



Artinya : *“Tiap-tiap yang berjiwa akan merasakan mati. Kami akan menguji kamu dengan keburukan dan kebaikan sebagai cobaan (yang sebenar-benarnya). dan hanya kepada kamilah kamu dikembalikan.” (Q.S Al-Anbiya : 35)*³

Dengan begitu sarana kesehatan yang akan mendukung terciptanya masyarakat yang sehat juga kini menjadi penting untuk diperhatikan baik oleh instansi kesehatan, pemerintah, maupun masyarakat luas pada umumnya. Sarana kesehatan pokok di Indonesia mencakup rumah sakit, klinik, puskesmas, serta apotek maupun toko obat. Kesehatan dapat dicapai dengan adanya kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat pada setiap masyarakat. Upaya kesehatan adalah setiap kegiatan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan. Tempat untuk menyelenggarakan kesehatan disebut sarana kesehatan. Salah satu sarana kesehatan adalah apotek.

Pandangan umum bahwa pelayanan kesehatan tidak hanya membatasi diri pada jasad manusia yang sakit, akan tetapi juga memberikan perhatian sepenuhnya pada peningkatan pelayanan kesehatan untuk melangkah lebih luhur lagi, yakni menjaga, memelihara, dan mempertahankan derajat kesehatan masyarakat. Pelayanan kesehatan bukan hanya pelayanan fungsi-fungsi tubuh manusia saja, akan tetapi juga fungsi psikis, social, dan bentuk keterkaitan manusia seutuhnya yang menjadi tujuannya.⁴

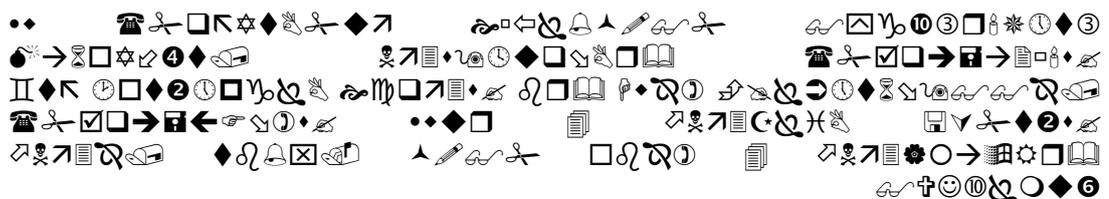
Adapun hukum tentang adanya apotik sudah di atur dalam Undang - Undang no 7 tahun 1963 pasal 2 dan 3, kemudian dengan peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1980, merubah secara mendasar baik bentuk maupun tugas dan fungsi Apotik perusahaan ini karena

³ Tim Penerjemah, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 2002), h. 452

⁴ Drs. F. Tengker SH, CN, *Pelayanan kesehatan dan pendemokrasian*, (Bandung: NOVA, 1991), h. 1

Peraturan Pemerintah No. 26 Tahun 1965, dipandang oleh pemerintah cenderung untuk disalahgunakan oleh para pengusaha Apotik sebagai usaha perdagangan.⁵ Sehingga banyak penyimpangan tugas dan fungsi utamanya sebagai penjual obat kepada masyarakat, dengan keadaan seperti sekarang ini hubungan Apotik dengan masyarakat pembeli cenderung bersifat relasi antara penjual dan pembeli, bukan pelayanan profesional yang diberikan oleh seorang pelayanan kesehatan terhadap kesehatan konsumen jika terjadi adanya motivasi dagang. Dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang, kemajuan dan kemunduran ekonomi suatu bangsa juga sangat ditentukan oleh keberadaan peranan dari suatu kreatifitas berwirausaha, baik itu dalam hal jasa maupaun produk. Tapi tidaklah menjadikan keuntungan utama adalah prioritas dari wirausaha itu dengan menghalalkan berbagai kecurangan atau ketidakpedulian terhadap konsumen. Dalam Ekonomi Islam sentuhan agama dalam bisnis merupakan kekhasan yang bersifat menyeluruh tampak jelas pada segala sesuatu yang berlandaskan ajaran Islam.

Firman Allah SWT dalam Q.S an-Nisa ayat29 yang berbunyi:⁶



Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*

Pelaku bisnis harus mengetahui dengan baik apa itu fungsi manajemen, penjualan serat etika dalam berbisnis. Untuk berhasil tentu harus bisa menguasai dan mengetahui tehnik

⁵ Prof. Dr. Soerjono Soekanto, M.A, *Aspek hukum apotik & apoteker*, (Bandung: Mandar Maju,1990),h.88

⁶ DepartemenAgama RI, 2004:46

menjual yang strategis mulai pengetahuan dari produk yang dipasarkan, cirri khas produk maupun jasa, serta daya saing. Usaha kecil dapat berhasil jika dilandaskan oleh berbagai macam factor pendorong yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha yang dapat memicu keberhasilan usaha tersebut. Factor pendorong tersebut adalah factor pemasaran, factor produksi, factor organisasi, factor keuangan serta manajemen.⁷ Banyak penelitian menyebutkan bahwa usaha mendapatkan konsumen baru jauh lebih sulit dari pada mempertahankannya.⁸

Agama dan bisnis mempengaruhi satu sama lain, hal itu tidak berarti bahwa agama disalahgunakan demi kepentingan bisnis. Apapun agama dan keyakinan yang dianut seorang *Interpreneur*, bila terkait etika dan moralitas bisnis, maka eksekusi saat bertransaksi dibarengi rasa saling percaya. Kepercayaan ini bukanlah kepercayaan buta, melainkan kepercayaan yang dipayungi nilai- nilai positif yang berlandaskan agama.⁹

Jika anda menawarkan sebuah produk yang istimewa, pandangan anda tentang produk tersebut tidak cukup akan membuat pelanggan anda puas. Usahakanlah bukan hanya anda yang merasakan manfaat dari produk tersebut. Jadikanlah minat dan kecenderungan pelanggan sebagai fokus perhatian anda, karena keberhasilan usaha bergantung juga kepada konsumen.¹⁰ Dalam memilih toko konsumen memiliki kriteria evaluasi diantaranya adalah faktor kenyamanan, pelayanan, kelengkapan produk, dan lain sebagainya hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen untuk memilih toko mana yang akan didatangi konsumen.

⁷ Anoraga, Koperasi, *Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta,1992),h.38

⁸ Taufiq Amir, *dinamika pemasaran, jelajahi dan rasakan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo persada,2005),h.16

⁹ J. Syahban, *Energi Ketuhanan Untuk Berbisnis*, (Jogjakarta: DIVA Press, 2009),h.66

¹⁰ Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi manajemen Sukses*,(Jakarta : Gema Insani, 2004),h.286

Survey global yang dilakukan *The Conference Board* di tahun 2002 menyimpulkan bahwa loyalitas dan retensi pelanggan merupakan tantangan manajemen terpenting yang dihadapi para eksekutif puncak di seluruh dunia. Dalam manajemen berlaku prinsip “ *you can't manage what you can't measure*”. Karena itu, tidaklah mengherankan bila riset dibidang pemasaran gencar dilakukan dalam rangka memahami, mengukur, dan mengelola loyalitas pelanggan.¹¹

Sebenarnya apotek adalah usaha yang sangat menguntungkan namun bukan tidak seharusnya hanya berfokus terhadap keuntungan semata, tetapi mempunyai kesosialan yang tinggi dengan membantu meningkatkan kesehatan pelanggan atau konsumen serta masyarakat. Saat ini masih sangat dibutuhkan adanya apotek, adakalanya apotek yang tutup bukan karena apoteknya tidak ada pembeli, tetapi karena apoteknya yang tidak mengatur jadwal pelayanannya, padahal apotik bukan sekedar sebuah toko yang menjual peralatan tulis, mesin cetak, atau toko sembako yang bisa saja ditunda besok atau lusa untuk dibeli. Sebagai suatu usaha yang memiliki peran sosial dalam masyarakat sudah selayaknya apotik menjadikan konsumen sebagai prioritas utama. Apotik yang tidak mampu melayani konsumen secara profesional yang akan menyebabkan sebagian konsumen menjadi kecewa terhadap apotik.

Biasanya kasus yang sring terjadi antara lain : lamanya pelayanan dalam melayani obat resep, informasi tentang obat yang tidak cukup memuaskan, prosedur pelayanan resep yang tidak efisien, kebersihan apotik dan kurang kenyamanan bagi konsumen yang sedang menunggu resep, tidak lengkapnya jenis obat resep disuatu apotik, serta pengaturan jam pelayanan yang belum pasti, padahal apotik juga merupakan sarana kesehatan yang berperan penting untuk meningkatkan mutu kesehatan masyarakat, disamping apotik bukan saja cuma usaha yang mementingkan keuntungan semata tapi juga harus berorientasi kepada kesehatan

¹¹ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana, *Pemasaran strategik*,(Yogyakarta: ANDI, 2008),h.76

masyarakat. Maka pastilah dibutuhkan manajemen pelayanan yang berkualitas dan dapat menumbuhkan rasa nyaman bagi para konsumen maupun pelanggan.

