

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisa, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Diperoleh 8 pernyataan yang dinilai tidak penting oleh seluruh responden, yaitu :
 1. Terdapat petunjuk ke arah lokasi
 2. Promosi melalui brosur
 3. Promosi melalui kegiatan sponsorship
 4. Poster yang jelas untuk informasi promosi yang ada
 5. Karyawan menggunakan tanda pengenal petugas apotek
 6. Tersedianya sarana kritik atau saran
 7. Tersedianya akses wifi
 8. Terdapat majalah di ruang tunggu

2. Terdapat 7 indikator variabel yang sudah memiliki nilai positif atau sudah memenuhi harapan pelanggan yakni :
 1. Lantai ruang tunggu bersih
 2. Penataan obat di etalase tertata rapi
 3. Obat yang dijual telah dikenal masyarakat dan digunakan oleh dokter
 4. Dekorasi apotek yang menarik (*eye catching*)
 5. Kemudahan mendapatkan tempat parkir di halaman
 6. Diskon harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
 7. Lokasi mudah dijangkau dengan kendaraan umum

Terdapat juga 23 indikator variabel yang memiliki nilai kesenjangan yang masih memiliki nilai negatif, terutama terutama pada dimensi *People* yang memiliki nilai kesenjangan tertinggi, yaitu:

1. Karyawan berseragam rapi
2. Karyawan dapat menjelaskan manfaat dan cara penggunaan obat dengan baik
3. Karyawan dapat memberikan solusi jika obat yang diminta konsumen tidak ada

4. Karyawan ramah
5. Jumlah karyawan cukup memadai

Dua puluh tiga indikator yang masih bernilai negatif berarti bahwa indikator-indikator tersebut masih memerlukan perbaikan agar mampu memenuhi harapan dari pelanggan.

4. Melalui karakteristik teknik perusahaan adalah cara untuk masing-masing karakteristik kebutuhan konsumen dan upaya perusahaan untuk menanggulangnya. Berikut adalah 28 karakteristik teknik perusahaan yang memiliki hubungan kuat, 5 diantaranya :

1. “Obat yang dijual bervariasi” dengan “Pemilihan *supplier* yang mampu memberikan jenis obat terbaru yang beredar dipasaran”
2. “Obat yang dijual telah dikenal masyarakat dan digunakan oleh dokter” dengan “Pemilihan *supplier* yang mampu menjamin mutu dan keamanan obat”
3. “Obat yang dijual asli” dengan “Pemilihan *supplier* yang mampu menjamin mutu dan keamanan obat”
4. “Adanya tanggal kadaluarsa obat yang dijual” dengan “Pemilihan *supplier* yang mampu menjamin mutu dan keamanan obat”
5. “Adanya petunjuk penggunaan yang obat jelas” dengan “Adanya *SOP* dalam memberikan pelayanan”

5. Diantara karakteristik-karakteristik teknik perusahaan, terdapat karakteristik-karakteristik yang memiliki korelasi positif (+) yang menunjukkan bahwa perubahan pada salah satu karakteristik tersebut menimbulkan dampak positif pada karakteristik teknik yang terkait dan perubahan karakteristik teknik tersebut bersifat sejajar. Karakteristik-karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

1. “Adanya *SOP* dalam memberikan pelayanan” dengan Ada kurir yang mengantar layanan *delivery*”, “Pemesanan melalui sms dan telepon”, “Ada karyawan yang membereskan penataan obat di etalase”, “Ada karyawan yang membersihkan lantai ruang tunggu”, “Ada karyawan yang membersihkan lantai ruang pembuatan obat”, “Ada karyawan yang membersihkan toilet”, “Jumlah karyawan memadai”, dan “Tersedia mesin untuk pembayaran debit atau kredit”

2. “Jumlah karyawan yang memadai” dengan “Pemesanan melalui sms dan telepon”

6. Untuk mengetahui prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan, perusahaan dapat melihat dari penetapan nilai kepentingan relatif yang memiliki nilai tertinggi. Karakteristik teknik yang memiliki nilai kepentingan relatif tertinggi yaitu :
 1. Pemilihan *supplier* yang mampu menjamin mutu dan keamanan obat
 2. Adanya *SOP* dalam memberikan pelayanan
 3. Pemilihan *supplier* yang mampu menjamin ketersediaan obat dan pengiriman tepat waktu
 4. Penentuan harga yang tepat
 5. Adanya pembagian shift kerja
 6. Jumlah karyawan memadai
 7. Tersedia mesin untuk pembayaran debit atau kredit
 8. Ada karyawan yang membersihkan lantai ruang pembuatan obat

