

## **BAB 2**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Pedagang Besar Farmasi**

##### **2.1.1 Pengertian**

Menurut PerMenKes RI No. 1148/Menkes/Per/VI/2011 Pedagang Besar Farmasi adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk pengadaan, penyimpanan, penyaluran obat dan atau bahan obat dalam jumlah besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pedagang Besar Farmasi dapat menyalurkan perbekalan farmasi ke apotek, rumah sakit, atau unit pelayanan kesehatan lainnya yang ditetapkan menteri kesehatan, toko obat dan pengecer lainnya.

PBF cabang adalah cabang PBF yang telah memiliki pengakuan untuk melakukan pengadaan penyimpanan, penyaluran obat dan atau bahan obat dalam besar sesuai ketentuan peraturan perundangan. Cara Distributor Obat yang Baik untuk selanjutnya disingkat (CDOB) adalah distribusi atau penyaluran obat dan atau bahan obat yang bertujuan untuk memastikan mutu sepanjang jalur distribusi atau penyaluran sesuai persyaratan dan tujuan penggunaannya. Setiap PBF harus memiliki Apoteker penanggung jawab yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan ketentuan pengadaan, penyimpanan serta penyaluran obat dan bahan obat. Apoteker penanggung jawab harus memiliki izin sesuai ketentuan peraturan perundangan menteri kesehatan no. 34 Tahun 2014.

Tugas dan tanggung jawab tenaga teknis kefarmasian di PBF (Pedagang Besar Farmasi) adalah bertanggung jawab mendistribusikan atau menyalurkan sediaan farmasi dan alat kesehatan dengan cara distribusi yang bertujuan untuk memastikan mutu sepanjang jalur distribusi atau penyaluran sesuai persyaratan dan tujuan penggunaannya (Kemenkes, 2014).

##### **2.1.2 Tugas PBF**

2.1.2.1 Tempat penyimpanan dan Penyediaan perbekalan farmasi yang meliputi obat,

bahan obat dan alat kesehatan.

2.1.2.2 Sebagai sarana yang mendistribusikan perbekalan farmasi ke sarana pelayanan kesehatan masyarakat yang meliputi Apotek, Rumah Sakit, Toko Obat Berizin, sarana pelayanan kesehatan masyarakat yang lain serta PBF lainnya.

2.1.2.3 Membuat laporan dengan lengkap setiap pengadaan, penyimpanan, penyaluran, perbekalan farmasi sehingga dapat dipertanggung jawabkan setiap dilakukan pemeriksaan. Untuk Toko Obat Berizin, pendistribusian obat hanya pada obat - obatan golongan obat bebas dan obat bebas terbatas, sedangkan untuk Apotek, Rumah Sakit dan PBF lain melakukan pendistribusian obat bebas, obat bebas terbatas, obat keras dan obat keras tertentu (Kemenkes, 34 2014).

### 2.1.3 Fungsi PBF

2.1.3.1 Sebagai sarana distribusi farmasi bagi industri-industri.

2.1.3.2 Sebagai saluran distribusi obat-obatan yang bekerja aktif keseluruh tanah air secara merata dan teratur guna mempermudah pelayanan kesehatan.

2.1.3.3 Untuk membantu pemerintah dalam mencapai tingkat kesempurnaan penyediaan obat-obatan untuk pelayanan kesehatan.

2.1.4.4 Sebagai aset atau kekayaan nasional dan lapangan kerja (Kemenkes, 34 2014).

### 2.1.4 Tujuan PBF

Pengadaan, penyimpanan dan penyaluran perbekalan farmasi dalam jumlah kecil maupun jumlah besar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku adalah tujuan Pedagang Besar Farmasi.

Pedagang besar farmasi dapat menyalurkan perbekalan farmasi ke apotek, rumah sakit, atau unit pelayanan kesehatan lainnya yang ditetapkan menteri kesehatan, toko obat dan pengencer lainnya (Kemenkes 2014).

### 2.1.5 Tugas dan peran tenaga teknis kefarmasian di PBF

Peranan dan tugas di Pedagang Farmasi bisa dikatakan sebagai babak baru peranan, Tenaga Teknis Kefarmasian di distribusi farmasi. Sebagai penanggung jawab dalam

distribusi farmasi mempunyai peran vital dalam mendistribusikan sediaan farmasi dari saluran distribusi besar sampai yang kecil. Pengetahuan tentang logistik memegang peranan dalam menjalankan distribusi farmasi.

Dengan dikeluarkan Peraturan Kepala BPOM RI HK 03.1.34.11.12.7542 tahun 2012 tentang pedoman teknis cara distribusi obat yang baik peranan. Tenaga Teknis Kefarmasian di bidang distribusi obat lebih diakui lagi bukan hanya mengelola distribusi obat tetapi lebih jauh lagi ke sistem manajemen mutu. Secara ringkas dapat digambarkan tugas dan peranan apoteker di PBF sebagai berikut sesuai PP 51 tahun 2009 dan pedoman teknis CDOB.

