

# *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Apotek Karunia Sehat Baru Berdasarkan Nilai-Nilai Syariah*

Fildza Huwaina Fathnin<sup>1\*</sup>, Agustina Sawitri Sunandari<sup>2</sup>, Wanda Danis Mumpuni<sup>1</sup>

## ABSTRACT

**Background:** Public health can be maintained and improved by providing good pharmaceutical services. Pharmaceutical services are currently required to change from focusing on products to focusing on patients. Islam emphasizes a quality service, namely the existence of a sense of satisfaction received by others because of the services provided. Based on this background, this study aims to conduct research on consumer satisfaction with the quality of service at the Karunia Sehat Baru Pharmacy based on sharia values. **Methods:** This type of research is descriptive observational with prospective data collection. The research was conducted at Karunia Sehat Baru Pharmacy. The subjects of this research were 30 consumers of Karunia Sehat Baru Pharmacy using purposive sampling technique. Data collection uses a questionnaire which is composed of 5 aspects, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles, on the basis of shidiq, amanah, tabligh, fatonah, which are tested for validity and reliability. **Results:** Consumer satisfaction with services at the Karunia Sehat Baru Pharmacy based on sharia values obtained an average index value of 97.98%, on the assurance dimension of 97.32%, the responsiveness dimension is 97.3%, the empathy dimension is 94.66%, and the tangibles dimension is 96.66%. **Conclusion:** The average level of satisfaction of respondents is included in the high category. These results provide input to the Karunia Sehat Baru Pharmacy to continue to maintain services so that consumers continue to get satisfaction, which can be in the form of making standards related to sharia values.

**Keywords:** Consumer Satisfaction; Pharmacy; Sharia

## PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan salah satunya dapat dilakukan di apotek. Pengertian apotek berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 35 tahun 2014 yaitu sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh Apoteker. Berkaitan dengan hal tersebut pelayanan kefarmasian memiliki arti yaitu pelayanan dengan tujuan memperoleh hasil yang pasti guna adanya peningkatan mutu pada kehidupan pasien dengan melakukan pelayanan secara langsung dan adanya tanggung jawab kepada pasien terkait sediaan farmasi yang diperoleh. Oleh karena itu, masyarakat perlu memperoleh pelayanan kefarmasian yang baik sehingga dapat menjaga dan meningkatkan kesehatan pasien.

Tugas dan fungsi apotek merupakan

sebagai tempat suatu apoteker mengabdikan diri sesuai apa yang diucapkan saat sumpah jabatan, sebagai suatu sarana untuk menjalankan peracikan sediaan farmasi, perubahan bentuk sediaan, dispensing sediaan farmasi, penyerahan serta sebagai tempat penyaluran obat kepada masyarakat<sup>1</sup>.

Apotek memiliki peran sebagai tempat utama suatu produk industri farmasi dipasok. Tiap tahun apotek di Indonesia memiliki pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini dikarenakan penduduk di Indonesia selalu terjadinya kenaikan sehingga kesehatan yang ada di masyarakat bertambah kompleks<sup>8</sup>. Selain itu, pemicu adanya peningkatan pendirian apotek diantaranya karena adanya deregulasi mengenai pendirian apotek, permintaan obat yang meningkat dan jumlah apoteker yang terus

\*Correspondence: fildzahuwainafathnin@unissula.ac.id

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Profesi Apoteker, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang

<sup>2</sup>Apotek Karunia Sehat Baru, Ungaran, Semarang

bertambah<sup>12</sup>.

Pelayanan kefarmasian yang ada di apotek sekarang ini didorong agar merubah orientasinya yang awalnya product oriented menjadi berorientasi kepada pasien<sup>7</sup>. Oleh karena itu, yang mulanya berfokus pada pengelolaan perbekalan farmasi namun sekarang apoteker harus dapat memiliki pengetahuan, keterampilan serta memiliki perilaku yang baik saat berinteraksi langsung dengan konsumen atau pasien. Interaksi tersebut diantaranya yaitu memberikan informasi terkait obat yang diperoleh, memberikan konseling dan melakukan monitoring terhadap obat yang digunakan oleh pasien dengan tujuan adanya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas hidup pasien<sup>7</sup>.

