

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepatuhan

Kepatuhan didefinisikan sebagai sikap disiplin atau perilaku taat terhadap suatu perintah maupun aturan yang ditetapkan, dengan penuh kesadaran. Kepatuhan sebagai perilaku positif dinilai sebagai sebuah pilihan. Artinya individu memilih untuk melakukan, mematuhi, merespon secara kritis terhadap aturan, hukum, norma sosial, permintaan maupun keinginan dari seseorang yang memegang otoritas ataupun peran penting (Anita Dwi, 2015).

Menurut Kozier (2010) kepatuhan adalah perilaku individu (misalnya: minum obat, mematuhi diet, atau melakukan perubahan gaya hidup) sesuai anjuran terapi dan kesehatan. Tingkat kepatuhan dapat dimulai dari tindak mengindahkan setiap aspek anjuran hingga mematuhi rencana.

2.2 Salesman

Berdasarkan arti atau definisi, Sales (*selling*) adalah aktifitas penjualan dengan teknik marketing praktis, dan orang yang melakukan hal tersebut adalah salesman, Sedangkan marketing adalah pemasaran atau promosi dan orang yang melakukan aktifitas marketing adalah marketer Seorang Sales adalah seorang penjual, dimana biasanya penilaian seorang Sales diukur dari volume penjualan yang sudah dicapai (*closing*). Seorang Sales atau Salesman akan berurusan langsung dengan konsumen atau nasabah atau pelanggan atau klien, mulai dari hal menawarkan produk sampai dengan produk tersebut terjual atau terjadi transaksi.

Seperti telah diutarakan bahwa pengertian Sales secara sederhana adalah penjualan, yaitu kecakapan seorang Sales dalam menjual yang meliputi proses dalam penjualan yang dimulai dari langkah pertama sampai dengan terlaksananya suatu penjualan. Jadi, pengertian *Sales Person* atau Salesman di

sini adalah individu yang menawarkan suatu produk dalam suatu proses penjualan.

Pemasaran (*Marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia

Menurut J. Stanson, Marketing merupakan keseluruhan sistem mulai dari tujuan dan penentuan harga hingga proses dan mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen dan calon konsumen. Menjadi Marketing yang handal adalah mampu secara cantik mempengaruhi pikiran dan hati konsumen dengan melakukan strategi-strategi pemasaran atau promosi (*branding*) berdasarkan hasil riset atau analisa terhadap trend keinginan konsumen, produk (fungsi, fitur, harga dan kualitas), kompetitor, lokasi, kepuasan konsumen dan lain-lain. Marketing juga harus bisa menjaga hubungan baik dengan konsumen untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Informasi-informasi dari marketing akan memberikan peranan penting sebagai dasar para Salesman dalam mengeksekusi penjualan.

2.3 Standard Operating Procedure (SOP)

Standard Operating Procedure (SOP) merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar (Sailendra, 2015). *Standard Operating Procedure* (SOP) merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan (Tjipto Atmoko, 2011).

Tujuan SOP adalah untuk menciptakan komitmen pekerjaan dalam mewujudkan good governance sebagai alat penilaian kinerja yang bersifat internal dan eksternal (Nazvia et al., 2014).

Perkembangan perindustrian farmasi ini juga menyebabkan bisnis-bisnis yang bergerak dalam dunia farmasi juga turut mengalami peningkatan, salah satunya adalah usaha bisnis apotek, yang juga turut bertambah dan berkembang. Pertumbuhan jumlah apotek ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Diperlukan suatu standar kerja di perusahaan untuk menjaga konsistensi kinerja perusahaan, maka dari itu diperlukan *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam penerapannya. *Standard Operating Procedure* (SOP) adalah suatu penetapan standar ukur perusahaan, penggunaan sumber daya yang tepat, pemilihan proses operasional yang sesuai, pelaksanaan operasi-operasi yang perlu dilakukan, dan pemeriksaan produk/jasa untuk meneliti kesesuaiannya dengan spesifik. Standarisasi menyangkut penetapan spesifikasipesifikasi yang tepat atau pengukuran-pengukuran yang teliti. (Harol et al, 1986).

Fungsi SOP menurut Indah Puji (2014) adalah sebagai berikut:

1. Memperlancar tugas petugas/pegawai atau tim/unit kerja.
2. Sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan.
3. Mengetahui dengan jelas hambatan-hambatannya dengan mudah dilacak.

2.4 Pemesanan

Pemesanan adalah aktivitas yang selalu dilakukan konsumen sebelum proses membeli. Agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka dari itu, tentunya perusahaan harus mempunyai sistem pemesanan yang baik, Susanti dan Prabowo (2014), Pemesanan juga merupakan proses, pembuatan, cara pemesanan kepada orang lain. Pemesanan dapat juga dikatakan sebagai memesan, pesanan, maupun permintaan dengan pembelian jasa ataupun barang kepada penjual. Hal ini biasanya dilakukan pada saat transaksi jual beli. Langkah-langkah pemesanan yakni melakukan kontak secara langsung dengan penjual dan konsumen akan memesan barang yang ingin dibeli. Setelah barang yang dipesan ada maka barulah konsumen melakukan pembayaran. Pemesanan yang dilakukan saat ini bukan hanya telah menerima barang, akan tetapi

konsumen bisa saja masih memesannya. Pemesanan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik dengan lisan ataupun dengan dunia maya.