#### 2.1.5.1 Tugas

- a. Melakukan pekerjaan kefarmasian (pembuatan termasuk pengendalian mutu Sediaan Farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusi atau penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan informasi obat)
- b. Membuat dan memperbaharui SOP (*Standard Operational Procedure*)
- c. Harus memenuhi ketentuan cara distribusi obat yang baik yang ditetapkan oleh Kepala BPOM saat melakukan pekerjaan kefarmasian dalam distribusi atau penyaluran sediaan farmasi, termasuk pencatatan segala sesuatu yang berkaitan dengan proses distribusi atau penyaluran sediaan farmasi.

#### 2.1.5.2 Peran

- a. Sebagai penanggung jawab Pedagang Besar Farmasi meliputi pemesanan, penerimaan, penyimpanan, penyaluran sesuai kaidah CDOB.
- b. Memastikan mutu (*Quality Assurance*) berjalan dengan baik sesuai SOP (*Standard Operational Procedure*).

#### 2.1.6 Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Setiap organisasi perusahaan beroperasi dengan menggunakan seluruh sumber dayanya untuk dapat menghasilkan produk baik barang atau jasa yang biasa dipasarkan. Dalam hal ini pengelolaan sumber daya yang dimiliki perusahaan meliputi sumber daya finansial, fisik, SDM, dan

kemampuan teknologi dan sistem (Nasrullah dkk, 2015). Karena sumber daya harus memiliki kemampuan optimal disetiap jabatan dan tugas personalia.

#### 2.1.6.1 Direktur

Sebagai pimpinan harus mampu melakukan tugas kunjungan dan memperhatikan kinerja anak buahnya.

#### 2.1.6.2 Apoteker

Setiap PBF harus memiliki apoteker sebagai penanggung jawab yang bertanggung jawab atas pelaksanaan pengadaan, penyaluran obat, penyimpanan serta bahan obat.

#### 2.1.6.3 Fakturis

Menerbitkan/mencetak faktur, penginputan data penjualan ke dalam komputer serta mengentri data.

#### 2.1.6.4 Kepala Gudang

Bertanggung jawab menjaga keluar masuknya barang serta bertanggung jawab mengatur dalam hal pengantaran barang dan bertanggung jawab terhadap keamanan

#### 2.1.6.5 Kasir

Bertugas langsung dalam menangani keluar masuknya kas/uang dan bertanggung jawab langsung kepada direktur juga membukukan semua transaksi pada buku kas serta bank.

#### 2.1.6.6 Salesmen

Seorang salesmen bertugas mengunjungi outlet menawarkan barang dan melaksana penagihan.

### 2.1.7 Penyalur Alat Kesehatan

Penyalur alat kesehatan yang selanjutnya disingkat PAK adalah perusahaan berbentuk badan hukum berupa perseroan terbatas atau koperasi yang memiliki izin untuk pengadaan, penyimpanan, dan penyalur alat kesehatan dalam jumlah besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Kemenkes, 2014).

### 2.1.8 Cabang Penyaluran Alat Kesehatan

Cabang PAK adalah unit usaha dari PAK yang telah memiliki pengakuan untuk melakukan kegiatan pengadaan penyimpanan, penyaluran alat kesehatan dalam jumlah besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Adapun alat kesehatan adalah instrumen, aparatus, mesin, implant yang tidak mengandung obat yang di gunakan untuk mencegah, mendiagnosis, menyembuhkan, dan meringankan penyakit, merawat orang sakit,serta pemulihan kesehatan manusia, dan membentuk struktur serta memperbaiki fungsi tubuh. Penyaluran alat kesehatan dilakukan dengan mencari orderan yang dilakukan berdasarkan pesanan dari suatu pelayanan kesehatan kepada selesman pedagang besar alat kesehatan (Kemenkes, 2014).

#### 2.1.9 Tugas Penyalur Alat Kesehatan

Tempat penyimpanan dan Penyediaan perbekalan alat kesehatan.

Sebagai sarana yang mendistribusikan perbekalan alat kesehatan ke sarana pelayanan kesehatan, masyarakat yang meliputi: Apotek, Rumah Sakit, Toko Obat Berizin, sarana pelayan kesehatan masyarakat (Kemenkes, no.4 2014)

#### 2.1.10 Fungsi Penyalur

Sebagai sarana distribusi penyediaan perbekalan alat kesehatan untuk membantu pemerintah dalam mencapai tingkat kesempurnaan penyediaan alat kesehatan untuk pelayanan kesehatan.

#### 2.1.11 Tujuan Penyalur Alat Kesehatan

Pengadaan, penyimpanan, penyaluran dan penyediaan perbekalan alat kesehatan dalam jumlah kecil maupun jumlah besar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku adalah tujuan pedagang besar alat kesehatan.