Sedangkan untuk karakteristik kebutuhan konsumen, prioritas perbaikan yang harus dilakukan adalah dimensi yang memiliki nilai kesenjangan negatif terbesar yaitu dimensi *People* sebesar (-2,44). Prioritas selanjutnya berturut-turut pada dimensi *Process, Product, Physical Evidence, Price, Place dan Promotion*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Apotek Rama, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Apotek Rama, yaitu :

1. Perusahaan harus melakukan perbaikan, terutama :
 1. Pemilihan *supplier* yang mampu menjamin mutu, keamanan obat, ketersediaan obat dan pengiriman tepat
 2. Adanya *SOP* dalam memberikan pelayanan
 3. Jumlah karyawan memadai dengan adanya pembagian shift kerja. Karyawan berseragam rapi, dapat menjelaskan manfaat dan cara penggunaan obat dengan baik serta dapat memberikan solusi jika obat yang diminta konsumen tidak ada. Di dalam melakukan pelayanannya, karyawan harus bersikap ramah. Disamping itu, karyawan juga harus dapat menyediakan obat dengan sesuai permintaan konsumen dan disajikan dalam waktu yang sesuai seperti yang dijanjikan.
 4. Apotek diharapkan dapat memberikan kemudahan pemesanan obat melalui telpon serta adanya layanan pesan antar.
 5. Sehubungan dengan pembayaran, Apotek diharapkan dapat menerima pembayaran lewat kartu debit dan kredit disamping pembayaran tunai.
 6. Apotek diharapkan dapat menyediakan obat yang bervariasi dengan petunjuk penggunaan obat yang jelas dengan harga sesuai harga pasar
 7. Diharapkan agar apotek dapat menjaga kebersihan lantai ruang penggunaan obat, kebersihan toilet serta menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan memadai bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., V. Kumar, R. Leone, dan G.S. Day. 2011. 10th edition. *Marketing Research*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Besterfield, D. H. 2009. *Quality Control*. Edisi 8. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Boone, L. E. dan D. L. Kurtz. 2011. *Contemporary Business*. Edisi 11. New Jersey: John Wiley.
- Fitzsimmons, J. A. dan M. J. Fitzsimmons. 2014. *Service Management*. Edisi 7. McGraw-Hill Education.
- Goetsch, D. L. dan S. Davis. 2014. *Quality Management for Organizational Excellence : Introduction to Total Quality*. Edisi 7. Harlow : Pearson Education Limited.
- Heizer, J. dan B. Render. 2014. *Operations Management*. Edisi 11. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kinicki, A. dan B. K. Williams. 2006. *Management: A Practical Introduction*. Edisi 2. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. Edisi 16. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Marketing management*. Edisi 14. Essex: Pearson Education Limited.
- Krajewski, L. J. dan L. P. Ritzman. 2005. *Operations Management: Strategy and Analysis*. Edisi 7. Prentice Hall.
- Sekaran, U. dan R. Bougie. 2013. *Research Methods for Business*. Edisi 6. John Wiley & Sons, Limited.
- Slack, N. dan M. Lewis. 2008. *Operations Strategy*. Edisi 2. England: Pearson Education Limited.
- Stevenson, W. J. dan C. C. Sum. 2010. *Operations Management an Asian Perspective*. Edisi 9. McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner dan D. D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Edisi 6. New York: McGraw-Hill.

Referensi dari Internet :

- <http://www.smallcrab.com/kesehatan/528-obat-dan-perannya-dalam-pelayanan-kesehatan>.
“Obat dan Perannya dalam Pelayanan Kesehatan”.
- <http://www.depkes.go.id/development/site/depkes/pdf.php?id=1-15113000010>. (2015, 5 Mei).
“Pentingnya Informasi Obat Bagi Masyarakat”.
- <http://www.apotekers.com/2016/11/mengenal-lebih-jauh-tentang-apotek.html>. (2016, 18 November). “Mengenal Lebih Jauh Tentang Apotek Dan Fungsi Apotek”.
- <https://www.linkedin.com/pulse/implementasi-q-m-pada-perusahaan-jepang-dan-di-tri-noviantoro>. (2015, 7 Januari). “Implementasi TQM pada Perusahaan Jepang dan di Indonesia”.