

Implementasi *Excellent service* dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Apotek Srikandi Bedahlawak

Amin Awal Amarudin, Abdurrohman, Indah Sulistyowati,
Novia Putri Lailatus Syafi'i, Sevia Damayanti*

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Penulis Koreponding: damayantisevia81@gmail.com

aaamarudin@gmail.com, sulistyowatiindah70@gmail.com, noviap936@gmail.com, ,
abdurrahman290404@gmail.com

Article Information:

Received: January 19, 2025, Accepted: January 27, 2025, Published: January 31, 2025

Abstract

Assistance Exceptional service is the notion of superior service that prioritizes client happiness by delivering offerings beyond their expectations. This research examines the execution of exemplary service in enhancing customer satisfaction at the Srikandi Bedahalwah pharmacy. The used methodology is descriptive qualitative, with data gathered via interviews and direct observations of service personnel, pharmacists, and patients at the Srikandi Bedahlawak pharmacy. The study's findings suggest that exemplary service includes offerings that surpass client expectations, prioritize quality, use a holistic approach, maintain dynamic service standards, ensure speed and accuracy, exhibit friendliness and accountability, and provide necessary facilities. Moreover, excellent communication between pharmacy personnel and clients and a comprehensive grasp of consumer demands has been shown to enhance the entire customer experience. This research aims to enhance customer happiness at the Srikandi Bedahlawak Pharmacy while also focusing on augmenting client loyalty.

Keywords: Service Excellent, Consumer Satisfaction, Service

1. Pendahuluan

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya dalam industri perawatan kesehatan, kualitas layanan merupakan pilar mendasar yang menentukan keberhasilan suatu organisasi. Apotek, sebagai penyedia layanan kesehatan yang penting, memiliki tugas penting dalam memberikan layanan yang tidak hanya mematuhi persyaratan kualitas tetapi juga memberikan pengalaman yang baik bagi klien. Apotek Srikandi Bedahlawak, yang berlokasi di kabupaten Jombang, berdedikasi untuk menjalankan filosofi layanan yang luar biasa sebagai pendekatan utamanya untuk meningkatkan kebahagiaan klien.

Excellent service merujuk pada serangkaian praktik pelayanan yang dirancang untuk memenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan. Dalam konteks apotek, hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari ketersediaan produk obat yang berkualitas tinggi, kecepatan dan efisiensi dalam proses pelayanan, hingga interaksi yang ramah dan informatif antara staf apotek dan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima; pelanggan yang merasa puas cenderung

Published by:

untuk kembali dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *excellent service* di Apotek Srikandi Bedahlawak dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen. Dengan menggunakan pendekatan metodologis campuran, data akan dikumpulkan melalui survei kepuasan pelanggan yang dirancang untuk mengukur berbagai dimensi pelayanan, wawancara mendalam dengan staf apotek untuk memahami perspektif mereka mengenai praktik pelayanan, serta observasi langsung terhadap interaksi antara staf dan pelanggan. Melalui analisis data ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen.

Salah satu aspek penting dari penelitian ini adalah identifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi *excellent service* di Apotek Srikandi Bedahlawak. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup pelatihan dan pengembangan keterampilan staf, sistem manajemen antrian yang efisien, serta penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor ini, pengelola apotek dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Melalui penerapan *excellent service*, Apotek Srikandi Bedahlawak tidak hanya berupaya untuk memenuhi ekspektasi dasar pelanggan tetapi juga berambisi untuk menciptakan pengalaman yang unik dan berkesan. Dalam era di mana pelanggan memiliki banyak pilihan, menciptakan loyalitas melalui pelayanan yang unggul menjadi semakin penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik pelayanan farmasi serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola apotek dalam upaya meningkatkan standar pelayanan demi mencapai kepuasan konsumen yang optimal.