#### 2.1.12 Tugas dan Peran Tenaga Teknis Kefarmasian di PBAK

Penanggung jawab teknis yang bekerja penuh, dengan pendidikan minimal Ahli Madya Farmasi, Ahli Madya Tehnik Elektomedik, dan / atau tenaga lain yang sederajat, sesuai dengan produk yang disalurkan. Peranan dan tugas tenaga teknis kefarmasian di pedagang besar alat kesehatan bisa dikatakan sebagai babak baru dimana mempunyai peran vital sebagai penanggung jawab untuk mendistribusikan alat kesehatan.

#### 2.1.13 Tugas

Melakukan pekerjaan kefarmasian (pembuatan termasuk pengendalian mutu. Sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusi atau penyaluran alkes, pengelolaan alkes, dan pelayanan informasi alkes).

#### 2.1.14 Peran

penanggung jawab pedagang besar alat kesehatan meliputi pemesanan, penerimaan, penyimpanan, penyaluran .

### 2.2 Pelayanan Konsumen

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa (Tjiptono dan Chandra 2011). Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri.

Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan konsumen adalah pelayanan yang dapat menimbulkan kepuasan pada setiap, konsumen dimana tata cara penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik yang telah ditetapkan. Konsep kualitas pelayanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) bahwa komponen jasa atau layanan memainkan peran strategi dalam setiap bisnis. Pembelian sebuah barang sering dibarengi dengan unsur jasa/layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut. Umumnya pelayanan lebih bersifat *intangibles*, tidak dapat dilihat dan diraba sehingga pengguna hanya bisa dirasakan melalui pengalaman langsung. Namun pelayanan mencakup hal – hal yang *tangibles*, yang bisa dilihat dan diraba, berupa dimensi fisik dari pelayanan itu sendiri. Suatu perusahaan dapat dikatakan meraih sukses ketika dilihat dari faktor pelayanan

pelanggan, oleh karena itu pelayanan yang baik sangat mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan

## **2.3 Kepuasan Konsumen**

### **2.3.1 Pengertian Konsumen**

Pengertian konsumen adalah seseorang yang menggunakan suatu produk (barang dan/atau jasa) yang dipasarkan. Secara umum konsumen dapat dikenali dengan mudah, yaitu para pengguna suatu barang maupun jasa. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan menurut Rahmawanti dan Lubis (2014), konsumen adalah pihak yang memakai atau menikmati barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen dengan mengorbankan sejumlah uang untuk menikmatinya.

### **2.3.2 Pengertian kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan

melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

### 2.3.3 Teori Kepuasan Konsumen

*“In general, satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations. If the performance or experience falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted”* (Kotler & Keller, 2016 ).

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen akan merasa puas apabila suatu layanan yang diperoleh sesuai dengan harapannya dan jika melebihi harapannya, konsumen akan sangat puas. Sebaliknya jika layanan dikatakan tidak memuaskan apabila layanan yang diterima konsumen lebih rendah dari apa yang diharapkan.

Menurut Rangkuti (2013), kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2011), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

### 2.3.4 Metode Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen

Metode Servqual

Menurut Parasuraman, Zietaml et.al., (2009), (dikutip Fandy Rangkuti, (2013) dalam buku *Measuring Customer Satisfaction*, rancangan kualitas pelayanan dalam model Servqual (*Service Quality*) didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, yaitu :

2.3.4.1 Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan kepada pelanggan dengan tepat dan akurat. Dalam pelayanan ini adalah seberapa jauh pengelola mampu meminimalisir dan mencegah terjadinya kesalahan dalam proses pelayanan dan menjawab pertanyaan tentang penggunaan produk dari

konsumen oleh karyawan perusahaan.

- 2.3.4.2 Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat. Yang dimaksud di sini adalah kecepatan penyiapan dan ketepatan sediaan. Dimensi ini akan dinamis penilaiannya karena harapan konsumen yang datang akan menuntut ketepatan suatu pelayanan karyawan dan dengan waktu yang tidak lama dalam penyiapannya.
- 2.3.4.2 Jaminan/keyakinan (*assurance*), yaitu kualitas pelayanan dilihat dari sisi kemampuan petugas dalam menyakinkan kepercayaan konsumen dan dengan kualitas produk yang terjamin. Indikator dari kemampuan karyawan mencakup pengetahuan, kompetensi, dan sifat dapat dipercaya yang membuatnya tidak ragu-ragu dalam menjelaskan tentang informasi barang/produk. Konsumen akan merasa puas bila dilayani oleh karyawan yang kompeten dan ramah.
- 2.3.4.3 Empati (*emphaty*), yaitu kemampuan membina hubungan, perhatian, dan memahami kebutuhan pelanggan. Dalam pelayanan perusahaan (karyawan) harus ramah dan mampu berkomunikasi dengan konsumen.
- 2.3.4.4 Bukti langsung (*tangible*), yaitu sarana dan fasilitas fisik yang dapat langsung dirasakan oleh pelanggan. Dalam pelayanan perusahaan adalah kecukupan tempat duduk diruang tunggu apotek, kebersihan ruang tunggu, kenyamanan ruang tunggu dengan kipas angin dan pendingin ruangan (AC), serta ketersediaan sarana hiburan.

## .2.4 Kerangka Konsep

Gambar .1