Berdasarkan pengamatan penulis apotik azmi bisa dibilang tempat favorit bagi konsumen apotik untuk membeli atau sekedar berkonsultasi disana, padahal untuk sebuah apotik yang sederhana tanpa bermaksud mengecilkan apotik ini sendiri bisa dikatakan berhasil menarik konsumen, sedangkan tempat pelayanannya setahu pengamatan yang penulis lakukan kurang memadai dengan tingginya jumlah konsumen atau pelanggan yang datang. Ruang tunggu yang terbatas menyebabkan terjadinya antrian yang padat dan berjejalan. Untuk tempat parkir mungkin kurang dari standar kenyamanan karena lahan yang sangat terbatas, tapi tetap saja tidak mengurangi ketertarikan pengunjung untuk datang, bahkan sebelum apotek memulai buka pelayanan sudah ada konsumen yang datang lebih dulu menunggu, ini yang menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti lebih lanjut lagi dalam bentuk skripsi, ini yang menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti lebih lanjut lagi dalam bentuk skripsi.

Dari rumusan masalah dan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dajin mencoba menuangkannya kedalam sebuah penelitian skripsi yang berjudul :“**Manajemen Pelayanan Pada Apotek Azzmi Terhadap Konsumen**“.

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana kebijakan manajemen pelayanan apotik Azzmi pada Konsumen?
- b. Apa saja yang menjadi kendala dalam menerapkan kebijakan pelayanan pada konsumen di apotik Azzmi ?
- c. Apakah manajemen serta pelayanan di apotek Azzmi sesuai dalam ekonomi Islam ?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan manajemen pelayanan pada pengelolaan apotik Azmi ?

- b. Untuk mengetahui apa saja faktor kendala dalam menerapkan pelayanan terhadap pelanggan di apotik azmi ?
- c. Untuk mengetahui apakah manajemen serta pelayanan pada apotek Azzmi sesuai dalam ekonomi Islam.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Sebagai masukan untuk khazanah bahan bacaan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang manajemen keuangan.
2. Sebagai upaya dan sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan juga menambah wawasan terutama dalam bidang penelitian ilmiah dan sebagai bahan masukan atau sumbangan pemikiran kepada apotek Azmi agar lebih dapat memaksimalkan kinerja pelayanannya.
3. Sebagai bahan informasi untuk mengetahui bagaimana pelayanan pada apotik Azmi.
4. Sebagai sumber masukan pada penelitian dengan topik yang berkaitan pada masa yang akan datang.
5. Untuk menambah khazanah perpustakaan syariah dan perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dan pengertian terhadap istilah istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini, maka penulis memberikan batasan istilah sebagai berikut :

1. Manajemen adalah penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.¹²
2. Pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹³

¹² *Ibid*,20-9-2011

3. Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi bahan pakaian, makanan, kepentinganpun harus diperhatikan.
4. Apotik adalah suatu tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian penyaluran perbekalan farmasin kepada masyarakat.¹⁴

F. Kajian Pustaka

Dari hasil penelusuran yang penulis lakukan, hasil penelitian yang mengangkat penelitian ini belum ada, berdasarkan sepengetahuan penulis. Adapun kemiripan yang setahu penulis adalah penelitian yang di angkat oleh Rizki Handayani NIM 0601157380 tentang “ Pemasaran Usaha dodol Asli Kandangan sebagai salah satu usaha mikro di Kabupaten hulu sungai selatan “. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kurangnya informasi dan promosi yang dilakukan pengusaha serta masih sederhananya tenaga kerja yang kurang disiplin sehingga mempengaruhi kualitas produk.

Skripsi oleh Maya Dewi Agustini NIM : 0601157374 dengan judul “ eksistensi produk jamu tradisional PT. sarigading di kota barabai(tinjauan produksi dalam perspektif Islam). Hasil penelitian ini adalah dalam kegiatan produksi perusahaan yang menghadapi kendala yaitu, bahan baku yang terbatas dan tenaga yang tidak professional.

Skripsi oleh Elis Faridah NIM: 0601157365 dengan judul : “ kepuasan konsumen terhadap warung soto ayam suroboyo cak hari “. Hasil penelitian yaitu adanya kepuasan konsumen dengan factor factor yang mempengaruhinya seperti lokasi parker yang baik, suasana dan tempat yang menyenangkan serta tampilan tata ruang yang baik, sebab kepuasan yang didapatkan tdak hanya dari segi konsumsi tetapi juga dengan adanya jasa pelayanan yang baik dan ramah.

¹³ *Ibid*,20-9-2011

¹⁴ www.farmasi-istn.blogspot.com.20-9-2011

Tabel Data Peneliti

Nama	Judul	Fokus yang diteliti
Rizki Handayani	Pemasaran Usaha dodol Asli Kandangan sebagai salah satu usaha mikro di Kabupaten hulu sungai selatan	Informasi dan promosi yang dilakukan pengusaha serta masih sederhananya tenaga kerja yang kurang disiplin sehingga mempengaruhi kualitas produk
Maya Dewi Agustini	Eksistensi produk jamu tradisional PT. sarigading di kota barabai(tinjauan produksi dalam perspektif Islam)	Produksi perusahaan yang menghadapi kendala yaitu, bahan baku yang terbatas dan tenaga yang tidak professional.
Elis Faridah	Kepuasan konsumen terhadap warung soto ayam suroboyo cak hari.	kepuasan konsumen dengan factor factor yang mempengaruhinya seperti lokasi parker yang baik, suasana dan tempat yang menyenangkan serta tampilan tata ruang yang baik, sebab kepuasan yang didapatkan tdak hanya dari segi konsumsi tetapi juga dengan adanya jasa pelayanan yang baik dan ramah.
Pornamayadi	Manajemen Pelayanan	Manajemen pelayanan yang

	Pada Apotek Azzmi Terhadap Konsumen	berkualitas terhadap konsumen
--	--	-------------------------------

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis dengan V bab dengan sistematika sebagai berikut yaitu:

Bab I pendahuluan. Bab ini memuat latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarakan dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah. Setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Batasan istilah dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan

Bab II Landasan Teoritis, mengenai Apotik, pengertian manajemen, dan pelayanan sebagai tolak ukur dan bahan penunjang dalam penelitian.

Bab III merupakan metodologi penelitian supaya lebih terarahnya penelitian secara sistematis, meliputi jenis, sifat, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data dan tahapan penelitian.

Bab IV Penyajian data dan analisis data penelitian, pada bab ini terdiri dari gambaran/sejarah, struktur organisasi, visi-misi apotik.

Bab V Penutup berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan simpulan jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan.

BAB II

Landasan Teori

1. Manajemen Pelayanan

a. Pengertian manajemen dan proses manajemen

Pengertian manajemen begitu luas, sehingga dalam kenyataannya tidak ada definisi yang digunakan secara konsisten oleh semua orang. Adapun pengertian manajemen, banyak pendapat yang diberikan oleh beberapa tokoh, antara lain:

1- Mary Paker Follet,

Manajemen sebagai seni untuk melaksanakan pekerjaan melalui orang-orang (*the art of getting things done through*). Definisi ini perlu mendapat perhatian karena berdasarkan kenyataan, manajemen mencapai tujuan organisasi dengan cara mengatur orang lain.¹⁵

2- Stoner

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan menggunakan sumberdaya-sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.¹⁶

3- Pater Drukter

Manajemen menginginkan tujuan tercapai dengan efektif dan efisien. Dua kata yang semakin penting sekarang ini. Dengan kata lain prestasi manajemen diukur dari efektifitas dan efisiensi pencapaian tujuan organisasi, tidak sekedar mencapai tujuan

¹⁵Drs. Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: PT. Remeja Rosda Karya, 1999), hal. 3.

¹⁶ T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1995), hal. 8.

organisasi. Menurut Drucker, efisiensi berarti mengerjakan sesuatu dengan benar (*doing things right*), sedangkan efektif adalah mengerjakan sesuatu yang benar (*Doing the right things*).¹⁷

Dari berbagai definisi diatas maka pengertian manajemen dapat disederhanakan menjadi segenap proses penggerakan orang dan fasilitas dalam setiap kerja sama sekelompok orang untuk mencapai tujuan yang ditentukan terlebih dahulu secara efektif dan efisien.

b. Unsur- unsur manajemen

Dari definisi yang dikemukakan para ahli manajemen dapat diketahui unsur-unsur yang harus ada dalam aktivitas manajemen antara lain:

- a. Ada organisasi
- b. Ada orang-orang yang menjadi anggota tujuan
- c. Ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai yang sudah ditetapkan
- d. Ada kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi.¹⁸

Setelah mendefinisikan manajemen, pada dasarnya manajemen mempunyai empat kerangka yaitu:

1- Perencanaan (*planning*)

Perencanaan berarti kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. Pengambilan keputusan merupakan bagian dari perencanaan yang berarti menentukan atau memilih alternatif pencapaian tujuan dari beberapa alternatif yang ada. Perencanaan diperlukan untuk mengarahkan kegiatan organisasi.¹⁹

2- Pengorganisasian (*organizing and staffing*)

¹⁷ Mahmud M. Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1997), h. 6-7.

