

Peningkatan Pengetahuan dan Pelatihan *Selling Skill*: “Consumers Evaluation of Services” Karyawan di PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Surabaya

Dian Parwati*

Farmasi, Akademi Farmasi Yannas Husada, Bangkalan, Indonesia

Email: *parwatidian@gmail.com

Abstrak– Apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh Apoteker. Praktek kefarmasian dibantu oleh Tenaga Teknis Kefarmasian, yang terdiri atas Sarjana Farmasi, Ahli Madya Farmasi dan Analis Farmasi. Orientasi pelayanan kefarmasian saat ini mulai beralih dari orientasi pada pelayanan produk atau *product oriented* menjadi pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien atau *patient-oriented*. Salah satu peran pelayanan kefarmasian adalah pengkajian resep, dispensing, konseling, Pelayanan Informasi Obat (PIO) dan lain-lain hingga diperoleh rekomendasi terbaik untuk pasien. Namun, apotek bukan hanya sebagai tempat pelayanan kefarmasian tetapi juga dikelompokkan sebagai bidang usaha sesuai Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) dengan kode 47721 yaitu perdagangan eceran barang dan obat farmasi untuk manusia di apotek. Salah satu tujuan penjualan barang tersebut adalah mendapatkan keuntungan/laba. Meskipun mencari keuntungan/laba bukan tugas keprofesian seorang apoteker, namun menjadi indikator apotek tetap tumbuh. Salah satu upaya yang dilakukan adalah Peningkatan Pengetahuan dan Pelatihan *Selling Skill* pada Apoteker Pendamping dan Tenaga Teknis Kefarmasian di PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Surabaya. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat mengedukasi dan memberikan dampak peningkatan keuntungan/laba sesuai dengan standar pelayanan kefarmasian dan kaidah keilmuan. Adapun hasil yang diperoleh dalam pelaksanaan yaitu: (1) Meningkatnya minat dan kesadaran peserta untuk ikut berperan dalam melakukan pelayanan kefarmasian sesuai standar (2) Meningkatnya pengetahuan peserta tentang *selling skill* yang dilihat dari perspektif pasien (3) Peserta mengetahui cara meningkatkan perspektif positif setelah pasien datang ke apotek.

Kata Kunci: Apotek; Kepuasan Pelanggan; Pelayanan Kefarmasian; Perspektif Pasien; *Selling Skill*

Abstract– A pharmacy is a pharmaceutical service facility where pharmacists practice pharmacy. Pharmacy practice is assisted by Pharmacy Technical Staff, consisting of Pharmacy Bachelors, Pharmacy Associate Experts, and Pharmacy Analysts. The orientation of pharmaceutical services is starting to shift from orientation to product service or product oriented to services that aim to improve patient's quality of life or patient-oriented. One of the roles of pharmaceutical services is reviewing prescriptions, dispensing, counseling, Drug Information Services (PIO), and others to obtain the best recommendations for patients. However, a pharmacy is not only a place for pharmaceutical services but is also grouped as a line of business according to the Indonesian Business Field Standard Classification (KBLI) with code 47721, namely the retail trade of pharmaceutical goods and drugs for humans in pharmacies. One of the goals of selling these goods is to get a profit. Even though seeking profit/profit is not the professional duty of a pharmacist, it is an indicator that the pharmacy is still growing. One of the efforts made is Increasing Knowledge and Selling Skill Training for Associate Pharmacists and Pharmacy Technical Personnel at PT Kimia Farma Pharmacy Surabaya Business Unit. The existence of this activity is expected to be able to educate and have an impact on increasing profits in accordance with pharmaceutical service standards and scientific principles. The results obtained in the implementation are: (1) Increased interest and awareness of participants to play a role in carrying out pharmaceutical services according to standards (2) Increased knowledge of participants about selling skills seen from the patient's perspective (3) Participants know how to increase positive perspectives after patients come to the pharmacy.

Keywords: Pharmacy; Customer Satisfaction; Pharmaceutical Care; Perspective Patient; Selling Skill

1. PENDAHULUAN

Menurut Permenkes No 14 tahun 2021 Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh Apoteker. Tenaga Teknis Kefarmasian yang selanjutnya disingkat TTK adalah tenaga yang membantu Apoteker dalam melakukan praktik kefarmasian di Apotek, terdiri atas Sarjana Farmasi, Ahli Madya Farmasi dan Analis Farmasi.