Pelayanan yang diberikan harus berkualitas artinya dapat menyesuaikan dengan harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi, kelima dimensi itu adalah bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Pemberian nilai oleh pasien terkait kualitas pelayanan didasarkan dari bagaimana pasien tersebut merasakan pelayanan yang baik serta adanya hubungan dengan apa yang mereka harapkan<sup>13</sup>. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh dapat memberikan kepuasan konsumen dan berdampak pada kepercayaan konsumen atau pasien di tempat tersebut dan berdampak dapat melakukan pembelian berulang, loyalitas dan efek yang positif<sup>15</sup>.

Kepuasan konsumen adalah suatu produk jika dikonsumsi dapat memberikan apa yang konsumen butuhkan, inginkan dan harapan dapat semua terpenuhi setelah mengkonsumsi produk tersebut.

Kebanyakan konsumen menginginkan layanan yang baik, cepat, berkualitas, murah, dan mudah dari Apotek. Kualitas yang diberikan dalam pelayanan sangat menentukan terhadap

kepuasan konsumen. Pemberian pelayanan kepada konsumen, para karyawan harus bekerja dengan professional, teliti, jujur, sopan santun, amanah, cerdas dan terampil. Hal ini terkandung dalam Al-Qur'an surah Al – Bayyinah 98:7<sup>4</sup>.

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ ۗ

Artinya “Sungguh, orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk”.

Ayat tersebut dijelaskan apabila kita melakukan suatu pekerjaan hendaklah bekerja dengan baik, maka dari ayat tersebut pelayanan yang diberikan kepada konsumen haruslah pelayanan yang terbaik yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Islam menekankan suatu pelayanan yang berkualitas dan maksimal adalah pekerjaan yang dijalankan untuk seseorang dapat memberikan rasa puas<sup>1;19</sup>. Rasa puas yang muncul dapat memberikan dampak yang baik dan akan terbentuknya hubungan yang baik dan harmonis serta akan meningkatkan rasa kepercayaan diantara kedua belah pihak<sup>2</sup>.

Penelitian yang dilakukan Sari dkk menunjukkan ada hubungan antara pelayanan keperawatan berbasis syariah dengan loyalitas pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung (RSISA) Semarang, hal ini dapat dikatakan bahwa pasien pelayanan kesehatan yang diterapkan oleh RSISA Semarang menerapkan konsep islami yang membuat pasien menjadi nyaman dan tenang karena mendapat perawatan secara jasmani dan rohani<sup>6;17</sup>.

Pemberian kualitas pelayanan yang baik dan maksimal maka dapat memberikan kepuasan kepada konsumen karena konsumen dari Apotek Karunia Sehat Baru ini bervariasi mulai dari kalangan bawah dan menengah keatas sehingga karyawan dari Apotek Karunia

Sehat Baru harus menerapkan dan memiliki sikap profesional, jujur, teliti, terampil, cerdas dan bertanggung jawab atas pekerjaannya. Kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari perbuatan baik yang diberikan kepada orang lain, akan tetapi juga sebagai ibadah kepada Allah SWT. Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka perlu untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Apotek Karunia Sehat Baru berdasarkan nilai-nilai syariah.

## METODE

Jenis penelitian ini deskriptif observasional. Pengambilan data dilakukan secara prospektif. Penelitian dilakukan di Apotek Karunia Sehat Baru di Jalan Jendral Sudirman no 81 Babadan, Ungaran Kabupaten Semarang.

Subjek penelitian ini adalah Konsumen Apotek Karunia Sehat Baru dengan jumlah 30 konsumen dengan teknik sampling *purposive sampling* dan kriteria inklusi berupa berusia >18 tahun, mampu berkomunikasi dengan baik, membeli obat berdasarkan keinginan sendiri (swamedikasi), bersedia menjadi responden. Sedangkan responden akan dieksklusi ketika kuesioner tidak terisi dengan lengkap.

Objek pada penelitian merupakan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Apotek Karunia Sehat Baru berdasarkan nilai-nilai syariah. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari 5 aspek yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan dan kepedulian), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) yang disusun oleh peneliti dengan menggabungkan komponen kepuasan dengan syariah (shidiq, amanah, tabligh, fathonah) dan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

## HASIL

Hasil yang didapat mengenai distribusi responden dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan data jenis kelamin diperoleh 30 responden yang berjenis kelamin laki-laki 36,66% sedangkan perempuan sebanyak 63,34%. Adanya data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang datang membeli obat ke Apotek Karunia Sehat Baru adalah responden yang berjenis kelamin perempuan. Data karakteristik responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan (63,34%) dan berusia >39 tahun (56,6%).