¹⁸ Prof. M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen sumber daya manusia, perspektif makro dan mikro*, (Banjarmasin, Antasari Press, 2007), h.1-2

¹⁹ *Op. Cit*, Mahmud M. Hanafi, hal. 10.

Pengorganisasian dapat diartikan sebagai kegiatan mengkoordinir sumberdaya, tugas, dan otoritas diantara anggota organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efisien dan efektif.²⁰

3- pengarahan (*leading*)

Sesudah rencana dibuat, organisasi dibentuk dan disusun personalia, langkah berikutnya adalah menugaskan karyawan untuk bergerak menuju tujuan yang ditentukan. Fungsi pengarahan (*leading*), secara sederhana, untuk membuat atau mendapatkan para karyawan melakukan apa yang diinginkan, dan harus mereka lakukan.²¹

4- Pengendalian (*controlling*)

Pengendalian bertujuan untuk melihat apakah kegiatan organisasi sesuai dengan rencana. Manajer harus selalu memonitor kemajuan organisasi.²²

c. Jasa Pelayanan

1- Pengertian

Jasa di masa sekarang adalah sesuatu yang hampir sudah meliputi sebagian aspek perilaku ekonomi kita. Bahkan dalam masyarakat sekarang ini, pembelian sesuatu tidak hanya sekedar membeli suatu produk, tetapi konsumen membeli segala sesuatu yang melekat pada produk tersebut, mulai dari prapembelian sampai purnabeli. Jasa hampir melekat pada setiap produk yang akan dikonsumsi, sehingga hampir sulit untuk mendiskripsikan jasa. Perbedaan antara jasa dengan barang sebetulnya sukar dilakukan, karena sering pembelian barang tertentu kerap dibarengi dengan suatu jasa atau pembelian suatu jasa sering meliputi barang-

²⁰ *ibid*, hal. 12

²¹ T. Hani Handoko, *Manajemen*, hal. 25.

²² Mahmud M. Hanafi, *Manajemen*, hal. 13.

barang yang melengkapinya. Pelayanan merupakan bagian dari jasa atau sering disebut juga dengan jasa pelayanan.

Menurut Olsen dan Wyckoff (1978) mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdayaguna baik secara *eksplisit* maupun *implisit* atas kemudahan untuk memperoleh barang maupun jasa pelayanan tersebut.²³ Sedangkan menurut Kotler (1999) jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang bersifat tidak berwujud (*intangible*) yang secara prinsip tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.²⁴ Produknya bisa terikat maupun tidak terikat pada produk fisik.

2- Karakteristik jasa pelayanan

Meskipun terjadi perbedaan antara beberapa pengertian jasa seperti yang telah diungkapkan, ada beberapa karakteristik jasa yang memberikan jawaban yang lebih sesuai. Adapun karakteristik tersebut adalah:

a- Tidak dapat diraba (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangible* yang berarti bahwa jasa tidak dapat dirasa, diraba, atau dilihat sebelum dibeli. Konsep *intangible* ini memiliki dua pengertian. Pertama bahwa sesuatu itu tidak dapat disentuh, dan tidak dapat dirasa. Kedua bahwa sesuatu tersebut tidak mudah untuk didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah. *Intangibility* ini yang membedakan antara barang dengan jasa. Karena barang adalah sesuatu yang merupakan sebuah obyek, alat, atau benda dan jasa adalah suatu perbuatan, aktivitas atau kinerja (*performance*).

b- Tidak dapat disimpan/(*Perishability*)

²³ Zulian yamit, *Menejemen Kualitas Produk dan jasa*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), hlm 22

²⁴ Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hlm.6. Lihat juga Fandy dalam, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, hlm.23-24.

Jasa adalah sesuatu yang berbentuk aktifitas, atau kegiatan. Dari sifat jasa yang tidak bisa diraba, jasa juga tidak dapat di simpan layaknya barang. Hal ini juga merupakan salah satu ciri khusus dari jasa.

c- Produksi dan konsumsi secara bersama (*Inseparability*)

Jasa dilakukan secara bersama dengan produksinya. Berbeda dengan barang yang dinikmati setelah menjadi hasil dari proses produksi. Karena sebab inilah maka interaksi antara produsen dan konsumen dilakukan secara terus menerus dalam proses produksi agar keinginan konsumen terpenuhi.²⁵

d- Memasukinya lebih mudah

Mendirikan usaha dibidang jasa cenderung lebih mudah daripada barang. Investasi yang dibutuhkan lebih sedikit, lokasi lebih fleksibel dan tidak memerlukan teknologi yang tinggi. Hambatan memasuki usaha ini juga lebih sedikit.

e- Sangat dipengaruhi oleh faktor luar/ *Variability*

Jasa sangat bervariasi karena merupakan *nonstandardized output*, yang artinya bahwa jasa sangat bervariasi baik bentuknya, kualitasnya maupun jasanya. Hal ini sangat tergantung faktor-faktor dari luar, yakni peratauran yang berlaku, teknologi, pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu kerjasama atau partisipasi pelanggan dalam penyampaian jasa, motivasi faktor dalam melayani pelanggan, dan beban kerja perusahaan.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 25.

3- Dimensi pelayanan

Pemahaman akan dimensi terhadap kualitas pelayanan yang ada tidaklah satu kali jadi. Pada tahun 1985 beberapa tokoh kualitas yakni Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan sepuluh dimensi kualitas, akan tetapi pada tahun 1988 Zeithaml dan kawan-kawanya berhasil merumuskan sepuluh dimensi tersebut dilebur menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi tersebut adalah :²⁶

1- Bukti langsung (*tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik yang tersedia, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Bukti ini langsung bisa dinikmati oleh pelanggan.

2- Keandalan (*reliability*)

Kemampuan dalam melayani konsumen secara cepat, akurat dan memuaskan pelanggan.

3- Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya inisiatif faktor dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang maksimal. Kepekaan faktor akan sangat mempengaruhi proses ini.

4- Jaminan (*assurance*)

Kemampuan perusahaan dalam pengelolaan, dari proses produksi sampai akhir memberikan rasa keamanan, sehingga tidak terdapat bahaya atau resiko yang mungkin terjadi.

5- Empati

²⁶ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* hlm. 10.

Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi dan perhatian pribadi antara konsumen dengan produsen yang berguna untuk mengenali keinginan pelanggan.

Kualitas mengandung banyak arti dan makna. Beberapa pengertian kualitas yang disampaikan oleh Tjiptono adalah sebagai berikut:²⁷

- a- Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan.
- b- Kecocokan untuk pemakaian.
- c- Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan.
- d- Bebas dari kerusakan dan cacat.
- e- Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.
- f- Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal.
- g- Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

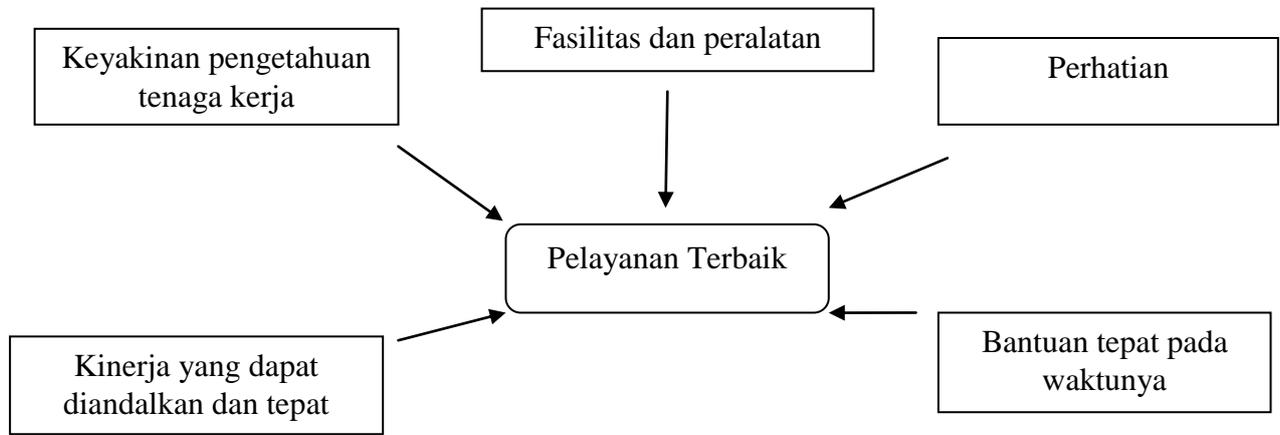
Pengertian konkret mengenai pelayanan yang baik sulit untuk didefinisikan, tetapi seseorang dapat mengetahui secara langsung dalam praktek. Pada banyak organisasi, kualitas pelayanan dipengaruhi secara signifikan oleh tenaga kerja-tenaga kerja secara perorangan yang berinteraksi dengan nasabah. Meningkatkan kualitas tenaga kerja organisasi dapat menggunakan pendekatan yang fokus pada peningkatan produktifitas, kualitas jasa, proses pelaksanaan tugas serta hubungan antara organisasi dan individu tenaga kerja. Ukuran pelayanan dilukiskan pada gambar sebagai berikut:

28

²⁷Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* (Bandung: Ilham Jaya, 2000), hlm. 202.

