

LABORATORIES

FK
TKA 37/03
Sum
a

TESIS

**ANALISIS KEBUTUHAN DAN HARAPAN PENGUSAHA KECIL
OBAT TRADISIONAL DI SURABAYA SEBAGAI DASAR
MENYUSUN UPAYA MENINGKATKAN PEMANFAATAN
LABORATORIUM BALAI BESAR POM SURABAYA**



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

ANIK SUMARWATI

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

**ANALISIS KEBUTUHAN DAN HARAPAN PENGUSAHA KECIL
OBAT TRADISIONAL DI SURABAYA SEBAGAI DASAR
MENYUSUN UPAYA MENINGKATKAN PEMANFAATAN
LABORATORIUM BALAI BESAR POM SURABAYA**

TESIS

**Untuk memperoleh Gelar Magister
dalam Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga**

Oleh :

**ANIK SUMARWATI
NIM. 090014023 M**



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

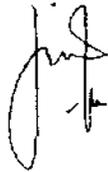
2002

LEMBAR PENGESAHAN

**TESIS INI TELAH DISETUIJUI
TANGGAL 7 OKTOBER 2002**

Oleh :

Pembimbing Ketua,



Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., MS

NIP. 131 871 470

Pembimbing,



Drs. M. Bagus Qomaruddin, MSc

NIP. 131 877 895

Telah diuji pada

Tanggal 6 September 2002

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua : Dr. S. Supriyanto, dr., MS

Anggota : 1. Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., MS

2. Drs. M. Bagus Qomaruddin, MSc

3. Drs. Sugiyartono, Apt., MS

4. Drs. Totok Sudjianto, Apt., M.Kes

5. Dr. R. Darmawan Setijanto, drg., M.Kes

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama saya panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga Tesis ini dapat diselesaikan.

Dengan segala kerendahan hati, perkenankan saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada dosen pembimbing utama Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., MS, yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan, kritik dan saran, mulai dari persiapan proposal sampai dengan akhir penulisan Tesis ini.

Terima kasih pula saya sampaikan kepada Drs. M. Bagus Qomaruddin, MSc, selaku pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran memberikan bimbingan, pengarahan, kritik dan saran sampai Tesis ini dapat diselesaikan.

Dalam kesempatan ini pula, perkenankan saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Airlangga dan Direktur Program Pascasarjana Universitas Airlangga yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjadi mahasiswa Program Magister pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga.
2. Bapak dr. Widodo Jatim Pudjirahardjo, MS., MPH., Dr. PH, selaku Ketua Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan yang telah memberikan kesempatan kepada saya menjadi mahasiswa dan bimbingan selama mengikuti pendidikan.

3. Bapak Dr. S. Supriyanto, MS. selaku Ketua Minat Studi Manajemen Pelayanan Kesehatan dan sekaligus selaku penguji Tesis, yang telah memberikan kesempatan kepada saya menjadi mahasiswa dan banyak memberikan masukan dan saran perbaikan penulisan Tesis ini.
4. Bapak Dr. R. Darmawan Setijanto, drg., M.Kes, selaku dosen dan penguji tesis yang telah memberikan masukan dan saran perbaikan penulisan tesis ini.
5. Bapak Drs. Sugiyartono, Apt., MS dan Bapak Drs. Totok Sudjianto, Apt., M.Kes, selaku penguji Tesis yang telah banyak memberikan masukan dan saran perbaikan penulisan tesis ini.
6. Bapak Drs. I. Made Kawi Sukayada, Apt., MM, selaku Kepala Balai Besar POM Surabaya yang telah memberikan ijin kepada saya untuk mengikuti pendidikan pascasarjana dan sekaligus memberikan tempat untuk melakukan penelitian.
7. Bapak Drs. H. Djoko Sunarjo, Apt., S.Psi., MM, selaku mantan Kepala Balai Besar POM Surabaya yang telah memberikan ijin kepada saya untuk mengikuti pendidikan pascasarjanan di Universitas Airlangga.
8. Seluruh Staf Pengajar dan Pengelola Program Manajemen Pelayanan Kesehatan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, fasilitas, kerja sama serta menciptakan suasana belajar mengajar yang baik dan penuh kekeluargaan.
9. Seluruh rekan mahasiswa Minat Studi Manajemen Pelayanan Kesehatan yang saling membantu sehingga tercipta kerja sama yang erat dan penuh kekeluargaan selama mengikuti pendidikan.
10. Kedua orang tua dan kedua mertua yang saya hormati, yang senantiasa berdoa untuk kebaikan saya.