Penelitian ini relevan tidak hanya untuk Apotek Srikandi Bedahlawak tetapi juga untuk seluruh bisnis farmasi. Temuan penelitian ini akan memberikan perspektif baru tentang pentingnya memberikan *excellent service* di dalam apotek dan pengaruhnya terhadap kebahagiaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur bagi apotek lain dalam mengembangkan strategi layanan yang lebih baik dan meningkatkan respons terhadap kebutuhan konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Silvia dkk. (2023) tentang *excellent service* dalam menumbuhkan loyalitas menunjukkan bahwa *excellent service* (X1) dan Kepuasan Nasabah (X2) secara bersama-sama menyumbang 92,3% kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak, sedangkan sisanya sebesar 7,7% disebabkan oleh faktor lain. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif, sedangkan penelitian lainnya menggunakan pendekatan kualitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan gagasan tersebut dapat dicapai melalui perilaku seperti shalat berjamaah sebelum memulai bekerja dan memeriksa kehalalan barang yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif melalui kacamata Al-Qur'an, yang membedakannya dengan penelitian rujukan yang tidak menggunakan sudut pandang ini (Pratiwi Nur Laili, T. R. 2024:282). Penelitian ini berbeda dengan penelitian lain karena berfokus pada sektor di luar pemeriksaan khusus bank syariah.

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Apotek

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian yang memiliki peran penting dalam sistem

Published by:

kesehatan masyarakat. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian, apotek didefinisikan sebagai tempat di mana praktik kefarmasian dilakukan oleh apoteker. Fungsi utama apotek mencakup penyediaan obat-obatan, perbekalan kesehatan, serta memberikan informasi terkait penggunaan obat kepada masyarakat dan tenaga kesehatan lainnya (Andini, 2019).

Menurut Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian meliputi hal-hal berikut:

1. Apotek berfungsi sebagai tempat bagi apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan untuk mengabdikan profesinya.
2. Apotek menjadi sarana untuk melaksanakan berbagai kegiatan kefarmasian.
3. Apotek digunakan sebagai fasilitas untuk memproduksi dan mendistribusikan produk farmasi, seperti obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika.
4. Apotek juga berperan sebagai pusat pelayanan informasi terkait obat dan perbekalan farmasi lainnya kepada tenaga kesehatan dan masyarakat, serta melakukan pengawasan dan pelaporan terkait efektivitas, keamanan, potensi bahaya, dan kualitas obat.
5. Apotek menjadi sarana untuk pembuatan, pengendalian mutu, pengamanan, pengadaan, penyimpanan, pendistribusian, pengelolaan obat, serta memberikan pelayanan obat berdasarkan resep dokter, memberikan informasi obat, dan mendukung pengembangan obat, bahan obat, serta obat tradisional (Nisa .,2024).

2.2.2. Pelayanan

Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang) (KBBI, 1990:415).

Endar Sugiarto yang berpendapat bahwa pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang, dan lain-lain) yang diangkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani (Endar Sugiarto, 2002:36).

Selanjutnya Munir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan (Munir, 2006:275).

Dapat disimpulkan Pelayanan adalah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, yang bertujuan memberikan kepuasan. Pelayanan dilakukan dengan sistem dan prosedur tertentu untuk memenuhi hak dan kepentingan orang lain. Pelaksanaan pelayanan dapat diukur dengan standar waktu dan hasil, sehingga manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pelayanan untuk memastikan kepuasan pelanggan.

2.3. Service Excellent

Published by:

Service Excellent atau pelayanan prima adalah konsep pelayanan terbaik yang berfokus pada kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang melebihi harapan mereka. Pendekatan ini menekankan kualitas tinggi dalam berbagai aspek, seperti kecepatan, akurasi, keramahan, dan tanggung jawab dalam menangani kebutuhan atau keluhan pelanggan. Pelayanan prima bertujuan menciptakan pengalaman positif yang mendalam bagi pelanggan, sekaligus membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Hasanah, S. U, 2018).