²⁸Robert L. Malthis dan John H. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, alih bahasa Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira Hie, buku I (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 86.

Dimensi pelayanan



Pelayanan merupakan suatu pendekatan organisasi secara total yang menjadi dasar kualitas jasa yang diterima pelanggan atau nasabah dan berperan sebagai kekuatan penggerak utama dalam pengoperasian bisnis. Definisi pelayanan secara lengkap diberikan oleh Gronroos dalam bukunya yang berjudul *Service management and Marketing* sebagaimana dikutip oleh Ratminto dan Atik S. Winarsih, menyatakan bahwa:

Pelayanan adalah suatu aktifitas atas serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.²⁹

Untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengguna jasa, penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi asas-asas pelayanan sesuai dengan keputusan Menteri pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2004, yaitu:

1- Transparansi

Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

2- Akuntabilitas

Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

a- Kondisional

Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.

²⁹ Ratminto dan Atik S. Winarsih, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, cet. Ke-1 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 2.

b- Partisipatif

Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

c- Kesamaan hak

Tidak deskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan dan status ekonomi.

d- Keseimbangan hak dan kewajiban

pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Di dalam keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2003 disebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut:

1- Kesederhanaan

Kesederhanaan pelayanan berarti bahwa tata cara atau prosedur pelayanan umum dapat diterapkan secara lancar, cepat, tidak berbelitbelit sehingga mudah dipahami dan dilaksanakan.

2- Kejelasan dan kepastian

Kejelasan dan kepastian dalam arti adanya kejelasan dan kepastian mengenai:

a- Prosedur atau tata kerja pelayanan umum.

b- Persyaratan pelayanan umum, baik teknis maupun administratif.

c- Unit kerja dan pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum.

d- Rincian, biaya atau tarif pelayanan umum dan tata cara pembayarannya.

e- Jadwal waktu penyelesaian pelayanan umum.

- f- Hak dan kewajiban baik bagi pemberi maupun penerima pelayanan umum berdasarkan bukti-bukti penerimaan permohonan atau kelengkapan sebagai alat untuk memastikan pemrosesan pelayanan umum.
 - g- Pejabat yang menerima keluhan masyarakat.
- 3- Keamanan
Keamanan dalam arti proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum.
 - 4- Akurasi
Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah.
 - 5- Tanggung jawab
Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
 - 6- Kelengkapan sarana dan prasarana
Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
 - 7- Kemudahan Akses
Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
 - 8- Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan
Pemberi pelayanan harus bersifat disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
 - 9- Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan umum akan dapat terlaksana dengan baik dan memuaskan apabila dapat didukung oleh beberapa faktor, antara lain kesadaran pimpinan dan pelaksanaan tugas pegawai yang mantap, adanya aturan yang memadai, organisasi dengan mekanisme sistem yang dinamis, pendapat pegawai yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup minimum, kemampuan, ketrampilan yang sesuai dengan tugas atau pekerjaan yang dipertanggungjawabkan dan tersedianya sarana pelayanan sesuai dengan jenis dan bentuk tugas atau pekerjaan pelayanan.

Beberapa kriteria yang menjadi ciri pelayanan atau jasa sekaligus membedakan dari barang yaitu:³⁰

- 1- Pelayanan merupakan *output* tak berbentuk (*intangible output*).
- 2- Pelayanan merupakan *output* variabel, tidak standar.
- 3- Pelayanan tidak dapat disimpan dalam inventori, tetapi dapat diasumsikan dalam produksi.
- 4- Terdapat hubungan langsung yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
- 5- Pelanggan berpartisipasi dalam proses memberikan pelayanan.
- 6- Ketrampilan personal “diserahkan” atau diberikan secara langsung kepada pelanggan.
- 7- Pelayanan tidak dapat diproduksi.
- 8- Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan.
- 9- Perusahaan pada umumnya bersifat padat karya.
- 10- Fasilitas pelayanan berada dekat lokasi pelanggan.

³⁰Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas, Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 241.

- 11- Pengukuran efektivitas pelayanan bersifat subjektif.
- 12- Pengendalian kualitas terutama dibatasi pada pengendalian proses.
- 13- *Option* penetapan harga lebih rumit.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada dasarnya dapat mengacu pada pengertian pokok yaitu:³¹

- 1- Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk ini.
- 2- Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Selanjutnya, berkaitan dengan pelayanan konsumen, perlu dibuat tolok ukur kualitas agar karyawan bisa mengukur dirinya sendiri dalam menjalankan tugas. Hal ini didukung oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman yang menyatakan perlunya diperhatikan lima prinsip untuk menyiapkan kualitas pelayanan, sebagaimana dalam buku Zulfian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* yaitu:

- a. *Tangible* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

³¹ *Ibid*, hlm. 5.

- e. *Emphaty*, yaitu meliputi kemudahan dalam hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan

Menurut *Endang Wirjatmi Trilestari* ada beberapa elemen kepuasan pelanggan, diantaranya:

- 1- Elemen produk, termasuk ketersediaan, mutu
- 2- produk, kemasan, nilai tukar dll.
- 3- Elemen penjualan, pemasaran, komunikasi verbal, lingkungan pembelian, staf, dokumentasi dll.
- 4- Elemen purna jual, penanganan keluhan dan memperhatikan
- 5- Elemen lokasi, lokasi, akses, kenyamanan, dll
- 6- Elemen waktu, jam kerja, kecocokan dan ketersediaan produk, kecepatan transaksi
- 7- Elemen budaya, etiket (legal, bermoral dan jujur, tidak membedakan), tingkah laku, hubungan internal dan eksternal.³²

Pengertian tentang kualitas tampak bahwa kualitas selalu terfokus pada pelanggan atau nasabah (*customer focussed quality*). Dengan demikian, produk didesain, diproduksi serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan nasabah. Karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan nasabah, maka suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan nasabah, dapat dimanfaatkan dengan baik serta diproduksi (dihasilkan) dengan cara yang baik dan benar.

4- Kualitas Pelayanan

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud

³² Endang Wirjatmi Trilestari, jurnal *manajemen pelayanan public*, bandung, hal 14

adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen/pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tersebut tentunya akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas layanan untuk masing-masing dimensi layanan harus tetap menjadi perhatian.

Semakin pesatnya perkembangan pelayanan apotek dan semakin tingginya tuntutan masyarakat, menuntut pemberi layanan apotek harus mampu memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat. Persepsi konsumen terhadap pelayanan apotek yang buruk akan merugikan apotek dari aspek bisnis karena konsumen akan beralih ke tempat lain. Dampak yang timbul tidak saja kepada konsumen yang bersangkutan tetapi kesan buruk ini akan diceritakan kepada orang lain sehingga citra apotek, terutama para petugasnya, termasuk apoteker, akan negatif/buruk. Oleh karena itu, persepsi konsumen yang baik terhadap layanan harus ditumbuhkan terus menerus dan berkesinambungan dengan orientasi kepada pelanggan itu sendiri.

Layanan yang diperlukan manusia ada 2 jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota (organisasi massa atau organisasi Negara). Dalam arti luas pelayanan adalah proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan.³³ Pada hakikatnya pelayanan merupakan serangkaian kegiatan, karena itu ia merupakan suatu proses. Sebagai proses itu sendiri, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan dalam masyarakat.