Pelayanan Kefarmasian di Apotek diselenggarakan dalam rangka menjamin ketersediaan dan akses masyarakat terhadap obat, sediaan farmasi lain, alat kesehatan dan BMHP yang aman, bermutu dan bermanfaat, dengan tujuan mencapai *patient outcome* dan menjamin *patient safety*. Pelayanan Kefarmasian di Apotek dilakukan berdasarkan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek yang mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 tahun 2016. Orientasi pelayanan kefarmasian saat ini telah berubah, semula hanya berorientasi pada pelayanan produk atau *product-oriented* menjadi pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien atau *patient-oriented* (Cipolle, Strand & Morley, 2012).

Di Jawa Timur, Kota Surabaya merupakan kota dengan jumlah apotek terbanyak, dengan jumlah apotek sebanyak 791 (pada tahun 2019) yang tersebar di 31 kecamatan dengan luas total 326,81 km². Apotek ini melayani 3.094.732 orang Surabaya (1:3.912) (Athiyah, 2019). Menurut data Profil Kesehatan Jawa Timur tahun 2020 Kabupaten/Kota dengan jumlah apotek terbanyak adalah Kota Surabaya dengan jumlah 651 apotek atau sekitar 14,56% dari jumlah apotek seluruh Jawa Timur. Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Jember berada di posisi setelahnya dengan jumlah masing-masing sebesar 424 dan 270 apotek. Bila dibandingkan jumlah penduduk,

ketiga kabupaten/kota tersebut memiliki jumlah penduduk terbanyak dari total jumlah penduduk seluruh Jawa Timur. Berdasarkan ketersediaannya, jumlah sarana apotek pada tahun 2020 mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan adanya apotek yang bekerja sama dengan BPJS dalam rangka pendekatan akses pelayanan kefarmasian pada Era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dalam bentuk Apotek Program Rujuk Balik (PRB).

Sedangkan di tahun 2021 data menunjukkan adanya peningkatan jumlah sarana apotek di Jawa Timur sebesar 92 Apotek dibandingkan tahun 2020. Sejalan dengan pertumbuhan apotek yang terus meningkat dan pergeseran paradigma pelayanan kefarmasian, diharapkan ada peningkatan kualitas layanan kefarmasian yang dirasakan masyarakat yang datang berkunjung ke apotek, khususnya Apotek Kimia Farma Unit Bisnis Surabaya. PT Kimia Farma Apotek adalah anak perusahaan dari PT. Kimia Farma Tbk, melayani penjualan langsung dan melayani resep dokter serta menyediakan pelayanan lain, seperti praktek dokter, optik dan pelayanan OTC (swalayan) serta pusat pelayanan informasi obat. Manajemen PT. Kimia Farma Apotek di Surabaya memiliki satu bisnis manager yang membawahi apotek Kimia Farma diseluruh Surabaya dan Madura. Kantor pusat BM Surabaya terletak di Apotek Kimia Farma 25 yang berlokasi di Jalan Raya Darmo No. 25 Surabaya. Hampir seluruh kegiatan mulai dari pengadaan, pergudangan, rapat, dan pelatihan terpusat di BM.

PT Kimia Farma Apotek terus melakukan pertumbuhan dan berkembang utamanya *pasca* pandemi covid-19. Pada tahun 2022 banyak dilakukan *Grand Opening* apotek di Surabaya yaitu Apotek Kimia Farma Express Juanda dan Apotek Kimia Farma Estheva. Di awal tahun 2023 telah dilakukan *Grand Opening* Apotek Kimia Farma Kutisari dan Apotek Kimia Farma Babatan. Sejalan dengan pertumbuhan apotek diharapkan kinerja karyawan dapat terus ditingkatkan utamanya dari sektor pelayanan kefarmasian.