**Tabel 1.** Distribusi Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik responden	Jumlah responden	Persentase
<b>Jenis kelamin</b>		
Laki-laki	11	36,66%
Perempuan	19	63,34%
<b>Umur</b>		
18 – 28 tahun	3	10%
29 – 39 tahun	10	33,3%
>39 tahun	17	56,67%

Valid dan reliabel merupakan syarat suatu instrumen dapat digunakan untuk penelitian. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas didapatkan hasil Kuesioner valid karena nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel dan hasil Kuesioner reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60<sup>14</sup>.

Tingkat kepuasan pasien ditinjau dari lima dimensi yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), empati (*empathy*), wujud nyata (*tangibles*), dan jaminan (*assurance*). Hasil tingkat kepuasan pasien dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Tingkat Kepuasan Pasien Ditinjau Dari Lima Dimensi

No.	Indikator	Jawaban		Nilai Index
		Setuju	Tidak Setuju	
<b>Dimensi Kehandalan</b>				
1.	Pelayanan pemesanan obat kepada pasien sesuai amanat dan janji yang diberikan (QS. An-Nahl ayat 91)	29	1	96,6%
2.	Petugas apotek memberikan pelayanan dengan cepat dan benar	28	2	93,3%
3.	Petugas Apotek memberikan informasi mengenai kondisi produk yang dijual dengan jujur	30	0	100%
4.	Petugas apotek memberikan informasi obat dengan benar dan jujur	30	0	100%
5.	Petugas Apotek memberikan transaksi secara akurat dan jujur	30	0	100%
	Total			97,98
<b>Dimensi Ketanggapan</b>				
1.	Petugas Apotek tanggap dan selalu dalam posisi siap melayani dan menolong konsumen (QS. Al-Isra ayat 34)	30	0	100%
2.	Apotek selalu buka tepat pada waktunya (QS. Al-Isra ayat 34)	29	1	96,6%
3.	Petugas Apotek cepat dan sabar dalam menanggapi permintaan konsumen	28	2	93,3%
4.	Telepon Apotek Karunia Sehat Baru mudah dihubungi dan selalu dalam posisi siap melayani dan menolong konsumen (QS. Al-Insyirah ayat 7)	28	2	96,6%
5.	Petugas Apotek mampu menyelesaikan keluhan konsumen dengan tepat dan amanat (QS. Al-Insyirah ayat 7)	30	0	100%
	Total			97,3%
<b>Dimensi Jaminan</b>				
1.	Petugas apotek memiliki pengetahuan mengenai produk yang dijual (QS. Al-Imran ayat 159)	30	0	100%
2.	Petugas apotek bersikap ramah dan sopan saat melayani konsumen (QS. Al-Imran ayat 159)	29	1	96,6%
3.	Apotek Karunia Sehat Baru menjamin kerahasiaan data konsumen	30	0	100%
4.	Petugas apotek mampu menjamin obat yang diberikan tidak kadaluwarsa	30	0	100%
5.	Petugas apotek menjamin dan memastikan kembali informasi tentang obat telah dipahami oleh pelanggan	27	3	90%
	Total			97,32%
<b>Dimensi Emphaty</b>				
1.	Petugas apotek mengucapkan "Salam" ketika konsumen datang dan mengucapkan "terima kasih, semoga sehat selalu" ketika pelanggan telah selesai mendapat pelayanan (QS. Al-Qashash (28) : 77)	28	2	93,3%
2.	Petugas apotek segera meminta maaf kepada konsumen saat terjadi kesalahan pelayanan (QS. Al-Qashash (28) : 77)	30	0	100%
3.	Petugas Apotek melakukan pelayanan konsumen tanpa membedakan status ekonomi	27	3	90%
4.	Petugas Apotek melakukan pelayanan konsumen dengan sepenuh hati dan rasa kemanusiaan (QS. Al-Qashash (28) : 77)	30	0	100%
5.	Petugas apotek selalu menanyakan keluhan atau gejala yang diderita	27	3	90%
	Total			94.66%
<b>Dimensi Bukti Fisik</b>				
1.	Lokasi Apotek strategis atau mudah dijangkau	30	0	100%
2.	Tampilan Apotek Bersih dan Menarik	27	3	90%
3.	Penampilan petugas Apotek rapi, sopan dan menutup aurat	30	0	100%
4.	Toilet dan Tempat parkir Apotek luas dan bersih (HR. Tirmizi)	28	2	93,33%