4.3.1. Karakteristik *Service Excellence*

Pelayanan Melebihi Harapan Pelanggan

1. *Service excellence* tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pelanggan tetapi juga melampaui ekspektasi mereka. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang tak terlupakan serta memperkuat loyalitas pelanggan.
2. Berorientasi pada Kualitas
3. Kualitas adalah inti dari pelayanan prima, mencakup kecepatan respons, aksesibilitas, dan empati. Ketiga elemen ini berperan besar dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
4. Pendekatan Holistik
5. Keberhasilan dalam pelayanan prima memerlukan integrasi yang baik antara kemampuan teknis, sikap profesional, penampilan yang rapi, serta perhatian terhadap detail. Keselarasan elemen-elemen ini menjadi kunci untuk memberikan pengalaman pelanggan yang maksimal.
6. Standar Layanan yang Dinamis
7. *Service excellence* didasarkan pada standar pelayanan tertentu yang terus disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan yang berkembang dan standar global. Fleksibilitas ini memastikan relevansi layanan dalam berbagai situasi.

1.3.1. Kecepatan dan ketepatan

1. Pelayanan yang cepat dan akurat menciptakan kesan efisiensi, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diprioritaskan.
2. Keramahan
3. Sikap ramah dari petugas pelayanan menunjukkan perhatian dan penghargaan terhadap pelanggan, yang membantu menciptakan hubungan yang lebih personal (Nurseha, P.H, 2018).
4. Tanggung jawab
5. Menangani keluhan dengan profesionalisme dan rasa tanggung jawab mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Fasilitas yang memadai
7. Penyediaan fasilitas yang nyaman serta informasi yang jelas mendukung pengalaman pelayanan yang menyenangkan dan berkualitas. Dengan mengutamakan elemen-elemen ini, pelayanan prima tidak hanya memenuhi standar pelayanan biasa tetapi juga memperkuat reputasi organisasi dalam memberikan pengalaman yang berharga bagi pelanggan.

2.4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam pemasaran yang mengacu pada evaluasi yang dilakukan oleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Definisi ini mencakup berbagai perspektif dari berbagai sumber, baik dari jurnal maupun buku.

Evaluasi Purna Beli: Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan senang

atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan hasil dari evaluasi purna beli.

Perbandingan Kinerja dan Harapan: Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan (Oktaviani S, 2022). Dalam hal ini, jika kinerja produk memenuhi atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas, sedangkan jika kinerja di bawah harapan, mereka akan merasa tidak puas.

Tingkat Emosional: Daryanto dan Setyobudi (2014) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai penilaian emosional yang muncul setelah penggunaan produk, di mana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya bersifat kognitif tetapi juga emosional.

Kondisi Pemenuhan Harapan: Menurut Brown (dalam Dwiastuti et al., 2012), kepuasan konsumen adalah kondisi di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa terpenuhi. Ini menekankan pentingnya pemenuhan ekspektasi dalam menciptakan kepuasan.

Persepsi Individu: Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) mengemukakan bahwa kepuasan adalah evaluasi konsumsi berdasarkan apakah produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Wijaya, W.A, 2018). Persepsi individu terhadap performa produk sangat mempengaruhi tingkat kepuasan.

Secara umum, kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai hasil perbandingan antara apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka. Jika ada kesesuaian atau kelebihan antara keduanya, maka kepuasan akan tercapai. Sebaliknya, ketidakpuasan akan muncul jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi yang ada. Konsep ini sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberhasilan perusahaan di pasar.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat dikelompokkan berdasarkan hasil penelitian dari berbagai jurnal dan buku. Berikut adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