13. Akhirnya secara khusus kepada suamiku tercinta Suhardi dan ketiga anakku tersayang Renny Agustin Hardiyanti, Reza Arif Fauzi dan Rosita Anggraeni, yang banyak memberikan pengorbanan, perhatian dan dorongan, sehingga saya bersemangat untuk mengikuti pendidikan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan atas segala amal baik tersebut dan senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua.
Amin.

Surabaya, 6 September 2002

Peneliti

RINGKASAN

Yang melatar belakangi penelitian ini adalah rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional pada periode April – Agustus 2001 hanya mencapai 16,4% dari 67 industri kecil obat tradisional di Surabaya. Tuntutan terhadap laboratorium masa yang akan datang sangat berbeda dengan kondisi laboratorium saat ini. Untuk bisa bersaing dengan baik laboratorium dituntut memiliki kelebihan dan keunggulan dibandingkan pesaingnya. Laboratorium merupakan tempat penyedia jasa pengujian harus dikelola secara profesional dan dijaga tetap diakui keberadaannya. Untuk bisa tetap diakui keberadaannya khususnya oleh pengusaha kecil obat tradisional maka laboratorium harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengusaha kecil obat tradisional.

Tujuan penelitian ini adalah menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya berdasarkan aspek 7P (*product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*).

Rancang bangun penelitian ini adalah penelitian survei pemasaran yang pengambilan datanya dilakukan secara *crosssectional*. Teknik pengumpulan datanya mempergunakan kuesioner dan *check list* pengamatan. Unit analisis penelitian ini adalah Balai Besar POM Surabaya. Sumber informasi pada penelitian ini adalah karyawan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang khusus menangani obat tradisional termasuk di dalamnya Kepala Bidang Pengujian I, dengan besar sampel 16 orang. Sedangkan untuk sampel pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya yang berjumlah 67 pengusaha, maka teknik pengambilan sampelnya menggunakan *simple random sampling* dengan besar sampel 30 pengusaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis kebutuhan dan harapan responden terhadap kondisi laboratorium yang tersedia saat ini berdasarkan aspek 7P dengan alat jendela pelanggan adalah ada kelebihan 3 jenis sediaan (Sari jamu, pastiles, koyok) yang tidak dibutuhkan oleh responden, Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum melakukan sosialisasi, belum mengiklankan, belum memberikan diskon tarif pengujian kepada responden. Tarif pengujian sangat mahal dan waktu mengeluarkan hasil uji sangat lambat.

Upaya-upaya yang perlu dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya untuk meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya adalah mempertahankan kelebihan pengujian 3 jenis sediaan dengan cara menginformasikan lebih intensif kepada konsumen, melakukan sosialisasi tentang laboratorium melalui seminar, penyuluhan-penyuluhan dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun. Melakukan pembuatan iklan tentang laboratorium di surat kabar, majalah, buletin, leaflet, brosur dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun, menghitung unit *cost* per jenis sediaan, yang hasilnya bisa dipakai sebagai dasar untuk memberi masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini atau memberi kemudahan untuk

memperoleh nomor registrasi bagi konsumen yang mengujikan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Menyederhanakan prosedur penanganan sampel dan memperpendek waktu mengeluarkan hasil uji menjadi 1 – 2 minggu.

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Responden cukup memiliki kesadaran terhadap pengujian, 2. Responden cukup butuh untuk mengujikan produknya, 3. Responden memiliki beberapa harapan terhadap pengujian yang meliputi : hasil uji akurat, tepat waktu, terakreditasi, jarak < 10 km atau waktu tempuh < 30 menit, adanya iklan melalui surat kabar, majalah, buletin dengan frekuensi 2 – 3 kali dalam 1 tahun, adanya diskon tarif pengujian > 50%, tarif pengujian < Rp. 500.000,- per jenis sediaan, responden datang segera dilayani dan diterima dengan ramah, petugas mampu menguji > 75% sampel sesuai permintaan konsumen, petugas mampu menguji > 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur, peralatan canggih, teknologi tinggi, ruang tunggu yang tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak harus ber AC asal ventilasi cukup, prosedur penanganan sampel yang mudah, waktu mengeluarkan hasil uji 1 – 2 minggu.