Menurut perbendaharaan istilah ISO 8402 dan standar nasional Indonesia (SNI 19-8402-1991), kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk dan jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersirat. ³⁴ Menurut Fred Luthans adalah : Any action which performed by management to achieve organizational objectives.³⁵

³³ Drs. H.A.S. moenir, *Manajemaren Pelayanan Umum di Indonesia*,(Jakarta: Bumi Aksara, 1995),h. 17

³⁴ Dorothea Wahyu ariani, *pengendalian kualitas statistik*, (pendekatan kuantitatif dalam manajemen kualitas), (Yogyakarta : ANDI,2004),h.4

³⁵ Fred Luthans, *Organization behavior*,(New York : McGraw Hill Book Company Inc., 1973), h.188

Pada dasarnya konsumen memiliki hak dalam jual beli untuk mendapatkan informasi yang jujur. Hal ini berarti bahwa dalam transaksi, konsumen terlebih dahulu diberikan informasi tentang barang tersebut yang sifatnya jujur, bukan menyesatkan atau menipu.³⁶ Demikian juga barang dan harta yang digunakan dan dimiliki dengan tujuan agar tercapai tujuan yang lebih sempurna dibenarkan dalam Islam, dan dengan demikian, ikhtiar untuk mendapatkannya dibenarkan dalam Islam.³⁷ Semakin canggihnya serta banyaknya cara yang dilakukan produsen untuk menyalurkan atau mempromosikan suatu produk barang dan jasa maka pada akhirnya ini malah meletakkan konsumen pada posisi yang sulit, yaitu ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat banyaknya produk yang dipasarkan dan cara penyampaiannya yang kurang dipahami oleh konsumen. Dari keadaan seperti inilah bisa saja dimanfaatkan oleh oknum atau pelaku usaha yang berkeinginan barang atau jasa yang dipasarkan dapat memperoleh keuntungan yang besar tanpa menghiraukan bagaimana hasil atau dampak yang akan terjadi. Oleh karena itu konsumen harus diberi pelayanan yang baik dengan informasi yang jujur dan bertanggung jawab.

5- Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah memberikan kepuasan kepada nasabah atau pelanggan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dengan baik. Model kualitas jasa pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model tersebut adalah mengidentifikasi kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:³⁸

- 1- Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi perusahaan. Manajemen tidak memahami benar keinginan dari konsumen atau nasabah.

³⁶ Muhammad djumhana, *Hukum Ekonomi Sosial Indonesia*, (Bandung: Citra aditya Bakti,1994), h.339

³⁷ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam, Terj. Anas Sidik*,(Jakarta: Bumi Aksara,1996), h.17

³⁸ J. Supranto, *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Yogyakarta: AMM UPP YKPN, 1999), hlm. 230-231.

- 2- Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin benar mengetahui keinginan konsumen, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- 3- Kesenjangan antara spesifikasi kualitas dan penyampaian jasa. Misalnya, para personil mungkin kurang terlatih dengan baik dan tidak mampu memenuhi standar.
- 4- Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dikeluarkan oleh wakil-wakil dan iklan perusahaan.
- 5- Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Hal ini terjadi apabila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

d. Konsep Pelayanan dalam Islam

Dalam bidang muamalah, kebutuhan manusia selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan sehingga memunculkan kegiatan-kegiatan ekonomi kontemporer dengan berbagai bentuk yang begitu kompleks. Kompleksitas tersebut menuntut pula fleksibilitas dalam memberikan solusi penerapan hukum terhadap suatu permasalahan yang muncul, dengan mengkaitkan atau mengkiaskan pada dasar hukum yang telah ada, namun tidak lepas dari prinsip-prinsip umum muamalah sebagai berikut:³⁹

- a. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah, kecuali telah ditentukan dasar hukumnya di dalam al-Qur'an atau al-hadits.
- b. Muamalah atas dasar sukarela tanpa ada unsur paksaan.
- c. Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan manfaat dan mudlaral dalam hidup bermasyarakat.

³⁹ Ahmad Azhar Bashir, *Azas-Azas Hukum Muamalah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm. 15-16.

- d. Muamalah dilakukan dengan memelihara nilai-nilai keadilan, menghindari penganiayaan dan unsur-unsur pengambilan kesepakatan dalam kesempatan.

Islam merupakan suatu sistem moral dan etika yang mengatur segala perilaku manusia. Adapun prinsip etika bisnis yang harus diperhatikan oleh semua perilaku bisnis yang Islami adalah sebagai berikut: ⁴⁰

- a. Prinsip otonomi, sebagai pilihan sumber daya yang tersedia atau sarana dan prasarana yang akan dimanfaatkan dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan.
- b. Kejujuran, sebagai contoh dalam hal perjanjian kontrak kerja, penawaran barang atau jasa serta kejujuran pada semua mitra kerja.
- c. Niat baik dan tidak sedikitpun berniat jahat.
- d. Memegang prinsip keadilan.
- e. Hormat pada diri sendiri, merupakan cermin penghargaan yang positif pada diri sendiri dengan cara menghormati orang lain.

Adapun melayani atau menolong seseorang merupakan bentuk kesadaran dan kepedulian terhadap nilai kemanusiaan. Memberi pelayanan dan pertolongan merupakan investasi yang kelak akan dipetik keuntungannya, tidak hanya di akhirat, tetapi di dunia pun sudah dapat dirasakan.⁴¹ Beberapa prinsip pelayanan yang merefleksikan citra diri muslim adalah sebagai berikut:⁴²

- a. Melayani itu ibadah dan karenanya harus ada rasa cinta dan semangat yang membara di dalam hati setiap pihak yang melakukan pelayanan.
- b. Menerapkan asas memberi dahulu, menerima kemudian (*return on service excellent*).
- c. Mengerti orang lain terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.

⁴⁰ Muslich, *Etika Bisnis Islami, Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif* (Yogyakarta: Ekonisia F.E UII, 2004), hlm. 18-20.

⁴¹ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 96

⁴² *Ibid*, hlm. 97.

- d. Memiliki keyakinan bahwa dengan membahagiakan orang lain terlebih dahulu maka kebahagiaan yang lebih besar akan diperoleh kemudian.
- e. Menghargai orang lain sebagaimana dirinya ingin dihargai.
- f. Tumbuhkan empati yang mendalam dan kembangkan sinergi dalam melayani.

Prinsip pelayanan di atas didasarkan pada firman Allah swt dan sabda Rasulullah berikut ini:

(buka quran) Al-Qashas (28): 77

من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته ومن فرج عن مسلم كربة فرج الله بها عنه كربت في يوم القيامة⁴³

Service atau pelayanan diterjemahkan bukan hanya sekedar sebuah kata, melainkan memiliki makna yang berdimensi luas sebagaimana uraian sebagai berikut:

- a. *Self awarness and self esteem*, menanamkan kesadaran diri bahwa melayani merupakan bagian dari misi seorang muslim dan karenanya harus menjaga *self esteem* (martabat) diri sendiri dan orang lain. Dalam melayani harus terdapat kesadaran diri yang kuat bahwa dirinya ada karena melayani dan memiliki harga karena mampu memberikan makna melalui pelayanan tersebut.
- b. *Emphaty and enthusiasm*, sikap untuk memberikan pelayanan terbaik hanya tumbuh bila memahami bahwa keberadaan manusia hanya mungkin terjadi karena kehadiran orang lain.
- c. *Reform and recover*, berusaha untuk lebih baik dan selalu memperbaiki dengan cepat setiap ada keluhan atau sesuatu yang bias merusak pelayanan.
- d. *Victory and vision*, melayani dalam arti ingin merebut hati dan membawa misi untuk membangun kebahagiaan dan kemenangan bersama (*win-win*). Dalam memberikan

⁴³ Al-Hafiz Abū Zakaria Muhyiddin bin Syaraf al-Nawawi al-Syafi'i, *Sahih Muslim bi Syarif al-Nawawi*, jld. 8, juz 16(Libanon: Dār al-Fikr, t.t. 1981/1401 H), hlm. 135.

pelayanan semua pihak yang terkait harus memiliki pandangan ke depan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan mutu.

- e. *Impressive and improvement*, pelayanan harus diberikan secara mengesankan dan bervariasi sehingga pelanggan/nasabah tidak bosan dengan model pelayanan yang diterapkan.
- f. *Care, cooperative and communication*, dalam memberikan pelayanan segenap perhatian harus difokuskan kepada pelanggan atau nasabah dan nilai-nilai yang mengacu pada pola kerjasama harus dikembangkan melalui komunikasi yang efektif, sinergi dan terbuka.
- g. *Evaluation and empowerment*, dalam memberikan pelayanan semua pihak yang terlibat harus mengevaluasi sikapnya masing-masing dan mengupayakan pemberdayaan aset yang ada sebelum dilakukan sistem penilaian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Sifat dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah field research (penelitian lapangan) yaitu dengan terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data wawancara langsung terhadap pihak yang terkait.

Lokasi penelitian ini beralamat di jalan Simpang Sungai Bilu RT.25 no.4 Banjarmasin.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pihak manajemen yang terkait dengan pihak apotik. Sedangkan objek penelitiannya adalah Apotik Azzmi.

C. Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh data data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka yang menjadi sumber data :

1. Responden yaitu orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini guna memberikan data dan informasi yang diperlukan.
2. Informan yaitu pihak – pihak yang di anggap dapat memberikan keterangan dan tambahan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.
3. Perpustakaan dan internet yaitu penulis mencari referensi literatur dan webset yang berkenaan dengan masalah penulis teliti sebagai bahan landasan teori dan analisis.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipergunakan dalam mengumpulkan data adalah :

1. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan Tanya jawab langsung dengan orang yang terlibat langsung dari pihak pengelola apotik.
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data mengenai permasalahan yang akan diteliti.
3. Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian.⁴⁴

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Untuk mengolah data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut;

- a. Editing, yaitu meneliti kembali data yang telah terkumpul sehingga dapat diketahui kelengkapan dan kekurangannya dalam rangka proses penyusunan.
- b. Kategorisasi, yaitu penyusunan terhadap data yang diperoleh berdasarkan jenis dan permasalahannya, sehingga tersusun secara sistematis dan mudah dipahami
- c. Deskripsi yaitu memaparkan data yang berkenaan dengan manajemen pengelolaan apotik.

2. Analisis Data

Setelah data selesai diolah, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Dengan melakukan penelaahan dan pengkajian secara mendalam terhadap hasil penelitian mengenai manajemen pelayanan apotik azmi.

Penganalisisan data dimulai dengan Prosedur Penelitian

Agar penelitian ini dapat tersusun secara sistematis, maka di tempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

⁴⁴Husein umar, *Petunjuk Lengkap Membuat Skripsi Dan Tesis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), h. 49

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini penulis mengamati secara garis besar terhadap permasalahan yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran umum, kemudian dikonsultasikan dengan dosen penasehat untuk meminta persetujuan, selanjutnya diajukan ke pihak jurusan Ekonomi Islam, setelah disetujui baru diajukan ke Biro Skripsi Fakultas Syariah. Setelah diterima dan ditentukan dosen pembimbing oleh fakultas, diadakan konsultasi untuk pembuatan desain operasional, setelah selesai diadakan seminar.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini penulis berusaha mengumpulkan semua data yang diperlukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagaimana yang telah ditentukan.

3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Tahap ini dilakukan setelah semua data yang diperlukan terkumpul kemudian diolah sesuai dengan teknik pengolahan data, kemudian di analisis secara objektif.

4. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah dikoreksi dan diperbaiki oleh dosen pembimbing, kemudian disetujui, maka hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk skripsi dan selanjutnya dimunaqasahkan dihadapan tim penguji.

BAB IV

1. GAMBARAN UMUM SEJARAH PERUSAHAAN

A. Sejarah dan Perkembangan Apotik Azzmi

Apotek adalah suatu tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian, penyaluran sediaan farmasi, dan perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Pengertian ini didasarkan pada Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1332/Menkes/SK/X/2002 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 922/Menkes/Per/X/1993 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek. Pekerjaan kefarmasian menurut UU Kesehatan No. 36 Tahun 2009 yaitu meliputi pembuatan termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusian obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional harus dilakukan oleh tenaga kesehatan yang mempunyai keahlian dan kewenangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Apotek sebagai salah satu sarana pelayanan kesehatan perlu mengutamakan kepentingan masyarakat dan berkewajiban menyediakan, menyimpan dan menyerahkan perbekalan farmasi yang bermutu baik dan keabsahannya terjamin. Apotek dapat diusahakan oleh lembaga atau instansi pemerintah dengan tugas pelayanan kesehatan di pusat dan daerah, perusahaan milik negara yang ditunjuk oleh pemerintah dan apoteker yang telah mengucapkan sumpah serta memperoleh izin dari Suku Dinas Kesehatan setempat.

Apotik Azzmi adalah sebuah apotik yang bertempat di Jl. Sungai Bilu Rt.25 Banjarmasin, didirikan oleh Bapak Mahdi selaku pemilik sarana apotik pada tanggal 24 maret 2005 yang berlokasi di Jl. Simpang sungai biru RT.25 no 4 Banjarmasin. Apotik ini melayani dari hari senin sampai dengan hari sabtu dengan memulai waktu pelayanan dari jam 08:00 –

23:00 malam dengan pergantian dua kali shift yaitu antara jam 08:00 – 16:00 dilanjutkan dari jam 16:00 – 23:00 malam.

Apotik ini boleh dikatakan sebagai apotik yang berhasil dalam persaingan, karena mampu meraih konsumen ataupun perhatian masyarakat. Bukan hanya sumber daya yang berkualitas dengan manajemen yang baik, tetapi juga fasilitas pelayanan yang berkualitas hingga bisa berhasil sejauh ini. Apotik Azzmi sebenarnya hanyalah berawal dari toko obat kemudian berkembang seperti sekarang dengan mendapatkan izin dari dinas kesehatan kota Banjarmasin pada tahun 2005.

B. Visi dan Misi

1. Visi : Menjadikan apotek dengan pelayanan yang berkualitas dari segi kefarmasian berbasis pharmaceutical care tanpa mengesampingkan kesejahteraan dan tumbuh kembang apotek, dengan tidak meninggalkan waktu untuk ibadah kepada Allah SWT.

2. Misi : Memberikan pelayanan kefarmasian berbasis pharmaceutical care kepada masyarakat. Melakukan pelayanan informasi serta konsultasi obat dan kesehatan kepada masyarakat. Menyediakan serta menyalurkan sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan yang bermutu dan terjangkau oleh masyarakat seraya berkualitas.

C. Struktur kerja

Dalam menjalankan kegiatan perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan adanya struktur organisasi yang baik dan tersusun rapi untuk kelancaran operasional perusahaan. Untuk itu perlu menjalin kerjasama yang harmonis antara sesama karyawan serta pembagian tugas agar setiap bagian atas personil dalam perusahaan mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tugas, wewenang dan tanggung jawabnya agar tidak terjadi tumpang tindih dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

Struktur organisasi yang baik merupakan salah satu syarat dalam mencapai sukses kegiatan perusahaan, karena tanpa struktur organisasi yang baik kemungkinan besar kegiatan

pemasaran tidak dapat berjalan dengan baik, sehingga tujuan perusahaan tidak dapat tercapai. Jadi dengan melihat struktur organisasi, maka dapat diketahui hubungan-hubungan antara pimpinan dan bawahan atau sebaliknya, dengan demikian pula garis wewenang dan tanggung jawab dari hubungan tersebut dapat terdistribusi dengan baik dan pendelegasian wewenang dapat berjalan dengan baik pula. Untuk merealisasikan tujuan organisasi perlu disusun suatu struktur organisasi, apakah organisasi tersebut berbentuk organisasi garis atau lini, dimana tercermin dengan jelas mengenai adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap individu serta hubungan dalam fungsi-fungsi dalam organisasi.

Table daftar struktur kerja apotek Azzmi

No	Uraian	Tenaga kerja
1	Pemilik sarana apotek	1
2	Apoteker	2
3	Asisten apoteker	15
4	Karyawan umum	7
	Jumlah	25

Gambar Kerja Apotek Azzmi



D. Deskripsi Hasil Penelitian

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data dari hasil wawancara dengan pihak responden (pemilik sarana apotek) dan para informan (konsumen). Kemudian penulis menggunakan data-data tersebut untuk di analisis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik sarana apotek, oleh bapak Mahdi selaku pemilik sarana apotek.

A. Standar Penerapan Manajemen

1. Sumber Daya Manusia

Sesuai ketentuan perundangan yang berlaku apotek harus dikelola oleh seorang apoteker yang profesional. Dalam pengelolaan apotek azzmi, apoteker senantiasa harus memiliki kemampuan menyediakan dan memberikan pelayanan yang baik, mengambil keputusan yang tepat, mampu berkomunikasi antar profesi, menempatkan diri sebagai pimpinan dalam situasi multidisipliner, kemampuan mengelola SDM secara efektif, selalu belajar sepanjang karier dan membantu memberi pendidikan dan memberi peluang untuk meningkatkan pengetahuan.

2. Sarana dan Prasarana

Apotek ini berlokasi pada daerah yang dengan mudah dikenali oleh masyarakat. Pada halaman terdapat papan petunjuk yang dengan jelas tertulis kata apotek. Apotek dapat dengan mudah diakses oleh anggota masyarakat. Masyarakat harus diberi akses secara langsung dan mudah oleh apoteker untuk memperoleh informasi dan konseling.

Apotek memiliki:

1. Ruang tunggu yang nyaman bagi pasien.
2. Tempat untuk mendisplay informasi bagi pasien, termasuk penempatan brosur/materi informasi.
3. Ruangan tertutup untuk konseling bagi pasien yang dilengkapi dengan

meja dan kursi serta lemari untuk menyimpan catatan medikasi pasien.

