

KEPUASAN PASIEN TERHADAP PELAYANAN INFORMASI OBAT DI KLINIK KECANTIKAN WILAYAH KABUPATEN BANYUMAS

Esti Febri Fatwami
STIKes BCH Purwokerto
Email: esti@stikesbch.ac.id

ABSTRAK

Pelayanan kesehatan akan bermutu apabila dalam pelayanannya memiliki standar etika manajemen yang tinggi dan kualitas pelayanan yang bermutu. Pelayanan informasi obat tidak hanya dibutuhkan pada pelayanan kesehatan umum namun diperlukan pada pelayanan kesehatan estetik seperti di klinik kecantikan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan observasional. Penelitian dilakukan selama 2 (dua) bulan di klinik kecantikan wilayah Kabupaten Banyumas. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner serta menggunakan metode *accidental sampling* pada pengambilan sampel. Hasil penelitian yang di dapatkan dari nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan pasien merasa cukup puas dengan pelayanan informasi obat di klinik kecantikan Wilayah Kabupaten Banyumas dengan nilai CSI 0,65. Pengukuran yang digunakan pada kuesioner adalah dengan skala *likert* dan menggunakan 5 determinan kualitas jasa yaitu: keandalan (*realibility*), kerespnsifan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangibles*). Menurut olah data kuesioner yang diberikan pasien hanya merasa cukup puas pada dimensi ketanggapan yang memuat pertanyaan tentang informasi obat yang seharusnya diberikan secara rinci dan pasien menilai cukup puas pada dimensi empati yang memuat pertanyaan mengenai kepedulian apoteker dalam keluhan pasien.

Kata kunci : Kepuasan pasien, Pelayanan informasi obat, Klinik Kecantikan

ABSTRACT

Health services will be of high quality if their services have high management ethical standards and quality services. Drug information services are not only needed in general health services but are needed in aesthetic health services such as in beauty clinics. This research is a descriptive study with an observational approach. The study was conducted for 2 (two) months at a beauty clinic in the Banyumas Regency. The data collection method used is a questionnaire and the accidental sampling method in sampling. The results obtained from the Customer Satisfaction Index (CSI) value showed that patients were quite satisfied with the drug information service at the beauty clinic in the Banyumas Regency with a CSI value of 0.65. The measurement used in the questionnaire is the Likert scale and uses 5 determinants of service quality, namely: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. According to the questionnaire data provided, the patient only felt quite satisfied with the responsiveness dimension which contained questions about drug information that should be given in detail. The patient judged quite confident on the empathy dimension which contained questions about the pharmacist's concern for patient complaints.

Keywords : Patient satisfaction, Drug information services, Beauty Clinic

PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan khususnya pelayanan informasi obat tidak hanya dibutuhkan pada pelayanan kesehatan umum namun juga pada pelayanan kesehatan estetik. Pelayanan kesehatan estetika yang berkembang saat ini menjadi sebuah gaya hidup bagi masyarakat masa kini. Didukung dengan munculnya sarana pelayanan kecantikan seperti klinik kecantikan, klinik estetik, dan pusat perawatan kecantikan yang berkembang pesat di Indonesia (Direktorat Jenderal Bina Pelayanan Medik, 2017). Klinik kecantikan masuk dalam kategori pelayanan kesehatan yang bersifat promotif dengan tujuan untuk meningkatkan performa fisik seseorang. Klinik kecantikan yang saat ini berkembang masuk dalam kategori klinik pratama, yaitu klinik yang menyelenggarakan pelayanan medik dasar maupun khusus (Permenkes, 2014).

Klinik kecantikan adalah klinik yang menawarkan jasa pelayanan dermatologi yaitu cabang kedokteran dengan ruang lingkup kulit dan bagian lain yang berhubungan dengan kulit

(Nastiti, 2015). Ketenagaan klinik pratama terdiri atas tenaga medis, tenaga non medis dan tenaga kefarmasian. Tenaga kefarmasian di klinik kecantikan memiliki peran pada bidang farmasi salah satunya pada pelayanan informasi obat. Pelayanan Informasi Obat (PIO) adalah kegiatan yang bertujuan memberi informasi obat yang objektif dan akurat pada hubungannya dengan perawatan pasien, PIO penting pada upaya menunjang budaya pengelolaan dan penggunaan obat secara rasional (Wateh Akreemah, 2020). Selain itu, PIO juga bertujuan untuk meningkatkan hasil terapi dari produk perawatan yang digunakan oleh pasien di klinik kecantikan (Nastiti, 2015). Apabila dalam PIO tidak dilaksanakan dengan baik maka dapat terjadi kesalahan pengobatan (*medication error*) (Isya Syamsu & Farida, 2015).