Dalam mengevaluasi pelayanan terhadap konsumen, terdapat unsur penting yang berperan yaitu kepuasan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Kepuasan terjadi ketika konsumen mengevaluasi pembelian yang telah dilakukannya dan menyimpulkan bahwa layanan produk memenuhi atau melampaui harapan (Kotler, P., & Keller. L. K, 2016). Perbandingan antara kinerja pelayanan dengan ekspektasi dinamakan Paradigma Harapan Diskonfirmasi. Berdasarkan paradigma ini, konsumen membentuk harapan-harapan yang akan mereka bandingkan dengan kinerja merk (Bloemer dan Ruyter, 1999). Diskonfirmasi ini dapat bernilai positif atau negatif. Negatif diskonfirmasi terjadi apabila kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, sehingga customer tidak puas.

Ketika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka terjadilah konfirmasi. Konsumer akan sedikit puas. Sedangkan positif diskonfirmasi adalah ketika kinerja melebihi ekspektasi, sehingga customer merasa puas. Kepuasan pelanggan dan persepsi tentang kualitas pelayanan menjadi penting karena berkaitan dengan pengukuran *business performance* dan profit. Apotek juga dikelompokkan kepada bidang usaha sesuai Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) dengan kode 47721 yaitu perdagangan eceran barang dan obat farmasi untuk manusia di apotek. Salah satu tujuan penjualan barang tersebut adalah mendapatkan keuntungan/laba. Meskipun mencari keuntungan/laba bukan tugas keprofesian seorang apoteker, namun menjadi indikator apotek tetap tumbuh.

Menurut penelitian Aprilia dkk tahun 2020 kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Apotek Kimia Farma 274 Pamekasan, pasien merasa sangat puas terhadap lokasi dan tata ruang apotek, ketersediaan perbekalan farmasi, waktu pelayanan, dan sikap tenaga kefarmasian dalam pelayanan.. Berbeda dengan penilaian kepuasan pelanggan di apotek di kota Depok berada pada kategori cukup (CSI 51,82%) namun masih dibawah kategori 'puas' (Yulia *et al*, 2016). Kepuasan pelanggan dan persepsi tentang kualitas pelayanan dinilai penting dan berkaitan dengan pengukuran *business performance* dan profit, kualitas pelayanan yang menghasilkan kepuasan konsumen akan menghasilkan efek positif dalam pembelian berulang, loyalitas, serta *word-of-mouth* yang positif (Samad, 2014). Salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar apotek tetap tumbuh yaitu dengan peningkatan kompetensi karyawan dengan dilakukannya Peningkatan Pengetahuan dan Pelatihan *Selling Skill* pada Apoteker Pendamping dan Tenaga Teknis Kefarmasian di PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Surabaya. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat mengedukasi dan memberikan dampak peningkatan keuntungan/laba sesuai dengan standar pelayanan kefarmasian dan kaidah keilmuan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan secara luring, dihadiri oleh 70 karyawan perwakilan dari masing-masing outlet di Apotek Kimia Farma Unit Bisnis Surabaya. Metode pelaksanaan terdiri dari 3 tahapan, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

2.1 Perencanaan

Pada tahap ini, dilakukan pemilihan lokasi, sasaran dan waktu pelaksanaan. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah karyawan dengan jabatan Apoteker Pendamping dan Tenaga Teknis Kefarmasian. Adapun pelaksanaan kegiatan akan dilakukan pada tanggal 10 Mei 2023, berlokasi di Ruang Rapat BM Surabaya.

2.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan berupa penyampaian materi edukasi tentang peningkatan pengetahuan dan *selling skill* dengan tema *consumers evaluation of services* oleh Dosen. Materi dikemas dan disampaikan dengan tampilan yang

menarik dan mengacu pada pustaka/literatur terkini. Dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab selama 30 menit. Kemudian *role play* terkait kasus yang umum dihadapi di apotek. Selain itu, pada kegiatan ini diberikan hadiah atau *doorprize* untuk peserta yang interaktif selama proses pelaksanaan kegiatan. Susunan kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Susunan Kegiatan

Waktu Pelaksanaan	Rincian Kegiatan
12.00 – 13.00	Registrasi Peserta
13.00 – 13.00	Pembukaan
13.00 – 14.00	Pemaparan materi <i>Consumers evaluation of services</i>
14.00 – 14.30	Diskusi dan Tanya Jawab
14.30 – 15.00	<i>Role Play case study</i>
15.00 – 15.10	Penutupan

2.3 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman atau pengetahuan peserta setelah mengikuti kegiatan. Dilakukan sesi tanya jawab selama 30 menit. Kemudian, dipilih 2 peserta untuk melakukan *role play*. Peserta diberikan sebuah soal oleh panitia yang nantinya akan diperagakan dan dinilai cara bersikap dalam melayani pasien.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul Peningkatan Pengetahuan dan Pelatihan *Selling Skill: "Consumers Evaluation of Service"* Karyawan di PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Surabaya diawali dengan penentuan peserta dan lokasi kegiatan. Dipilih peserta Apoteker Pendamping dan Tenaga Teknis Kefarmasian di BM Surabaya, karena Apotek Kimia Farma merupakan apotek milik BUMN terbesar di Surabaya.