4. Ruang racikan.

5. Tempat pencucian alat.

Perabotan apotek harus tertata rapi, lengkap dengan rak-rak penyimpanan obat dan barang-barang lain yang tersusun dengan rapi, terlindung dari debu, kelembaban dan cahaya yang berlebihan serta diletakkan pada kondisi ruangan dengan temperatur yang telah ditetapkan.

3. Sediaan Farmasi dan Perbekalan Kesehatan lainnya.

Pengelolaan persediaan farmasi dan perbekalan kesehatan lainnya dilakukan sesuai ketentuan perundangan yang berlaku meliputi: perencanaan, pengadaan, penyimpanan dan pelayanan. Pengeluaran obat memakai sistim FIFO (first in first out) dan FEFO (first expire first out). Dalam menjalankan pelayanan kefarmasian di apotek, perlu dilaksanakan kegiatan administrasi yang meliputi:

a. Administrasi Umum.

Pencatatan, pengarsipan, pelaporan narkotika, psikotropika dan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. Administrasi Pelayanan.

Pengarsipan resep, pengarsipan catatan pengobatan pasien, pengarsipan hasil monitoring penggunaan obat.

4. Promosi dan Edukasi.

Dalam rangka pemberdayaan masyarakat, apoteker harus memberikan edukasi apabila masyarakat ingin mengobati diri sendiri (swamedikasi) untuk penyakit ringan dengan memilihkan obat yang sesuai dan apoteker harus berpartisipasi secara aktif dalam promosi dan edukasi. Apoteker ikut membantu diseminasi informasi, antara lain dengan penyebaran leaflet /brosur, poster, penyuluhan, dan lain lainnya.

E. Standar Pelayanan Apotek Azzmi

1. Pelayanan Resep

Apoteker melakukan skrining resep meliputi :

Persyaratan Administratif :

- a. Nama, SIP dan alamat dokter
- b. Tanggal penulisan resep
- c. Tanda tangan/paraf dokter penulis resep
- d. Nama, alamat, umur, jenis kelamin dan berat badan pasien
- e. Cara pemakaian yang jelas
- f. Informasi lainnya

Kesesuaian farmasetik : bentuk sediaan, dosis, potensi, stabilitas, inkompatibilitas, cara dan lama pemberian. Pertimbangan klinis : adanya alergi, efek samping, interaksi, kesesuaian (dosis, durasi, jumlah obat dan lain lain). Jika ada keraguan terhadap resep hendaknya dikonsultasikan kepada dokter penulis resep dengan memberikan pertimbangan dan alternatif seperlunya bila perlu menggunakan persetujuan setelah pemberitahuan.

2. Penyiapan obat dan Peracikan.

Merupakan kegiatan menyiapkan menimbang, mencampur, mengemas dan memberikan etiket pada wadah. Dalam melaksanakan peracikan obat harus dibuat suatu prosedur tetap dengan memperhatikan dosis, jenis dan jumlah obat serta penulisan etiket yang benar

3. Etiket.

- a. Etiket harus jelas dan dapat dibaca.
- b. Kemasan Obat yang Diserahkan Obat hendaknya dikemas dengan rapi dalam kemasan yang cocok sehingga terjaga kualitasnya.

4. Penyerahan Obat.

Sebelum obat diserahkan pada pasien harus dilakukan pemeriksaan akhir terhadap kesesuaian antara obat dengan resep. Penyerahan obat dilakukan oleh apoteker disertai pemberian informasi obat dan konseling kepada pasien.

5. Informasi Obat.

Apoteker harus memberikan informasi yang benar, jelas dan mudah dimengerti, akurat, tidak bias, etis, bijaksana, dan terkini. Informasi obat pada pasien sekurang-kurangnya meliputi: cara pemakaian obat, cara penyimpanan obat, jangka waktu pengobatan, aktivitas serta makanan dan minuman yang harus dihindari selama terapi.

6. Konseling.

Apoteker harus memberikan konseling, bahkan mengenai sediaan farmasi, pengobatan dan perbekalan kesehatan lainnya, sehingga dapat memperbaiki kualitas hidup pasien atau yang bersangkutan terhindar dari bahaya penyalahgunaan atau penggunaan obat yang salah. Ada juga misalkan resep dari dokter kadang memberikan obat yang terlalu mahal padahal ada obat sejenis yang sama kualitas dan manfaatnya yang jauh lebih terjangkau.

7. Monitoring Penggunaan Obat.

Setelah penyerahan obat kepada pasien, apoteker harus melaksanakan pemantauan penggunaan obat, terutama untuk pasien tertentu seperti kardiovaskular, diabetes, TBC, asma, dan penyakit kronis lainnya.

8. Jaminan

Kemampuan memberikan kepercayaan dan kebenaran atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam pelayanan apotek kelengkapan obat dan kemurahan harga obat sangat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen yang menjadi faktor yang mempengaruhi tumbuh kembangnya apotek ini.

9. Empati

Yaitu kemampuan membina hubungan, perhatian, dan memahami kebutuhan pelanggan. Dalam pelayanan apotek petugas apotek sangat dan wajib memberikan keramahan terhadap pelanggannya dalam melayani setiap, karena kepuasan konsumen menjadi tujuan utama oleh pihak apotek sekaligus menciptakan adanya keharmonisan antara pelanggan dan karyawan apotek antara pembeli dan penjual sebagai relasi yang baik.

10. Ketanggapan

Yaitu kemampuan memberika pelayanan kepada pelanggan dengan cepat dan tepat. Dalam pelayanan apotek kecepatan pelayanan obat dan kecepatan pelayanan kasir juga di tingkatkn karena berhubung banyaknya konsumen yang datang dan mungkin selalu ingin diutamakan.⁴⁵

Setelah mengadakan wawancara dengan responden, selanjutnya penulis akan menyajikan data dari hasil wawancara dengan lima orang konsumen yang dimaksudkan sebagai informan yaitu sebagai berikut:

a. Informan I

Nama : Endah Rismanti
Umur : 45 tahun
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Pendidikan : Diploma III
Alamat : Jl. Sungai Jingah

ES adalah karyawan sebuah PT yang bergerak dalam bidang konsumsi, dia mengetahui keberadaan apotek azzmi bersumber dari teman kerjanya yang pernah datang ke apotek. Alasan ketertarikannya karena obat yang di inginkan tersedia dan dengan harga yang terjangkau.⁴⁶

b. Informan II

⁴⁵ Mahdi, Pemilik Sarana Apotek, wawancara pribadi, Banjarmasin, 12 September 2013.

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Endah Rismawati selaku konsumen 16 september 2013

Nama : Kadri Muhlis
Umur : 57 tahun
Pekerjaan : Pensiunan PNS
Pendidikan : Diploma 2
Alamat : Jl. Sungai Tabuk

KM adalah seorang pensiunan guru disekolah dasar yang bertempat di Desa Pematang Panjang. KM mulai menjadi pelanggan tetap apotek terhitung sejak 2010. Ketertarikannya karena menurutnya apotek azzmi memberikan solusi yang sangat terbaik, dengan pelayanan yang ramah dan konsultasi yang sangat bermanfaat.⁴⁷

c. Informan III

Nama : Ilham Mizar
Umur : 47 tahun
Pekerjaan : Karyawan
Pendidikan : Diploma III
Alamat : Jl. Pengambangan

IM adalah seorang karyawan disebuah perusahaan BUMN di Banjarmasin. Alasan ketertarikannya karena menurutnya pelayanannya sangat ramah dan harga obat yang jauh lebih terjangkau dari apotek lain, juga konsultasi yang sangat memberikan manfaat baginya dimana dijelaskan secara detail semua keluhannya tentang kesehatan dirinya. Namun tempat untuk parkirnya kadang pada saat konsumen sangat ramai sudah tidak mencukupi dan terpaksa parkir di pinggir jalan umum yang sudah sempit. Insyaallah selalu akan tetap datang ke apotek ini apabila terjadi gangguan pada kesehatannya atau berkonsultasi.⁴⁸

d. Informan IV

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Kadri Muhlis selaku konsumen 16 september 2013

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Ilham Mizar selaku konsumen 16 september 2013

Nama : Maisyarah Safitri
Umur : 58 tahun
Pekerjaan : Pensiunan PNS
Pendidikan : Diploma 2
Alamat : Jl. Veteran

MS adalah seorang pensiunan PNS. Sama seperti beberapa informan di atas. Alasan untuk datang adalah kualitas obatnya yang sangat dapat dipercaya dan harga yang sangat terjangkau.⁴⁹

e. Informan V

Nama : Muhammad Rijali
Umur : 22 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Pendidikan : Mahasiswa
Alamat : JL. Gatot Subroto

MR adalah seorang mahasiswa, dia mengetahui keberadaan apotek dari temannya mengetahui sejak tahun 2011. Alasannya karena kualitas obat sangat terjamin dan terbukti. Namun ia punya keluhan karena pada saat pengunjung sudah sangat ramai kadang ia terpaksa parkir kendaraan di jalan umum.⁵⁰

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan lima orang informan di atas, dalam hal ini penulis hanya bisa menggunakan data sebagai data tambahan karena untuk penelitian yang penulis lakukan lebih terfokus kepada data yang diberikan responden selaku pemilik sarana potek sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini.