5.	Tempat Shalat Apotek bersih dan rapi (HR. Tirmizi)	30	0	100%
	Total			96,66%

Hasil analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Apotek Karunia Sehat Baru berdasarkan nilai-nilai syariah pada dimensi kehandalan (*reliability*) didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 97,98%, dimensi *assurance* (jaminan) yaitu 97,32 %, dimensi ketanggapan yaitu 97,3%, dimensi *empathy* yaitu 94,66 %, dan dimensi bukti fisik (*tangibles*) yaitu 96,66 %.

### PEMBAHASAN

Analisa data Kepuasan Pasien yaitu menggunakan analisis data deskriptif dimana data dianalisa dengan memberikan gambaran secara rinci berdasarkan kenyataan yang ada di Apotek Karunia Sehat Baru. Data yang diperoleh dikelompokkan dan dipisahkan berdasarkan dimensi kepuasan meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* kemudian dianalisa secara kualitatif yang disajikan dalam bentuk tabel dan diuraikan dengan argumentasi yang relevan sesuai dengan konsep teori. Analisa dilakukan dengan teknik analisa indeks untuk memberikan gambaran kepada responden terhadap item-item pertanyaan yang akan diajukan. Perhitungan nilai indeks jawaban akan menghasilkan nilai <sup>20</sup>:

20% - 46,66% = Rendah

46,67% - 73,33 = Sedang

73,34% - 100% = Tinggi

*Reliability* (keandalan) adalah kemampuan akurat dan terpercaya (amanah). Keterampilan dalam bekerja merupakan hal yang diharapkan dari seorang pelanggan yang artinya dalam memberikan pelayanan harus adanya ketepatan waktu, tidak membedakan pelayanan yang diberikan antar konsumen tanpa adanya kesalahan, adanya rasa simpatik,

jujur serta adanya akurasi yang tinggi <sup>5</sup>. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 91 <sup>4</sup>.

وَأَوْفُوا بَعْدَ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُعَلِّمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksi (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

Sebagai seorang muslim telah ada contoh teladan yang pastinya dapat menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan perniagaan/muamalah. Amanah yang diterima Rasulullah SAW yang diberikan kepada setiap muslim agar mempraktikkan dan menjalankan setiap amanah yang diberikan. Sifat profesionalitas seorang Nabi Muhammad SAW saat berdagang maupun di kehidupannya sehingga beliau dipercayai dan mendapatkan gelar Al-amin <sup>9</sup>.

Berdasarkan hasil Analisa pada dimensi kehandalan (*reliability*) di Apotek Karunia Sehat Baru didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 97,98%. Rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Apotek Karunia Sehat Baru harus terus mempertahankan pelayanan pada dimensi kehandalan supaya konsumen tetap mendapatkan kepuasan dalam dimensi kehandalan. Penelitian serupa diperoleh hasil yang tinggi mengenai dimensi kehandalan yaitu sebesar 98,6% <sup>22</sup>. Hal ini sejalan dengan penelitian Mayefis dkk bahwa variabel kehandalan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien <sup>10</sup>.

Dimensi Ketanggapan, *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu keinginan dalam menolong pasien serta memberikan pelayanan dengan sigap dan cepat. Informasi yang diberikan kepada pasien harus cepat, tepat dan jelas. Saat adanya pelanggan jangan biarkan mereka menunggu lama sehingga dapat membuat persepsi yang negatif terhadap pelayanan yang diberikan. Islam menganjurkan dalam bekerja harus dijalankan secara cepat dan tanggap sehingga amanat diberikan tidak disia-siakan. Sebagaimana firman Allah QS.Al-Isra ayat 34 dan QS.Al-Insyirah ayat 7<sup>4</sup>:

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya : “Dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban.” (QS. Al-Isra” : 34)

QS.Al-Insyirah ayat 7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya :“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

