik Kimia Farma Oebufu Kupang dalam upaya peningkatan kualitas obat agar sesuai dengan sehingga pelanggan dan memeberikan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam pengambilan obat-obat sesuai kualitas harga di Apotik Kimia

Farma OebufuKupang. Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Bersdasarkan rumusan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan masalah dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di KimiaFarma (Oebufu Kupang)”**

1.3 Persoalan Penelitian

- 1.3.1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang?
- 1.3.2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

- 1.4.1.1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang.
- 1.4.1.2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang.

1.4.2. Manfaat penelitian

1.4.2.1. Manfaat teoritis

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi mahasiswa ekonomi dalam menganalisis masalah yang sementara di teliti.

2. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lanjutan yang akan melakukan penelitian masalah yang sama.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya mengenai kualitas pelayanan,fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat memeberikan informasi, gambaran dan dapat digunakan sebagai bahan refrensi bagi peneliti selanjutnya mengenai demi pembangunan ilmu pengetahuan umumnya dan khususnya dibidang manajemen pemasaran.