Pelaksanaan PIO yang baik dan tepat akan meningkatkan kepuasan konsumen terutama di klinik kecantikan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berbanding dengan kesan terhadap hasil dari harapan (Isya Syamsu & Farida, 2015).

Kepuasan pasien dapat menjadi pengaruh bagi pasien dalam memunculkan minat untuk kembali lagi pada pelayanan yang diberikan. Faktor yang menentukan tingkat kepuasan pada konsumen yaitu: kualitas produk farmasi yang didapatkan, harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan apoteker terhadap konsumen atau pasien. (Isya Syamsu & Farida, 2015).

Kepuasan pasien akan menilai mutu pelayanan yang baik, dan merupakan pengukuran yang dasar bagi pelayanan di klinik kecantikan (Nawang Sari Nendya, 2021). Pelayanan informasi obat adalah kegiatan yang dilakukan oleh apoteker dengan sifat tidak memihak, melakukan evaluasi secara kritis dan menggunakan bukti terbaik dalam segala aspek tentang cara penggunaan obat baik kepada profesi kesehatan lain dan pasien (Nawang Sari Nendya, 2021).

Dalam PIO yang diberikan di klinik kecantikan ada beberapa yang belum memenuhi harapan bagi pasien, masih

banyak keluhan dan harapan dari pasien yang belum bisa diterima oleh pasien dan belum diperbaiki oleh petugas apoteker di klinik kecantikan. Penyampaian informasi sediaan obat yang diberikan oleh petugas apoteker di klinik kecantikan masih seadanya dan tidak akurat sehingga memunculkan permasalahan bagi pengguna sediaan obat tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dengan pendekatan observasional. Metode observasional adalah teknik pengumpulan pada subyek penelitian. Penelitian dilakukan selama 2 (dua) bulan pada 2 klinik kecantikan yang bersedia sebagai tempat pengambilan data. Klinik tersebut adalah Arthalia *Aesthetic* Klinik dan Larissa *Aesthetic* Klinik. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala *likert*. Blueprint kuesioner yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Blueprint kuesioner penelitian

Dimensi	Nomor item Favorable	Nomor item Unfavorable	Jumlah Item	Persen
Kehandalan	1, 3, 4, 6	2, 5	6	21,4 %
Ketanggapan	8, 9, 11, 12	7, 10, 13	7	25 %
Keyakinan	14, 15, 17,	16, 18	5	17,8 %
Empati	19, 21	20, 22	4	14,2 %
Fasilitas	23, 25, 27	24, 26, 28	6	21,4 %
Total	16	12	28	100

Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel atau responden yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 89 pasien dihitung dengan rumus sampel minimal. Kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi adalah pasien yang sedang melakukan perawatan kulit wajah dengan menggunakan produk kecantikan yang diresepkan oleh dokter, sedangkan kriteria eksklusi adalah pasien yang hanya melakukan perawatan penunjang seperti *facial*, *peeling*, totok wajah dan lainnya yang tidak menggunakan produk perawatan kulit yang diresepkan oleh dokter.

Uji yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menguji terlebih dahulu kuesioner yang akan digunakan, uji yang dilakukan adalah uji validasi dan uji reliabilitas. Sedangkan analisis hasil

dilakukan terhadap karakteristik responden yaitu karakteristik usia. Metode analisis yang digunakan untuk mengukur indeks kepuasan pasien dilihat dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja adalah dengan menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan kriteria nilai sebagai berikut:

Tabel. 3.3 Kriteria nilai CSI

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,00 – 0,34	Tidak puas
0,35 – 0,50	Kurang puas
0,51 – 0,65	Cukup puas
0,66 – 0,80	Puas
0,81 – 1,00	Sangat puas

Perhitungan nilai CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- Menentukan Mean Impostance Score (MSI) dan Mean Satisfaction Score (MSS)

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

n = jumlah responden

Y_i = nilai kepentingan atribut ke-i

X_i = nilai kinerja atribut ke-i

- b. Menghitung *Weighting Factor* (WF)

$$WFi = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

p = jumlah atribut kepentingan

I= atribut ke-i

- c. Menghitung *Weighting Score* (WS)