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Maisyarah Safitri selaku konsumen 16 september 2013

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Muhammad Rijali selaku konsumen 16 september 2013

Tabel Identitas Informan

No	Nama	Umur	Pekerjaan	tempat tinggal
1	Mahdi	38	Pemilik Sarana Apotek	Jl. HKSAN

Tabel Identitas Responden

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Tempat tinggal
1	Endah Rismanti	45	Karyawan Swasta	Jl. Sungai Jingah
2	Kadri Muhlis	57	Pensiunan PNS	Jl. Sungai Tabuk
3	Ilham Mizar	47	Karyawan	Jl. Pengambangan
4	Maisyarah Safiti	58	Pensiunan PNS	Jl. Veteran
5	Muhammad Rijali	22	Mahasiswa	JL. Gatot Soebroto

c. Kendala yang di alami

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak mahdi pemilik sarana apotek.

Hambatan Internal yang berasal dari :

1. Kadang apoteker mendapat keperluan mendadak pada waktu tertentu diluar apotik karena sesuatu hal yang tak terduga.
2. Karyawan baru mungkin belum sepenuhnya paham kondisi dan suasana apotek.
3. Tempat ruang tunggu dan tempat parkir pelayanan yang kurang memadai.
4. Sikap konsumen yang kadang kurang sabar dan ingin selalu saling mendahului.

Adapun Langkah yang di ambil dalam mengatasi kendala :

1. Untuk bisa mengisi waktu pada saat apoteker yang mendadak tidak terduga harus keluar dari apotek pada saat jam kerja adalah dengan menempatkan satu asisten apoteker yang sudah dipastikan sangat mengerti dan memahami semua tugas yang akan di bebaskan padanya.
2. Karyawan baru yang mungkin belum sepenuhnya paham akan kondisi dan suasana apotik terus diberikan pengarahan dari semua pihak dan dukungan dari senior yang sudah lebih dulu bekerja, agar tidak dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam bekerja.
3. Untuk permasalahan ruang tunggu dan tempat parkir mungkin tidak akan bisa lagi untuk dibenahi berhubung lokasi yang sudah sempit dan terapit oleh bangunan lain. Namun dalam jangka waktu yang tidak lama lagi akan segera dibangun cabang baru yang sudah disiapkan guna mengatasi permasalahan yang sekarang ini.

d. Analisis Data

Ekonomi Islam atau Ekonomi berbasis Syariah adalah sebuah sistem ekonomi yang memiliki tujuan utama untuk kesejahteraan umat. Sistem ekonomi syar'iah berpedoman penuh pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Hukum-hukum yang melandasi prosedur transaksinya sepenuhnya untuk kemaslahatan masyarakat, sehingga tidak ada satu pihak yang merasa dirugikan. Kesejahteraan masyarakat dalam Ekonomi Islam tidak hanya diukur dari aspek

materilnya, namun mempertimbangkan dampak sosial, mental dan spiritual individu serta dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan.

Ciri manajemen Islami adalah amanah. Jabatan merupakan amanah yang harus dipertanggungjawabkan kepada Allah. Seorang manajer harus memberikan hak-hak orang lain, baik mitra bisnisnya ataupun karyawannya. Seorang pimpinan dalam manajemen Islami harus bersikap lemah lembut terhadap bawahan. Contoh kecil seorang manajer yang menerapkan kelembutan dalam hubungan kerja adalah selalu memberikan senyum ketika berpapasan dengan karyawan dan mengucapkan terima kasih ketika pekerjaannya sudah selesai. Bukankah memberikan senyum salah satu bentuk ibadah dalam Islam. Namun, kelembutan tersebut tak lantas menghilangkan ketegasan dan disiplin. Jika karyawan tersebut melakukan kesalahan, tegakkan aturan. Penegakkan aturan harus konsisten dan tak pilih kasih.

Begitu juga sebaliknya tugas-tugas karyawan selaku pemberi pelayanan langsung kepada konsumen atau masyarakat langsung, pasti dengan jelas lebih yang diutamakan dan diupayakan memberikan sesuatu yang sangat bermanfaat sehingga menjadi amal saleh yang bernilai abadi. Yang tidak hanya mendapatkan keuntungan didunia juga untuk akherat kelak. Istilah amal saleh ini tidak diartikan semata-mata “perbuatan baik” seperti yang dipahami selama ini, akan tetapi amal perbuatan baik yang dilandaskan iman. Seperti prinsip pada apotek azmi :

- a. Niat yang ikhlas karena Allah. Suatu perbuatan walaupun itu berkesan baik tetapi jika tidak dilandasi keikhlasan karena Allah, maka perbuatan itu tidak dikatakan sebagai amal saleh.
- b. Tata cara pelaksanaannya sesuai dengan syariat.
- c. Dilakukan dengan penuh kesungguhan. Karena perbuatan yang dilakukan dengan asal-asalan bukanlah suatu amal saleh.
- d. Adil dan jujur

e. Santun dan rendah hati

f. Amanah

Sistem syariah yang disusun harus menjadikan perilaku pelakunya berjalan dengan baik. Sistem manajemen syariah adalah seluruh aturan kehidupan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah rasul. Islam sendiri mengajarkan etika dalam pelayanan yang bernuansa Islami. Dalam konsep pelayanan islami ada beberapa kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis yaitu shidiq (benar dan jujur), amanah (terpercaya).

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan dan dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut ini adalah menjawab rumusan masalah yang ada pada bab sebelumnya.

Dengan melihat uraian dan penjelasan di atas kegiatan bisnis yang dilakukan apotik Azzmi baik dari manajemen serta pelayanannya, dengan menganalisa dan mengacu kepada konsep manajemen serta pelayanan dalam ekonomi Islam menurut penulis sesuai dari konsep yang diajarkan oleh manajemen serta pelayanan yang sesuai syari'ah dalam Islam.

Hanya saja masih ada kekurangan yang harus di evaluasi yaitu berdasarkan tingkat kenyamanan pengunjung yang ingin memarkir kendaraan, serta apoteker yang kadang belum sepenuhnya terus menerus ada di apotek.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian yang penulis peroleh, maka dapat diambil kesimpulan hasil penelitian skripsi ini sebagai berikut:

1. Apotek merupakan suatu sarana tempat pekerjaan kefarmasian dilakukan dan sarana tempat penyaluran perbekalan farmasi kepada masyarakat. Tugas dan fungsi apotek adalah tempat pengabdian apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan, sarana farmasi yang melaksanakan peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran dan penyerahan obat, dan sarana penyalur perbekalan farmasi yang harus menyebarkan obat yang diperlukan masyarakat secara meluas dan merata (Peraturan Pemerintah No.25 tahun 1980).
2. Kegiatan bisnis yang dilakukan apotik Azzmi baik dari manajemen serta pelayanannya, dengan menganalisa dan mengacu kepada konsep manajemen serta pelayanan dalam ekonomi Islam menurut penulis sesuai dari konsep yang diajarkan oleh manajemen serta pelayanan yang sesuai syari'ah dalam Islam.
3. Hanya saja masih ada kekurangan yang harus di evaluasi yaitu berdasarkan tingkat kenyamanan pengunjung seperti tempat ruang tunggu yang kurang nyaman karena banyaknya konsumen yang datang serta bagi pengunjung yang ingin memarkir kendaraan yang kadang harus beresiko memarkirkan kendaraannya di jalan umum, serta apoteker yang kadang belum sepenuhnya terus menerus ada di apotek.
4. Pengunjung apotek mempunyai pengetahuan tentang informasi obat, pengunjung apotek mempunyai sikap yang positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh apotek obat.

B. Saran

Sebagai penutup skripsi ini, maka penulis memberikan saran-saran berdasarkan permasalahan yang dikemukakan dilapangan sebagai berikut:

1. Untuk dapat maju terus menerus seharusnya tidak hanya dari satu sisi yaitu mempertahankan kualitas pelayanan atau harga obat saja, namun perlu juga untuk meningkatkan dari faktor eksternal seperti kenyamanan ruang tunggu serta tempat parkir yang nyaman bagi pengunjung.
2. Mungkin adanya penambahan jasa apoteker menjadi salah satu alternatif yang meminimalisir terjadinya kendala yang sering di hadapi oleh apotek.
3. mungkin segera dibangun cabang dari apotek azzmi yang lebih bisa memaksimalkan segala pelayanan baik dalam internal maupun eksternal di apotek.