Berdasarkan hasil Analisa pada dimensi ketanggapan (*responsiveness*) pada kepuasan pelanggan yang ada di Apotek Karunia Sehat Baru mengenai pelayanan yang diberikan berdasarkan Nilai-Nilai Syariah didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 97,3%. Rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi. Sejalan dengan penelitian Yusriani bahwa dimensi daya tanggap pasien terhadap pelayanan kefarmasian menunjukan hasil dalam kategori puas dengan skor sebesar 99,5%<sup>22</sup>. Adanya hasil tersebut sehingga Apotek Karunia Sehat Baru harus terus mempertahankan pelayanan pada dimensi ketanggapan supaya konsumen tetap mendapatkan kepuasan dalam dimensi ketanggapan.

Dimensi *assurance* (jaminan) adalah

adanya rasa percaya, yakin dan sopan serta adanya kemampuan pengetahuan suatu karyawan dalam menyampaikannya. Komponen yang ada interaksi antara karyawan dan konsumen diantaranya adanya komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Sikap sopan, santun dan percaya diri telah diajarkan dalam islam seperti pada AlQur'an Surat Al-Imran ayat 159<sup>4</sup>:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا  
الْقَلْبِ لَأَنفَضْتُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ  
فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Al-Imran ayat 159)<sup>4</sup>.

Seorang pegawai dalam memberikan suatu layanan kepada konsumen harus menjaga keramah-tamahan dan sopan santunnya. Mayoritas orang akan tertarik untuk membeli suatu produk karena sifat ramah yang ditunjukkan oleh penjual. Sifat ramah yang dimaksud diantaranya dapat menjaga perkataan yang diucapkan maupun diungkapkan serta menjaga kata-kata yang membuat perasaan konsumen tersakiti. Oleh karena itu harus menjaga sikap dan perbuatan dengan menunjukan wajah ceria saat memberikan pelayanan kepada siapapun<sup>3</sup>.

Berdasarkan hasil analisa pada dimensi *assurance* (jaminan) yang ada di Apotek Karunia

Sehat Baru terkait pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan Nilai-Nilai Syariah didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 97,32 %. Rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi sehingga dengan hasil tersebut Apotek Karunia Sehat Baru harus terus mempertahankan pelayanan pada dimensi *assurance* (jaminan). Supaya konsumen tetap mendapatkan kepuasan dalam dimensi *assurance* (jaminan). Sesuai dengan penelitian yang terkait bahwa dimensi jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pasien<sup>10</sup>. Hasil penelitian Yunita dkk diperoleh skor pada dimensi *assurance* lebih dari 95%, nilai yang tinggi menunjukkan bahwa semua petugas di apotek yang bertugas merupakan orang-orang yang berkompeten pada bidang farmasi<sup>21</sup>.

Dimensi *emphaty* merupakan suatu perhatian khusus kepada pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan harus selalu dijaga agar selalu puas yaitu dengan memahami apa yang mereka butuhkan sehingga akan terbentuk hubungan emosional yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya hubungan, interaksi, paham dan memiliki sifat perhatian setiap kebutuhan yang diperlukan dan keluhan yang konsumen ungkapkan. Adanya sikap empati yang diberikan dapat membuat konsumen merasa puas atas kebutuhan yang diinginkan terpenuhi dengan adanya pelayanan yang dilakukan dengan baik.

Sikap *empathy* pegawai dibuktikan dengan memberikan layanan suatu informasi obat dan keluhan yang dirasakan konsumen, memberikan pelayanan berupa transaksi kepada konsumen dengan rasa senang hati dan memberikan perhatian dan membantu konsumen dalam penanganan keluhan dapat meningkatkan persepsi dan sifat positif konsumen terhadap Apotek. Adanya hal tersebut dapat menimbulkan rasa suka,

kepuasan dan meningkatkan kepercayaan konsumen<sup>14</sup>. Berkenaan dengan empati sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Qashash (28): 77<sup>4</sup>

وَأَبْتَعْ فِيمَا ءَاتٰكَ اللّٰهُ الدّٰرَ الْاٰخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ  
نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَاَحْسِنْ كَمَا اَحْسَنَ اللّٰهُ اِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفُسٰدَ  
فِي الْاَرْضِ ۗ اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ

Ayat tersebut menjelaskan bahwa harus berbuat baik kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada kita sehingga dalam dimensi *empathy* yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dapat merekatkan hubungan antara Apotek dan konsumen yang membuat adanya interaksi secara positif yang dapat memberikan keuntungan antara kedua belah pihak.