2.5 Obat

Menurut Permenkes 87 Tahun 2013, Obat adalah bahan atau paduan bahan-bahan yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosa, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi termasuk produk biologi.

Obat merupakan unsur yang sangat penting dalam upaya penyelenggaraan kesehatan. Penanganan dan pencegahan berbagai penyakit tidak dapat lepas dari tindakan terapi dengan obat atau farmakoterapi. Berbagai pilihan obat saat ini tersedia, sehingga obat harus selalu digunakan secara benar agar memberikan manfaat klinik yang optimal (Badan POM, 2017).

Obat memiliki peranan yang sangat penting dalam pelayanan kesehatan. Karena pada prinsipnya, pencegahan sekaligus penanganan berbagai jenis penyakit tidak bisa terlepas dari tindakan terapi dengan menggunakan obat maupun farmakoterapi. Berpijak pada pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa peran obat dalam kehidupan sosial kemasyarakatan meliputi:

- a. Penetapan diagnosa.
- b. Pencegahan terhadap segala bentuk atau jenis penyakit.
- c. Menyembuhkan segala bentuk atau jenis penyakit yang diderita oleh pasien.
- d. Memulihkan (rehabilitasi) kesehatan.
- e. Mengubah fungsi normal tubuh dengan maksud tujuan tertentu.
- f. Mengurangi rasa sakit.
- g. Meningkatkan pola hidup sehat dalam ruang lingkup sosial kemasyarakatan atau peningkatan kesehatan (Zeenot, 2013)

Meskipun obat dapat menyembuhkan penyakit, tetapi masih banyak juga orang yang menderita akibat keracunan obat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa obat dapat bersifat sebagai obat dan dapat juga bersifat sebagai racun. Obat itu akan bersifat sebagai obat apabila tepat digunakan dalam pengobatan suatu penyakit dengan dosis dan waktu yang tepat. Jadi, apabila obat salah digunakan dalam pengobatan atau dengan dosis yang berlebih maka akan menimbulkan keracunan. Apabila dosisnya kecil maka kita tidak akan memperoleh penyembuhan (Anief, 1991).

2.6 Pedagang Besar Farmasi (PBF)

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.1148/MENKES/PER/VI/2011 tentang Pedagang Besar Farmasi (PBF), PBF adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk pengadaan, penyimpanan, penyaluran sediaan farmasi dalam jumlah besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Permenkes, 2011)

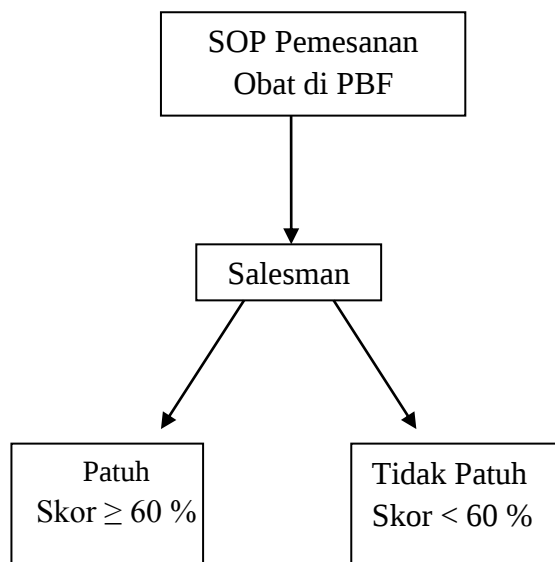
Fungsi PBF terdiri dari :

1. Tempat menyediakan dan menyimpan sediaan farmasi yang meliputi obat, bahan obat, obat tradisional dan kosmetik
2. Sebagai sarana yang mendistribusikan sediaan farmasi ke fasilitas pelayanan kefarmasian meliputi apotek, instalasi farmasi rumah sakit, puskesmas, klinik dan toko obat berizin.
3. Sebagai sarana untuk mendistribusikan sediaan farmasi di wilayah sesuai surat pengakuannya/surat izin edar.
4. Sebagai tempat pendidikan dan pelatihan

Pedagang Besar Farmasi (PBF) merupakan salah satu unit terpenting dalam kegiatan penyaluran sediaan farmasi ke fasilitas pelayanan kesehatan seperti apotek, instalasi farmasi rumah sakit, puskesmas, klinik dan toko obat agar dapat

sampai ke tangan masyarakat. Apoteker sebagai penanggung jawab di PBF harus mampu melakukan kegiatan pengelolaan sediaan farmasi di PBF dimulai dari pengadaan, penyimpanan hingga pendistribusian sediaan farmasi ke sarana pelayanan kesehatan (Kementerian Kesehatan RI, 2011).

2.7 Kerangka Konsep



Gambar 1. Kerangka Konsep