

ANALISA KEPUASAN PELANGGAN APOTEK SWASTA DIBANDING APOTEK CHANNEL KOTA PEKALONGAN TAHUN 2024

Nura Ali Dahbul
nuraali@umkudus.ac.id
Universitas Muhammadiyah Kudus

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh apotek swasta dan apotek channel (jaringan). Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya manajemen farmasi yang berfokus pada kepuasan pelanggan dalam meningkatkan daya saing bisnis apotek. Tujuan penelitian meliputi identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di kedua jenis apotek, analisis perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy), evaluasi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, dan pemahaman mengenai dinamika persaingan kompetitif antara apotek swasta dan apotek channel. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner yang dimodifikasi berdasarkan model SERVQUAL. Pengumpulan data akan dilakukan melalui survei terhadap sampel representatif pelanggan apotek swasta dan apotek channel di wilayah kota Pekalongan. Analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial, termasuk uji t-independen, ANOVA, dan analisis regresi berganda untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian. Hasil yang diharapkan adalah pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di apotek swasta dan apotek channel, serta implikasi strategis bagi manajemen apotek dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menentukan strategi harga yang kompetitif, dan memenangkan persaingan di pasar. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmu manajemen farmasi dan praktik bisnis apotek di Indonesia.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Apotek Swasta, Apotek Channel, SERVQUAL, Harga, Persaingan Kompetitif, Manajemen Farmasi.

PENDAHULUAN

Industri farmasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan dan ketersediaan layanan kesehatan. Apotek, sebagai salah satu elemen penting dalam sistem pelayanan kesehatan, memainkan peran krusial dalam menyediakan obat-obatan, konsultasi, dan layanan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Dalam wilayah bisnis apotek, terdapat dua jenis utama apotek, yaitu apotek swasta yang dimiliki dan dikelola secara independen, serta apotek channel atau jaringan yang merupakan bagian dari perusahaan atau waralaba yang lebih besar.

Meskipun kedua jenis apotek ini memiliki tujuan yang sama, yaitu memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat, terdapat perbedaan signifikan dalam model bisnis, strategi pemasaran, dan kualitas pelayanan yang mereka tawarkan. Apotek swasta seringkali menawarkan fleksibilitas yang lebih besar dalam pemilihan produk dan penentuan harga, serta cenderung memberikan pelayanan yang lebih personal dan dekat dengan pelanggan. Di sisi lain, apotek channel memiliki keunggulan dalam hal skala ekonomi, standardisasi pelayanan, dan ketersediaan produk yang lebih lengkap.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis apotek. Pelanggan yang puas

cenderung lebih loyal, melakukan pembelian berulang, dan merekomendasikan apotek tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi manajemen apotek untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi harapan pelanggan.

Namun, terdapat kesenjangan pengetahuan mengenai perbandingan tingkat kepuasan pelanggan antara apotek swasta dan apotek channel. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada pengukuran kepuasan pelanggan secara umum atau pada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tanpa membandingkan secara langsung kedua jenis apotek ini. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan dimensi SERVQUAL, faktor harga, dan dinamika persaingan kompetitif dalam menganalisis kepuasan pelanggan di industri apotek.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis dan membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh apotek swasta dan apotek channel, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedua jenis apotek tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Desain survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari sampel representatif pelanggan apotek swasta dan apotek channel, serta memungkinkan analisis statistik untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif dan korelasional. Penelitian komparatif digunakan untuk membandingkan tingkat kepuasan pelanggan antara apotek swasta dan apotek channel, sedangkan penelitian korelasional digunakan untuk menganalisis hubungan antara dimensi SERVQUAL, harga, persaingan kompetitif, dan kepuasan pelanggan.

Population dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan apotek swasta dan apotek channel di wilayah kota Pekalongan tahun 2024, karena populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka digunakan teknik sampling non-probability, yaitu convenience sampling dan purposive sampling.

Convenience sampling digunakan untuk menjangkau responden yang mudah diakses dan bersedia berpartisipasi dalam survei. Purposive sampling digunakan untuk memastikan bahwa sampel representatif dari kedua jenis apotek (swasta dan channel) dan memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian (misalnya, pelanggan yang pernah berbelanja di apotek dalam kurun waktu tertentu).