Hasil analisa pada dimensi *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada layanan yang ada di Apotek Karunia Sehat Baru berdasarkan Nilai-Nilai Syariah didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 94,66%. Rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi. Sejalan dengan penelitian Yunita dkk bahwa empati memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas pasien dengan skor yang diperoleh 95% sehingga hubungan antara pasien dan petugas apotek memiliki pengaruh besar pada kenyamanan pasien<sup>21</sup>. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Apotek Karunia Sehat Baru harus terus mempertahankan pelayanan pada dimensi *empathy*. Supaya konsumen tetap mendapatkan kepuasan dalam dimensi *empathy*.

Dimensi bukti fisik (*tangibles*) adalah suatu bukti dalam memberikan penampilan secara fisik, kondisi tempat, terjaga kebersihannya di lingkungan sekitar, strategis, menarik, nyaman, adanya fasilitas tempat parkir yang aman serta keterampilan dan penampilan yang diberikan pegawai. Pandangan negatif dari konsumen dapat terjadi apabila tidak mampu

dalam memberikan bukti fisik dengan baik sehingga dapat menurunkan citra apotek. Hal ini sejalan dengan penelitian Mayefis dkk bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien<sup>10</sup>.

Suatu apotek dapat dilihat profesionalitasnya dari bukti fisik yang diberikan. Hal tersebut memiliki arti bahwa suatu bukti fisik dapat diindera oleh pelanggan ketika saat pelayanan diberikan<sup>17</sup>. Oleh karena itu, apotek harus menjadikan tempat tersebut menjadi bangunan yang berisi peralatan yang menunjukkan pelayanan kepada konsumen sehingga memperoleh rasa nyaman dan menjadikan sebuah kepercayaan dari konsumen ke apotek tersebut. Sebagaimana dari hadist Rasulullah SAW mengenai tampilan fisik yang bersih.

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى طَيِّبٌ مُّحِبُّ الطَّيِّبِ نَظِيفٌ مُّحِبُّ النَّظَافَةِ كَرِيمٌ مُّحِبُّ الْكَرَمِ  
جَوَادٌ مُّحِبُّ الْجُودِ فَتَنْظِفُوا أَيْدِيَكُمْ (رواه الترمذي)

Artinya : "Dari Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam: Sesungguhnya Allah SWT itu suci yang menyukai hal-hal yang suci, Dia Maha Bersih yang menyukai kebersihan, Dia Maha Mulia yang menyukai kemuliaan, Dia Maha Indah yang menyukai keindahan, karena itu bersihkanlah tempat-tempatmu." (HR. Tirmizi).

Ayat tersebut menganjurkan kita untuk menjaga kebersihan baik kebersihan lingkungan kerja maupun penampilan fisik sehingga akan meningkatkan rasa keimanan kita terhadap Allah SWT dan juga meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan hasil Analisa pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) pada kepuasan pelanggan di Apotek Karunia Sehat Baru terkait pelayanan yang diberikan Berdasarkan Nilai-Nilai Syariah didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 96,66 %.

Rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi sehingga dengan hasil tersebut Apotek Karunia Sehat Baru harus terus mempertahankan pelayanan pada dimensi bukti fisik (*tangibles*). Supaya konsumen tetap mendapatkan kepuasan dalam dimensi bukti fisik. Sejalan dengan penelitian yang serupa bahwa hasil dimensi *tangibles* sebesar 93,12%<sup>21</sup>.

Keterbatasan penelitian ini adalah jangka waktu penelitian yang singkat sehingga responden belum terlalu banyak, sehingga perlu untuk memperluas cakupan penelitian.