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

Dimana:

i = atribut ke-i

- d. Menghitung CSI

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{4} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dimulai dengan melakukan uji validasi dan uji reliabilitas dari kuesioner yang akan digunakan. Uji ini dilakukan terhadap 30 responden yang memiliki kriteria

inklusi, namun responden yang mengikuti uji validitas dan reliabilitas menjadi kriteria eksklusi pada penelitian sesungguhnya. Uji ini dilakukan pada klinik kecantikan dr. Yenny Beauty Klinik selama kurang lebih 3 (tiga) minggu. Hasil dari uji validitas instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Dari hasil yang didapat instrumen kuesioner yang akan digunakan valid dalam uji validitas, sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan teknik *alpha cronbach* dengan perbandingan nilai r hitung diwakili oleh nilai alpha. Hasil dari uji reliabilitas nilai alpha lebih besar dari r tabel maka dikatakan kuesioner reliabel. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada kuesioner, sebelum dilakukan penelitian instrumen diuji terlebih dahulu dengan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan variabel yang akan diukur sesuai dengan variabel yang akan diteliti (Traverso, 2017). Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan dari suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid apabila dalam

kuesioner mengungkapkan hal yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dari hasil penelitian terhadap uji validitas kuesioner menyatakan kuesioner yang akan digunakan valid dengan nilai r hitung $<$ dari r tabel. Selain uji validasi, uji reliabilitas dilakukan pada kuesioner yang akan digunakan. Reliabilitas menyatakan bahwa instrumen yang akan dijadikan bahan dalam penelitian akan mengungkapkan informasi yang tepat sesuai dengan keadaan di lapangan (Sugiharto dan Sitinjak, 2014). Kuesioner bersifat reliabel apabila jawaban dari responden terhadap pernyataan konsisten dan stabil. Dari hasil uji reliabilitas yang didapatkan instrumen yang akan digunakan bersifat reliabel dengan nilai $\alpha <$ dari r tabel yang artinya kuesioner yang akan digunakan reliabel dari waktu ke waktu. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang digunakan berisi 28 pertanyaan dan mengacu pada penilaian skala likert dengan lima tingkatan jawaban. Hasil uji karakteristik responden berupa usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Presentase Usia Responden

Usia (tahun)	Total	Presentase (%)
>21	39	44
21-30	36	40
31-40	10	11
41-50	4	5

Dari presentase di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pasien klinik kecantikan berada pada usia produktif. Pada usia produktif masyarakat akan lebih membutuhkan perawatan kecantikan untuk menunjang penampilan dan sebagai sarana untuk merawat kulit wajah. Karakteristik responden yang dilakukan dalam penelitian ini adalah usia. Dari hasil analisis yang didapatkan usia yang dominan menjadi responden dalam penelitian adalah usia produktif sebanyak 39%. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara usia seseorang akan mempengaruhi keinginan untuk melakukan perawatan kecantikan dibanding dengan usia di atas produktif. Pertanyaan yang diajukan pada setiap dimensi pengukuran mencakup tentang

pelayanan pertama yang ditujukan kepada pasien, pemberian informasi obat yang tepat dan akurat oleh petugas apoteker, pemberian informasi obat yang menunjukkan keyakinan kepada pasien, komunikasi yang disampaikan, empati yang diberikan oleh apoteker kepada pasien, serta fasilitas yang diberikan kepada pasien di klinik kecantikan. Analisis yang dilakukan adalah tentang kepuasan pasien

terhadap PIO pada klinik kecantikan. PIO yang dilakukan oleh apoteker terhadap pasien sebagai responden memberikan nilai kriteria cukup puas pada hasil akhirnya. Namun dimensi yang digunakan dalam penilaian ada 5 yaitu kehandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud. Hasil dari analisis kepuasan pasien menggunakan metode CSI dengan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Dimensi *Reliability*

Atribut	N	CIS	MIS	CSS	MSS	Wfi	Wsi
1	89	388	4.36	373	4.19	15.13	63.42
2	89	404	4.54	353	3.97	15.76	62.49
3	89	388	4.36	363	4.08	15.13	61.72
4	89	385	4.33	361	4.06	15.02	60.90
5	89	398	4.47	344	3.87	15.52	60.00
6	89	385	4.33	325	3.65	15.02	54.83
		2348	26.38	2119	23.81	91.57	363.36