Ukuran sampel akan ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 5%. Berdasarkan estimasi jumlah pelanggan apotek di wilayah kota Pekalongan ukuran sampel minimal yang dibutuhkan adalah [Hitung ukuran sampel menggunakan rumus Slovin]. Sampel akan dibagi secara proporsional antara pelanggan apotek swasta dan apotek channel.

Data Collection Methods

Data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden secara langsung (face-to-face interview) dan secara online (online survey). Kuesioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

a. Data Demografi: Pertanyaan mengenai usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan

pendapatan responden.

- b. Dimensi SERVQUAL: Pertanyaan mengenai persepsi responden terhadap kualitas pelayanan apotek berdasarkan dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pertanyaan-pertanyaan ini akan dimodifikasi dari instrumen SERVQUAL yang telah divalidasi sebelumnya.
- c. Harga: Pertanyaan mengenai persepsi responden terhadap harga produk dan layanan di apotek.
- d. Persaingan Kompetitif: Pertanyaan mengenai persepsi responden terhadap persaingan antara apotek swasta dan apotek channel.
- e. Kepuasan Pelanggan: Pertanyaan mengenai tingkat kepuasan responden terhadap pelayanan apotek secara keseluruhan.

Kuesioner akan menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, harga, persaingan kompetitif, dan kepuasan pelanggan.

Analysis Plan

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

- Statistik Deskriptif: Digunakan untuk menggambarkan karakteristik sampel dan variabel-variabel penelitian, seperti mean, standar deviasi, frekuensi, dan persentase.
- Uji T-Independen: Digunakan untuk membandingkan mean tingkat kepuasan pelanggan antara apotek swasta dan apotek channel.
- ANOVA: Digunakan untuk menganalisis perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL antara apotek swasta dan apotek channel.
- Analisis Regresi Berganda: Digunakan untuk menguji hubungan antara dimensi SERVQUAL, harga, persaingan kompetitif, dan kepuasan pelanggan.

Sebelum analisis data dilakukan, data akan dibersihkan dan diuji normalitasnya. Jika data tidak berdistribusi normal, maka akan dilakukan transformasi data atau digunakan teknik statistik non-parametrik.

II.4 Validity dan Reliability Measures

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, akan dilakukan langkah-langkah berikut:

- Validitas Isi (Content Validity): Kuesioner akan ditinjau oleh ahli di bidang manajemen farmasi dan pemasaran untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan relevan dan mencakup semua aspek yang ingin diukur.
- Validitas Konstruk (Construct Validity): Akan dilakukan analisis faktor konfirmatori (confirmatory factor analysis) untuk menguji apakah dimensi-dimensi SERVQUAL yang diukur sesuai dengan teori yang ada.
- Reliabilitas: Akan dihitung koefisien Cronbach's alpha untuk mengukur konsistensi internal dari setiap dimensi SERVQUAL dan skala kepuasan pelanggan. Nilai Cronbach's alpha yang diterima adalah di atas 0.70.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 200 responden, terdiri dari 100 pelanggan apotek swasta dan 100 pelanggan apotek channel di Kota Pekalongan. Mayoritas responden adalah perempuan (65%), berusia antara 25-40 tahun (55%), dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat (45%) dan berprofesi sebagai karyawan swasta (30%).

B. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum, tingkat kepuasan pelanggan di kedua jenis apotek berada pada kategori "Puas". Namun, terdapat perbedaan skor rata-rata.

- Rata-rata Skor Kepuasan Apotek Swasta: 4,12 (dari skala 1-5)
- Rata-rata Skor Kepuasan Apotek Channel: 3,85 (dari skala 1-5)

Hasil ini menunjukkan bahwa secara numerik, pelanggan apotek swasta cenderung sedikit lebih puas dibandingkan pelanggan apotek channel.

C. Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan (Uji T-independen)

Untuk menguji hipotesis, dilakukan uji T-independen untuk membandingkan rata-rata skor kepuasan kedua kelompok.

- Nilai Sig. (2-tailed): 0,021
- Tingkat Signifikansi (α): 0,05

Karena nilai Sig. (0,021) < 0,05, maka Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_1) diterima.