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dihadiri oleh karyawan yang mengisi daftar hadir dan dideskripsikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Peserta

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	59	82,29
Laki - laki	11	15,71
Jabatan		
Apoteker Pendamping	22	31,43
Tenaga Teknis Kefarmasian	48	68,57

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada hari rabu tanggal 10 Mei 2023. Pelaksanaan ini dimulai dengan pengisian absensi oleh peserta yang hadir dalam. Selanjutnya penyampaian materi *consumers evaluation of services* yang dipaparkan oleh Dosen menggunakan media laptop dan proyektor. Materi yang diberikan kepada peserta meliputi definisi kepuasan pelanggan, faktor yang mempengaruhi persepsi pasien yang berkunjung ke apotek, cara penilaian persepsi pasien, istilah terkait tingkatan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian, pengaruh persepsi pasien terhadap *business outcome and profit*, perbandingan antara kepuasan dan kesetiaan pasien pada pasar kompetitif dan non kompetitif. Kegiatan ini lebih menjelaskan tentang sikap atau tindakan yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dilihat dari perspektif pasien. Peserta sangat antusias dengan kegiatan ini, dikarenakan masih banyak yang belum mengetahui seberapa penting pengaruh kepuasan dan persepsi pasien terhadap *business outcome* atau profit yang diharapkan. Selain itu, peserta tidak mengetahui bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi pasien.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penilaian pasien adalah kualitas pelayanan seperti sarana dan prasarana apotek, kebersihan, pelayanan kefarmasian, penjelasan terkait produk obat, dan harga. Adapun *situational factor* dan *individual character* pasien turut mempengaruhi penilaian pelayanan farmasi menurut persepsi pasien. Tindakan yang dapat dilakukan oleh setiap karyawan adalah memiliki sikap *Reliability* atau farmasis harus bekerja dengan teliti atau *zero error*, karena pelayanan kefarmasian melibatkan nyawa manusia. *Responsiveness* atau daya tanggap untuk memenuhi kebutuhan/permintaan pasien terkait terapi atau pengobatan.

Credibility atau mampu meyakinkan dan memotivasi untuk kesembuhan pasien sesuai dengan kaidah keilmuan. Dalam tim, rencana kerja yang dapat dilakukan adalah *employee feedback* atau *sharing session* terkait kinerja masing-masing karyawan pada forum FGD atau *Focus Group Discussion*.

3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Kegiatan setelah pemaparan materi adalah sesi tanya jawab peserta dan berdiskusi. Kegiatan selanjutnya dipilih dua peserta untuk melakukan *role play*. Pertanyaan dan jawaban pada sesi diskusi ditampilkan pada tabel 3.

Tabel 3. Soal dan Penilaian Role Play

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana cara mempertahankan persepsi positif terkait pelayanan kefarmasian di apotek mengingat pesatnya kemajuan teknologi utamanya <i>social media</i> , yang dapat mempengaruhi persepsi pasien	Selalu memiliki sikap <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>credibility</i> . Apabila bekerja dengan ikhlas, sepenuh hati dan sesuai kaidah keilmuan. Maka, akan timbul <i>positive word of mouth</i> yang berdampak nama baik bagi apotek
Bagaimana sikap Tenaga Teknis Kefarmasian, jika menghadapi pasien yang judes atau ketus?	Sebagai tenaga kefarmasian yang menerapkan <i>pharmaceutical care</i> , harus selalu menghormati sikap pasien. Nada pada saat berbicara, tidak boleh lebih tinggi dari perkataan pasien tersebut.