1. **Kualitas Produk:** Kualitas produk merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi cenderung memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman positif (Apriasty & Simbolon, 2022:135-145).
2. **Kualitas Pelayanan:** Interaksi antara pelanggan dan staf layanan sangat penting. Kualitas pelayanan yang baik, termasuk sikap ramah dan responsif dari karyawan, berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Putri & Astuti, 2017:73-82).
3. **Harga:** Penetapan harga yang sesuai dengan nilai produk sangat mempengaruhi kepuasan. Pelanggan mengharapkan nilai yang sebanding dengan harga yang dibayarkan; jika harga dianggap terlalu tinggi atau rendah tanpa justifikasi yang jelas, kepuasan dapat menurun.
4. **Citra Merek:** Citra perusahaan atau merek juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Pengalaman positif dengan merek dapat meningkatkan persepsi dan loyalitas pelanggan (Brilian & Haris, 2023:713-722).
5. **Promosi dan Suasana:** Faktor-faktor seperti promosi yang menarik dan suasana tempat usaha juga berkontribusi pada kepuasan konsumen. Lingkungan yang nyaman dan

- promosi yang efektif dapat meningkatkan pengalaman berbelanja.
6. Emosi dan Pengalaman Pelanggan: Aspek emosional dari pengalaman pelanggan saat menggunakan produk atau layanan juga berpengaruh. Perasaan positif selama proses pembelian dapat meningkatkan tingkat kepuasan (Permadi, 2022:89-96).
 7. Persaingan: Tingkat persaingan di pasar dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memahami kekuatan dan kelemahan pesaing untuk menawarkan nilai lebih kepada pelanggan.

Dengan memahami faktor-faktor ini, apotek dapat merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan di pasar yang kompetitif.

3. Research Method

Menurut Bogdan dan Biklen, prosedur kualitatif merupakan metodologi penelitian yang menyediakan data deskriptif baik dalam bentuk lisan maupun tertulis (Jailani, M. S, 2023: 1-9). Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode yang menekankan pemahaman fenomena sosial dalam lingkungan alamiahnya, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama pengumpulan data.

Penelitian kualitatif menilai keunikan melalui deskripsi verbal dan tidak menggunakan data numerik atau penilaian kuantitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan di Apotek Srikandi Bedahlawak adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan kerangka metodologi yang bertujuan untuk memahami, meneliti, dan menganalisis secara menyeluruh dimensi rumit dari interaksi manusia, perilaku, dan peristiwa masyarakat, yang dicirikan dengan penggunaan data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan analisis tekstual (Hermawan Amirullah, 2016:264).

Penelitian ini dilaksanakan di Apotek Srikandi Bedahlawak. Penelitian ini dilaksanakan melalui wawancara kepada karyawan dan pelanggan juga observasi langsung di lapangan.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini yakni penelitian pada Apotek Srikandi Bedahlawak, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang. Yang berjudul “Implementasi Excellent Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Apotek Srikandi Bedahlawak”. studi kasus Apotek Srikandi Bedahlawak, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang Berikut adalah pegawai yang terlibat sebagai penunjang utama dalam melakukan *excellent service* pada Apotek Srikandi Bedahlawak yakni melipti staf pelayanan, dan pelanggan.

4.1. Excellent service Yang Dilakukan Oleh Staf Pelayanan Apotek Srikandi Bedahlawak

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Saudari Yeni Fitriani, salah satu staf pelayanan di Apotek Srikandi Bedahlawak yang telah bergabung selama tiga tahun, didapatkan informasi yang memberikan gambaran tentang standar pelayanan di apotek tersebut. Menurut Yeni, sebagai staf pelayanan, komitmennya terhadap *excellent service* diwujudkan melalui sikap ramah, sopan, serta penerapan budaya kerja yang profesional. Ia menegaskan bahwa kenyamanan pasien menjadi prioritas utama. Untuk menciptakan kenyamanan tersebut, ia memastikan kebersihan area pelayanan tetap terjaga, suhu ruangan tetap sejuk, serta memperhatikan kebersihan pribadi (*personal hygiene*) staf sehingga suasana ruangan terasa nyaman bagi pasien yang datang.