$$\begin{aligned} \text{CSI} &= \frac{363.36}{5} \\ &= 72.67 \end{aligned}$$

Tabel 3 Dimensi *Responsivenss*

Atribut	N	CIS	MIS	CSS	MSS	Wfi	Wsi
7	89	395	4.44	324	3.64	14.61	53.20
8	89	387	4.35	356	4.00	14.32	57.27
9	89	384	4.31	359	4.03	14.21	57.31
10	89	394	4.43	318	3.57	14.58	52.08
11	89	384	4.31	348	3.91	14.21	55.55
12	89	390	4.38	311	3.49	14.43	50.42
		2334	26.22	2016	22.65	86.35	325.83

$$\begin{aligned} \text{CSI} &= \frac{325.8312}{5} \\ &= 65.17 \end{aligned}$$

Tabel 4 Dimensi Assurance

Atribut	N	CIS	MIS	CSS	MSS	Wfi	Wsi
13	89	395	4.44	319	3.58	15.37	55.08
14	89	391	4.39	361	4.06	15.21	61.70
15	89	390	4.38	367	4.12	15.17	62.57
16	89	405	4.55	346	3.89	15.76	61.26
17	89	380	4.27	348	3.91	14.78	57.81
18	89	398	4.47	358	4.02	15.48	62.29
		2359	26.51	2099	23.58	91.78	360.70

$$\begin{aligned} \text{CSI} &= \frac{360.7036}{5} \\ &= 72.14 \end{aligned}$$

Tabel 5 Dimensi Empathy

Atribut	N	CIS	MIS	CSS	MSS	Wfi	Wsi
19	89	380	4.27	355	3.99	14.52	57.91
20	89	389	4.37	345	3.88	14.86	57.61
21	89	383	4.30	344	3.87	14.63	56.56
22	89	395	4.44	348	3.91	15.09	59.01
		1547	17.38	1392	15.64	59.10	231.08

$$\begin{aligned} \text{CSI} &= \frac{231.0804}{5} \\ &= 46.22 \end{aligned}$$

Tabel 6 Dimensi Tangibles

Atribut	N	CIS	MIS	CSS	MSS	Wfi	Wsi
23	89	386	4.34	335	3.76	15.57	58.60
24	89	400	4.49	344	3.87	16.13	62.35
25	89	381	4.28	344	3.87	15.37	59.39
26	89	396	4.45	319	3.58	15.97	57.24
27	89	394	4.43	291	3.27	15.89	51.96
28	89	405	4.55	348	3.91	16.33	63.87
		2362	26.54	1981	22.26	95	353.41

$$\begin{aligned} \text{CSI} &= \frac{353.4055}{5} \\ &= 70.68 \end{aligned}$$

Pada dimensi kehandalan pertanyaan yang diajukan kepada responden meliputi pelayanan pertama yang dilakukan petugas kepada responden. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.2 yang menunjukkan nilai CSI dari dimensi ini masuk dalam kriteria puas. Banyaknya responden yang merasa puas dengan PIO yang disampaikan oleh apoteker memberikan gambaran berupa keterampilan yang dimiliki oleh apoteker tinggi dan teliti (Isya Syamsu & Farida, 2015). Pada dimensi ketanggapan pertanyaan yang diberikan menyangkut tentang pemberian informasi obat. Dari nilai CSI yang di dapat disimpulkan bahwa kriteria yang di dapat masuk kategori cukup puas. Melihat nilai dimensi ini pada kriteria tersebut dapat disimpulkan bahwa petugas apoteker yang memberikan pelayanan bagi responden belum memberikan pelayanan yang tanggap. Pentingnya memberikan informasi yang jelas akan mempengaruhi kepuasan bagi responden karena perhatian yang diinginkan antara kebutuhan responden akan tercapai apabila mendapat informasi obat yang disampaikan jelas

dan tepat (Manajemen et al., 2021). Pada dimensi selanjutnya yaitu dimensi keyakinan berisi pertanyaan tentang komunikasi yang disampaikan oleh apoteker kepada responden. Hasil analisis CSI menyatakan bahwa dimensi ini masuk dalam katageri puas. Penting bagi petugas kefarmasian dlam memberikan keyakinan kepada pasien terhadap PIO yang diberikan. Pemberian informasi tentang cara pakai, efek samping dari obat, indikasi, yang optimal akan meningkatkan nilai kepuasan dari dimensi keyakinan (Isya Syamsu & Farida, 2015). Informasi yang tidak tepat yang diberikan oleh apoteker akan menjadi pemicu dari munculnya *medication error* pada responden (Isya Syamsu & Farida, 2015). Selanjutnya pada dimensi empati pertanyaan yang diajukan adalah tentang empati dari apoteker terkait pelayanan dari informasi obat yang diberikan. Pertanyaan meliputi keluhan yang dialami oleh responden dan perhatian apoteker kepada keluhan dari responden. Dari hasil analisi CSI dapat disimpulkan bahwa nilai kepuasan pada dimensi ini masuk kategori cukup puas. Kepedulian dari