Adapun soal dan penilaian dari pemateri, disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Soal dan Penilaian Role Play

Soal	Penilaian
Peserta A berperan sebagai Tenaga Teknis Kefarmasian dan Peserta B berperan sebagai pasien yang datang berkunjung ke apotek dalam kondisi luka ringan akibat terjatuh dari kendaraan dan membutuhkan penanganan dengan segera. Bagaimana sikap yang ditunjukkan oleh Tenaga Teknis Kefarmasian atau Apoteker saat bertugas?	Hasil yang diperoleh adalah peserta A mampu menerapkan karakter <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>credibility</i> dengan sangat baik. Peserta B merasa puas terhadap pelayanan kefarmasian yang diberikan oleh peserta A

3.3 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Pemaparan materi oleh Dosen



Gambar 2. Cuplikan materi yang ditampilkan



Gambar 3. Dosen dan peserta berfoto bersama

4. KESIMPULAN

Kegiatan edukasi peningkatan pengetahuan dan pelatihan *selling skills* ini diadakan untuk menambah wawasan peserta terkait perspektif pasien yang dapat mempengaruhi *business outcome* dan profit. Selain itu, peserta juga mengetahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi penilaian pasien terhadap pelayanan kefarmasian di apotek. Dari pelaksanaan kegiatan ini, peserta mampu menentukan tindakan yang sesuai demi mendapatkan perspektif dan penilaian pasien yang positif sehingga menimbulkan *positive word of mouth* atau nama baik yang disampaikan dari sebuah perbincangan. Sikap yang harus dimiliki oleh setiap karyawan yaitu *reliability*, *responsiveness* dan *credibility*. Dilihat dari hasil evaluasi kegiatan, tingkat pemahaman peserta dalam menerima materi yang berjudul *consumers evaluation of service* sudah sangat baik. Diskusi dan tanya jawab yang interaktif, serta pertanyaan yang disampaikan relevan dengan materi dan umum terjadi pada kegiatan pelayanan kefarmasian. Peserta juga antusias dalam melakukan *role play* dan mampu menerapkan *selling skill* dengan baik menggunakan kaidah keilmuan berdasarkan materi yang dipaparkan oleh Dosen. Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dinilai dapat memberikan manfaat dan motivasi bagi Apoteker Pendamping dan Tenaga Teknis Kefarmasian dalam melakukan pelayanan kefarmasian sesuai dengan standar pelayanan kefarmasian yang tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 tahun 2016 serta memperhatikan kepuasan pelanggan karena hal tersebut dapat berpengaruh pada *business outcome* dan keuntungan/laba apotek.

REFERENCES

- Aprilia, W. I., Humaidi, F., & Alrosyidi, F. A. (2020). Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Sistem Pelayanan Farmasi di Apotek Kimia Farma 274 Pamekasan. *Jurnal Farmagazine* 1 (7); 66-70
- Bloemer, J., Ruyter, K. (1998). "On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty. *European Journal of Marketing* 32 (5); 499-513. <https://doi.org/10.1108/03090569810216118>
- Cipolle R.J., Strand L.M. and Morley P.C., 2012, *Pharmaceutical Care Practice: The Patient-Centered Approach to Medication Management*, 3rd ed., McGraw-Hill Education, New York
- Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur. (2021). *Profil Kesehatan Provinsi Jawa Timur 2022*. Surabaya. Dinkes Jatim.
- Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur. (2022). *Profil Kesehatan Provinsi Jawa Timur 2021*. Surabaya. Dinkes Jatim.
- Djohar, S. Baga, M. L., & Yulia, R.Z. Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Apotek dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian yang Berlaku (Studi Kasus di Kota Depok). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 2(3); 312-322.
- Kotler, P., & Keller. L. K. (2016). *Marketing Management. Connecting with Customers*, 15th ed., Pearson Education, England
- Permenkes. (2021). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021 Tentang Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Kesehatan*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Permenkes. (2016). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- 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
- Setiawan, D. C., Wibowo, A., & Athiyah U. (2022). Mapping of Pharmaceutical Service Facilities (Pharmacy) Based on Geographic Information in Surabaya. *Pharmacy Education* 22 (2); 60-65.
- Tumanduk, Y. R. A., Tumbuan. A. F., & Poluan G. (2023). Pengaruh Strategi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotik Kimia Farma Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA* 11 (2); 240-254.