## KESIMPULAN

Rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi, sehingga dengan hasil tersebut Apotek Karunia Sehat Baru harus terus meningkatkan dan mempertahankan pelayanan supaya konsumen tetap mendapatkan kepuasan. Hal tersebut dapat berupa membuat standar-standar yang berkaitan dengan nilai syariah. Peneliti selanjutnya dapat meningkatkan cakupan agar hasil penelitian dapat lebih representatif.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Abdurrouf, Muh., & Puspitasari, D. W. (2017). Model Loyalitas Pasien Berbasis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Islam di Semarang. *Jurnal Kesehatan*, 8(3), 435. <https://doi.org/10.26630/jk.v8i3.616>
2. al Azri, H., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Apotek Annisa Di Lubuk Basung. *Jurnal Riset Psikologi*, 4, 1–12.
3. Al-Fandi, H. (2022). *Etika Bermuamalah: Berdasarkan Alquran dan Sunnah*. Amzah.
4. Al-Qur'an Kemenag Online. (2023). *Qur'an Dan Terjemahan*. <https://Quran.Kemenag.Go.Id/>.
5. Daryanto, & Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
6. Hafid, H. P. (2016). *Pengaruh Pelayanan dengan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap*

- Kepuasan Pasien (Kasus pada RS Ibnu Sina Makassar). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
7. Ihsan, S., Rezky, R., & Akib, N. (2014). Evaluasi mutu pelayanan di apotek komunitas kota kendariberdasarkan standar pelayanan kefarmasian. *Jurnal Farmasi Dan Ilmu Kefarmasian Indonesia*, 1(2), 30–35.
  8. Julianti, M. R., Budiman, A., & Patriosa, A. (2018). Perancangan sistem informasi geografis pemetaan lokasi apotek di wilayah Kota Bogor berbasis web. *Jurnal Sisfotek Global*, 8(1).
  9. Marsono, A., Musthofa, Moh. S., & Pransiska Dewi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ud. Ardian Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 8(2), 114–120. <https://doi.org/10.53429/jdes.v8i2.231>
  10. Mayefis, D., Halim, A., & Halim, R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan informasi obat terhadap kepuasan pasien apotek X Kota Padang. *Jurnal Ilmu Kefarmasian Indonesia*, 13(2), 201–204.
  11. Menteri Kesehatan RI. (2014). PERMENKES RI No. 35 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek, Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Jakarta. Menteri Kesehatan RI, 2017, PERMENKES RI No. 9 Tentang Apotek, Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
  12. Narendra, M. P., Skarayadi, O., Duda, M., & Adirestuti, P. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. *Kartika: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 5(1), 31–37.
  13. Pratiwi, D., Wahyono, D., & Sampurno. (2013). Analisis kepuasan pasien farmasi rawat jalan menggunakan metode servqual: studi di rumah sakit swasta X Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 3(1), 24–29.
  14. Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi behavioural intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 15. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.415>
  15. Samad, A. (2014). Examining the impact of perceived service quality dimensions on repurchase intentions and word of mouth: a case from software industry of Pakistan. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(1), 37–41.
  16. Sari, D. W. P., Abdurrouf, M., & Rismawati, R. (2018). Relationship Between Sharia Based Nursing Services And Patient Loyalty At Islamic Hospital. *Nurscope J Penelit Dan Pemikir Ilm Keperawatan. Nurscope: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ilmiah Keperawatan*, 4(7), 109–117.
  17. Sari, R. P. (2017). Evaluasi Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Farmasi Di Apotek “X.” *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina*, 2(1), 122–133.
  18. Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika*. Airlangga University Press.
  19. Sinaga, A. O., & Kusumantoro, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemampuan Manajerial Pengurus, Motivasi Anggota dan Citra Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Wahana Artha Nugraha. *Dinamika Pendidikan*, 10(1), 1–15.
  20. Wahyuni, S., Rustono, & Setiawan, A. (2019). Penguatan Kewirausahaan Pemasaran Produk Keripik Pada UMKM Lestari Indah Desa Kramas Kecamatan Tembalang Semarang. *Jurnal DIANMAS*, 8(1).
  21. Yunita, B., Ma’aly, D. I., Pakiding, D. S., Utama, Y. A., Wardani, T. S., & Santoso, A. P. A. (2022). Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Beberapa Apotek di Samarinda. . *Media Farmasi Indonesia*, 17(1), 17(1).
  22. Yusriani, Y. (2021). Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Rawat Jalan Pusat Jantung Terpadu (PJT) Rumah Sakit Umum Pusat DR Wahidin Sudirohusodo. *Jurnal Kesehatan Yamasi Makassar*, 5(1), 79–88.