Selain itu, Apotek Srikandi Bedahlawak juga menawarkan beberapa layanan unggulan yang

dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasien dengan lebih baik, yaitu:

4.2. SOP Pelayanan

Langkah pertama untuk membuat pelanggan puas sesuai ekspektasi mereka adalah menerapkan SOP pelayanan di Apotek Srikandi Bedahlawak dengan memahami kebutuhan dan harapan mereka melalui komunikasi yang baik, survei, atau umpan balik yang diberikan. Kami berusaha memberikan pelayanan yang cepat dan tepat tanpa mengorbankan kualitas, memastikan standar produk dan layanan tetap tinggi, bahkan melebihi ekspektasi mereka. Selain itu, sentuhan personal, seperti menyapa dengan ramah dan menggunakan nama pelanggan, membantu menciptakan pengalaman yang lebih berarti. Kami juga bersikap proaktif dengan menyelesaikan potensi masalah sebelum pelanggan menyadarinya, serta fokus pada solusi ketika menghadapi keluhan. Umpan balik dari pelanggan menjadi masukan berharga untuk terus meningkatkan pelayanan, sementara sikap positif dan empati menjadi kunci utama dalam memahami perspektif pelanggan dan memberikan pengalaman yang memuaskan.

4.2.1. Edukasi Pasien

Untuk mengedukasi pasien atau konsumen agar mereka merasa terbantu, kami memulai dengan memberikan informasi yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami. Seperti cara konsumsi obat, informasi *expired date*, dan cara penyimpanan obat disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman mereka. Kami memastikan komunikasi dilakukan secara ramah dan terbuka, sehingga pasien merasa nyaman untuk bertanya atau mengungkapkan keluhan mereka.

4.2.2. Pendataan Member Gratis

Salah satu inovasi pelayanan yang dilakukan adalah mendata setiap pasien yang datang untuk dijadikan member tanpa dipungut biaya. Program keanggotaan ini memberikan beberapa keuntungan, antara lain: tindak lanjut kebutuhan obat pasien, informasi terkait acara atau promosi yang diadakan oleh apotek, pengumpulan poin belanja yang dapat ditukarkan dengan hadiah atau diskon, serta layanan konsultasi online langsung dengan apoteker. Pendekatan ini dinilai sangat membantu dalam menjalin hubungan yang baik dan memberikan nilai tambah bagi pasien.

4.2.3. Delivery Order

Apotek Srikandi Bedahlawak juga menyediakan layanan *delivery order* yang bertujuan untuk memudahkan pasien yang tidak dapat datang langsung ke apotek. Layanan ini memungkinkan pasien untuk memesan obat atau produk lain melalui jalur pemesanan yang tersedia, kemudian produk tersebut diantarkan langsung ke alamat pasien. Feedback dari pasien menunjukkan bahwa layanan ini sangat dihargai, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan mobilitas atau waktu.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Apotek Srikandi Bedahlawak memiliki komitmen tinggi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pasien. Inovasi layanan seperti pendataan member gratis dan *delivery order* bukan hanya meningkatkan kenyamanan pasien, tetapi juga memberikan nilai tambah yang membedakan apotek ini dari kompetitornya. Kombinasi antara pelayanan profesional, perhatian terhadap kenyamanan pasien, dan inovasi layanan menjadi kunci utama dalam menjaga kepercayaan pasien di Apotek Srikandi Bedahlawak.

Penelitian ini menggunakan Teori Pelayanan Prima (*Excellent Service*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry melalui model *SERVQUAL* (*Service Quality*). Teori ini menekankan pentingnya memberikan layanan yang berkualitas, profesional, dan melebihi ekspektasi pelanggan (Nurlia, 2018:17-30).