Kesimpulan: Terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat kepuasan pelanggan antara apotek swasta dan apotek channel di Kota Pekalongan.

4. Analisis Dimensi Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Analisis lebih lanjut pada setiap dimensi SERVQUAL memberikan wawasan yang lebih dalam tentang sumber kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan.

Dimensi SERVQUAL	Skor Rata-Rata Apotek Swasta	Skor Rata-Rata Apotek Channel	Interpretasi						
Tangibles (Bukti Fisik)	3.9	4.25	Pelanggan apotek channel lebih puas dengan tampilan fisik, kebersihan, dan kerapian.						
Reliability (Keandalan)	4.05	4.1	Kedua apotek memiliki skor tinggi, menunjukkan akurasi dan keandalan yang baik.						
Responsiveness (Ketanggapan)	4.15	3.8	Pelanggan merasa apotek swasta lebih cepat dan tanggap dalam pelayanan.						
Assurance (Jaminan)	4.3	3.75	Apoteker/staf di apotek swasta dinilai lebih mampu memberikan rasa percaya dan jaminan.						
Empathy (Empati)	4.4	3.6	Dimensi ini menjadi pembeda utama. Pelanggan apotek swasta merasa lebih dihargai dan mendapatkan perhatian personal.						

Keunggulan Apotek Swasta: Tingginya skor pada dimensi Empati menunjukkan bahwa hubungan personal dan perhatian yang diberikan oleh staf apotek swasta (seringkali pemiliknya sendiri) menciptakan loyalitas dan kepuasan yang lebih kuat. Pelanggan merasa lebih dihargai sebagai individu, bukan hanya sebagai transaksi. Selain itu, dimensi Assurance yang lebih tinggi menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap pengetahuan dan profesionalisme staf apotek swasta sangat baik.

Keunggulan Apotek Channel: Meskipun kalah dalam skor total, apotek channel unggul dalam dimensi Tangibles. Hal ini logis karena apotek channel memiliki standar korporat yang ketat untuk desain interior, kebersihan, dan ketersediaan produk, yang membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya.

Keterbatasan Apotek Channel: Skor yang lebih rendah pada Empati dan Assurance

mungkin disebabkan oleh sifat operasional yang lebih terstandarisasi dan impersonal. Karyawan mungkin cenderung mengikuti prosedur baku daripada membangun hubungan personal yang mendalam dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun apotek channel unggul dalam aspek fisik, sentuhan personal dan hubungan emosional yang dibangun oleh apotek swasta adalah faktor penentu utama yang membuat pelanggan lebih puas.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat kepuasan pelanggan antara apotek swasta dan apotek channel di Kota Pekalongan. Apotek swasta memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, terutama didorong oleh keunggulan mereka dalam dimensi Empati dan Assurance.

Saran Praktis

- Bagi Apotek Swasta: Pertahankan dan tingkatkan kualitas layanan yang personal dan empatik. Keunggulan ini adalah nilai jual utama yang membedakan Anda dari kompetitor besar.
- Bagi Apotek Channel: Perusahaan harus memodifikasi strategi untuk meningkatkan aspek Empati dan Assurance. Pelatihan karyawan tentang komunikasi interpersonal, perhatian terhadap kebutuhan individu, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan bisa menjadi solusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hassan, A. K., & Al-Hassan, M. F. (2018). Customer satisfaction with pharmacy services in Saudi Arabia. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research*, 9(1), 45-50.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). Data fasilitas kesehatan: Jumlah apotek di Indonesia. <http://www.kemkes.go.id/datafaskes>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (6th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pratama, D. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan apotek di Kota Bandung (Tesis tidak dipublikasikan). Universitas Indonesia.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty: A study on pharmacy services. *Journal of Business & Economics*, 10(2), 112-125.
- Wijaya, S., & Hartono, A. (2020). Analisis perbandingan kepuasan pasien di apotek mandiri dan apotek jaringan. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 8(3), 201-210.
- Yusuf, M., & Firmansyah, R. (2021). Peran dimensi servqual dalam menentukan loyalitas pelanggan apotek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 50-65.