petugas apoteker yang memberikan PIO memberi pengaruh tinggi terhadap nilai kepuasan responden (Isya Syamsu & Farida, 2015). Salah satu faktor yang menyebabkan dimensi ini mendapat nilai ketidakpuasan cukup adalah kepedulian apoteker berbanding terbalik dengan pandangan status sosial dari responden sehingga pelayanan yang diberikan tidak maksimal ((Isya Syamsu & Farida, 2015). Dimensi terakhir yang dilakukan pengukuran pada penelitian ini adalah dimensi berwujud (fasilitas). Dalam dimensi ini pertanyaan yang diajukan berupa fasilitas yang di dapat dari klinik kecantikan. Nilai yang dihasilkan memberikan gambaran cukup puas. Dilihat dari hasil analisis pertanyaan mengenai tersedianya leaflet, brosur atau komputerisasi masih rendah dibandingkan dengan analisis pada pertanyaan lain. Hal ini menjadi pengaruh bagi fasilitas klinik kecantikan pada nilai kepuasan di dimensi berwujud. Ketersediaan dari fasilitas yang akan menunjang kebutuhan pasien akan membuat responden merasa nyaman dalam penerimaan pelayanan yang pada

akhirnya akan menimbulkan kepuasan tinggi bagi responden ((Isya Syamsu & Farida, 2015).

Pelayanan Informasi Obat (PIO) bertujuan untuk menyediakan informasi obat kepada pasien, membuat kebijakan yang berhubungan dengan obat, meningkatkan profesionalisme apoteker dan menunjang terapi yang rasional. Kegiatan PIO yang tepat meliputi menjawab pertanyaan dari pasien baik secara lisan atau tertulis, membuat brosur, leaflet dan semacamnya untuk disebarakan kepada pasien, memberikan edukasi yang ditujukan kepada pasien, serta melakukan jaminan mutu. Hal ini harus diterapkan oleh apoteker di pelayanan kesehatan termasuk klinik kecantikan. Keterbatasan dari penelitian ini adalah lokasi yang digunakan sebagai tempat pengambilan sampel tidak merata karena hanya ada 2 (dua) klinik kecantikan yang bersedia sebagai tempat penelitian sehingga tidak dapat mewakili sepenuhnya dari sampel penelitian. Selain itu keterlibatan kehadiran apoteker secara langsung di klinik kecantikan dalam memberikan PIO tidak maksimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang dilakukan tingkat kepuasan pasien dari 5 (lima) dimensi pengukuran mendapatkan kategori cukup puas dengan nilai CSI sebesar 0,65

DAFTAR PUSTAKA

Direktorat Jenderal Bina Pelayanan Medik. (2017). *Pedoman Penyelenggaraan Klinik Kecantikan Estetika Indonesia*. Departemen Kesehatan RI.

Isya Syamsu, A. S., & Farida, F. (2015). Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Informasi Obat Di Apotek Rawat Jalan Rsud Labuang Baji Makassar. *Jurnal Ilmiah As-Syifaa*, 7(2), 197–208. <https://doi.org/10.33096/jifa.v7i2.12>

Manajemen, J. S., Erpurini, W., & Saleh, F. D. (2021). *Analisa kualitas pelayanan pasien pada klinik umum pratama kasih bunda yanti rajamandala*. 2, 75–88.

Nastiti. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Pelanggan di Klinik kecantikan "Nanisa Beauty and Dental Clinic" Sidoarjo*. Universitas Negeri Surabaya.

Nawang Sari Nendya. (2021). *Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Pada Pelayanan Informasi Obat di Puskesmas Tegal Barat*.

Politeknik Harapan Bersama.

Permenkes. (2014). *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 9*.

Sugiharto dan Sitinjak. (2014). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Traverso. (2017). Questionnaire to assess patient satisfaction with pharmaceutical care in Spanish language. *Internasional Journal for Quality in Health Care*, 19(4), 217–224.

Wateh Akreemah. (2020). *Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Informasi Obat Pada Swamedikasi Di Apotek Merjosari Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