4.3. *Excellent service Yang Dilakukan Oleh Apoteker Penanggung Jawab di Apotek Srikandi Bedahlawak*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Apt. Erna Kustiyaningsih, S. Farm., selaku *owner* sekaligus apoteker penanggung jawab di Apotek Srikandi Bedahlawak, diketahui bahwa beliau tidak hanya memberikan pelayanan konsultasi dan edukasi kesehatan di apotek, tetapi juga mengembangkan layanan kesehatan berbasis *Home Care*. Layanan ini dirancang untuk memberikan pendampingan langsung kepada pasien di kediaman masing-masing. Model pelayanannya mengikuti prinsip *One Day One Patient*, di mana dalam satu hari hanya satu pasien yang dilayani untuk memastikan fokus dan kualitas pendampingan.

Prosedur layanan *Home Care* dimulai dengan konfirmasi jadwal kunjungan yang dilakukan oleh staf pelayanan apotek. Setelah pasien menyetujui jadwal kunjungan, Ibu Apt. Erna bersama salah satu staf melaksanakan pengecekan kondisi pasien di lokasi. Selama kunjungan, dilakukan pendampingan intensif terkait penggunaan obat-obatan, termasuk memastikan bahwa pasien mengonsumsi obat sesuai dengan instruksi dokter dan kondisi kesehatannya. Layanan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan pasien terhadap pengobatan, tetapi juga memberikan rasa nyaman dan meningkatkan aksesibilitas pelayanan kesehatan, terutama bagi pasien yang memiliki keterbatasan untuk datang langsung ke apotek.

Pendekatan yang dilakukan oleh Apotek Srikandi Bedahlawak menunjukkan komitmen tinggi terhadap pelayanan kesehatan yang holistik dan berbasis kebutuhan individu. Selain itu, keberadaan layanan *Home Care* ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas hidup pasien melalui edukasi kesehatan dan pendampingan yang berkesinambungan.

Penelitian tentang layanan *Home Care* di Apotek Srikandi Bedahlawak sesuai dengan Teori Pelayanan Kesehatan Holistik, yang menekankan pemberian layanan kesehatan menyeluruh dan berfokus pada kebutuhan individu. Teori ini didukung oleh kontribusi George Engel melalui *Biopsychosocial Model* dan Florence Nightingale yang menyoroti pentingnya kenyamanan pasien. Layanan *Home Care* yang mencakup pendampingan intensif dan edukasi kesehatan bertujuan meningkatkan kepatuhan pasien terhadap pengobatan serta aksesibilitas layanan. Penelitian sebelumnya, seperti karya Engel (1977) dan Bowling (1995), menegaskan bahwa pendekatan personal dan berbasis komunitas ini dapat meningkatkan kualitas hidup pasien, terutama mereka yang memiliki keterbatasan untuk mengakses layanan kesehatan secara langsung (Setiawan, 2019).

4.4. *Pernyataan Pasien atau Konsumen terhadap Excellent service Yang Dilakukan di Apotek Srikandi Bedahlawak.*

Apotek Srikandi Bedahlawak dinilai telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan farmasi di masyarakat sekitar. Berdasarkan keterangan dari beberapa narasumber, pelayanan yang diberikan sangat membantu, terutama dalam aspek edukasi obat. Informasi mengenai obat-obatan disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami, sehingga pasien memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai waktu, cara, dan dosis penggunaan obat. Edukasi ini dinilai efektif dalam meningkatkan kepatuhan pasien terhadap terapi pengobatan yang dijalani.

Selain itu, layanan tambahan seperti antar obat dan home care menjadi salah satu keunggulan utama dari Apotek Srikandi Bedahlawak. Layanan antar obat sangat praktis, khususnya bagi pasien yang memiliki keterbatasan mobilitas, karena memungkinkan pasien menerima obat secara langsung di rumah. Layanan home care juga mendapat apresiasi tinggi, terutama dalam

mendukung perawatan pasien lanjut usia atau individu yang membutuhkan pendampingan intensif di rumah. Program keanggotaan gratis yang ditawarkan apotek memberikan berbagai keuntungan tambahan, termasuk informasi terkait promosi dan diskon, yang membantu meningkatkan aksesibilitas pasien terhadap layanan kesehatan.

Namun, terdapat beberapa catatan untuk perbaikan ke depan. Beberapa narasumber menyampaikan bahwa waktu tunggu untuk layanan antar obat terkadang cukup lama, khususnya pada jam-jam sibuk. Selain itu, perluasan cakupan layanan antar obat dinilai penting untuk menjangkau lebih banyak masyarakat yang membutuhkan. Meski demikian, secara keseluruhan, pelayanan Apotek Srikandi Bedahlawak dinilai sangat memuaskan. Faktor-faktor seperti keramahan staf, efisiensi waktu pelayanan, dan ketersediaan obat yang lengkap menjadi daya tarik utama. Lingkungan apotek yang bersih, rapi, dan nyaman turut memberikan rasa aman bagi pasien saat berkunjung.

Apotek Srikandi Bedahlawak mendapatkan apresiasi tinggi dari masyarakat atas kualitas pelayanannya yang unggul. Diharapkan apotek ini dapat terus mempertahankan dan meningkatkan mutu layanannya untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat secara lebih luas di masa mendatang.

5. Kesimpulan

Implementasi pelayanan prima (*excellent service*) di Apotek Srikandi Bedahlawak menunjukkan bahwa penerapan konsep ini secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang melibatkan wawancara dan observasi langsung, serta mengidentifikasi berbagai elemen penting dalam pelayanan yang melampaui harapan pelanggan, seperti kecepatan, keramahan, dan tanggung jawab.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa faktor-faktor seperti komunikasi yang efektif antara staf dan pelanggan serta pemahaman mendalam tentang kebutuhan konsumen sangat mempengaruhi pengalaman pelanggan. Dengan menerapkan *excellent service*, Apotek Srikandi tidak hanya memenuhi ekspektasi dasar pelanggan tetapi juga berupaya menciptakan pengalaman yang unik dan berkesan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Temuan dari penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola apotek dan industri farmasi secara keseluruhan, serta merekomendasikan strategi yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan konsumen yang optimal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi apotek lain dalam merumuskan strategi pelayanan yang lebih baik.

References

- Andini, Z. (2019) Tingkat Kepatuhan Terhadap Pengisian Kartu Stok Obat Di Apotek Kimia Farma Gkb Gresik. Diss. Universitas Muhammadiyah Gresik,
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). Jurnal Ilmu Multidisplin, 1(1), 135-145.
- Brilian, S. C., & Haris, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Solusi, 21(3), 713-722.

- Endar Sugiarto, Psikologi Pelayanan dalam Industri Jas, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002, h. 36
- Hasanah, S. U. (2018). Peranan Service Excellent Terhadap Loyalitas Anggota Pada BMT Sidogiri Cabang Kediri (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & kualitatif. Metode Penelitian Bisnis Bandung, 264.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Munir, Manajemen Pelayanan Umum, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 275
- Nisa, P. Z. (2024). Gambaran Pelaksanaan Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Bojongsata Pemalang Berdasarkan Permenkes Ri No. 73 Tahun 2016 (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama).
- Nurlia, N. (2018). Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Meraja journal*, 1(2), 17-30.
- Nurseha, P. H. (2021). Peran Service Excellence Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Simple Kopi Kediri (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Oktaviani, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma).
- Permadi, M. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Muslim di Hos Coffe Kartasura. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(3), 89-96.
- Pratiwi Nur Laili, T. R. (2 Desember 2024). Excellent Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di Bank. *Excellent Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di Bank*, Vol. 7, No. 2, hal. 282.
- Putri, A. D., & Astuti, S. R. T. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 73-82.
- Setyawan, F. E. B. (2019). Komitmen Organisasi Dalam Melaksanakan Pelayanan Kesehatan Holistik Komprehensif Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Peserta Bpjs Kesehatan Di FKTP Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h. 415
- Wijaya, W. A. (2018). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

Published by:

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