Dari kesimpulan di atas dapat disarankan sebagai berikut :

1. Agar Laboratorium Balai Besar POM Surabaya memberikan informasi kepada responden mengenai laboratorium melalui penyuluhan, seminar, pertemuan rutin, pemuatan iklan di surat kabar, majalah, buletin, brosur, leaflet dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun, menyederhanakan prosedur penanganan sampel, mempercepat waktu mengeluarkan hasil uji menjadi 1 – 2 minggu.
2. Agar pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya lebih memanfaatkan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya karena jasa pengujiannya lengkap dan sudah terakreditasi.
3. Bagi peneliti lain untuk dapatnya dipakai sebagai bahan guna melakukan penelitian lebih lanjut.

ABSTRACT

The background of this study is the laboratory utility of Surabaya Office of Drug and Food Control by 67 small size of traditional herb industries. In period April 2001 until August 2001 the utility is 16.4% only. The laboratory is a place to give services in quality examination should be managed with professionalism to maintain the existence. To maintain the existence, the laboratory should be able to give well services conform to the demand and the expectation of small size of traditional herb industries.

The purpose of this study is establishing the expedient to increase the utility of the laboratory by the small size of traditional herb industries based on 7-P (Product, Place, Promotion, Price, People, Physical evidence, Process).

This study was done in Surabaya Office of Drug and Food Control. Study design is survey research with cross sectional. Collecting data done by using questionnaire and observation checklist, determine consumers sample done by simple random sampling. Total sample are 30 persons. For the provider information source, based on total provider is 16 so all of the information source is become provider sample. The consumer's sample is small size of traditional herb industries in Surabaya, whereas provider sample is employee of Surabaya Office of Drug and Food Control especially person in charge in tradisional herb quality examination include The Chief of Laboratory and Technical Manager.

The result of this study showed that need analysis and consumers expectation on laboratory condition based on 7-P aspect and consumer window tool. Examination tariff is very expensive and the time to finishing the examination is long time. Quality examination is accurate and accredited. Distance between industries and the laboratory is relatively near and transportation facilities are good.

Surabaya Office of Drug and Food Control should do the expedient to inform and to socialize to the consumers more intensive about laboratory service product. Other expedient are to promote and to advertise to the consumers, giving examination tariff discount suitable with consumer expectation, to simplify the laboratory procedure suitable with consumer expectation, to speed up time out of the examination result and to recommend to national Agency of Drug and Food Control in order to give some facilities for the traditional herb.

Keywords : Laboratory, Utility, Expedient based on 7-P aspect.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
PERSYARATAN GELAR.....	iii
PERSETUJUAN.....	iv
PANITIA PENGUJIAN TESIS.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
RINGKASAN.....	ix
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Justifikasi Penelitian.....	25
1.4 Rumusan Masalah.....	26
1.5 Tujuan Penelitian.....	27
1.6 Manfaat Penelitian.....	28

BAB 2	TINJAUAN PUSTAKA.....	30
	2.1 Pengertian Balai Besar POM.....	30
	2.2 Kebutuhan Konsumen.....	36
	2.3 Harapan Konsumen.....	39
	2.4 Manfaat Pelayanan Kesehatan.....	41
	2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi.....	41
	2.4.2 Model Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan.....	42
	2.5 Pemasaran Jasa.....	45
	2.5.1 Fungsi Pemasaran Jasa.....	46
	2.5.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	46
	2.5.3 Unsur Bauran Pemasaran Jasa.....	47
	2.5.4 Harga dan Bauran Pemasaran.....	50
	2.5.5 Bahan Pertimbangan Menentukan Harga.....	50
	2.5.6 Unsur-unsur Harga Jasa.....	51
	2.5.7 Memahami Nilai yang diharapkan Konsumen.....	51
	2.6 Jendela Pelanggan (Customer Window).....	53
	2.7 Focus Group Discussion (FGD).....	55
BAB 3	KERANGKA KONSEPTUAL.....	58
BAB 4	METODE PENELITIAN.....	60
	4.1 Rancangan Penelitian.....	60
	4.2 Unit Analisis.....	60
	4.3 Sumber Informasi, Sampel, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	60

4.3.1	Sumber Informasi.....	60
4.3.2	Sampel	61
4.3.3	Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	61
4.4	Kerangka Operasional Penelitian.....	63
4.5	Variabel Penelitian.....	64
4.6	Definisi Operasional dan Cara Pengukuran Variabel.....	66
4.7	Instrumen Penelitian	92
4.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	93
4.9	Pengumpulan Data	93
4.9.1	Metode Pengumpulan Data	93
4.9.2	Pewawancara	94
4.9.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	94
4.10	Teknik Analisis Data.....	94
BAB 5	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
5.1	Gambaran Umum Industri Kecil Obat Tradisional di Surabaya.....	96
5.2	Gambaran Umum Laboratorium Balai Besar POM Surabaya .	97
5.3	Gambaran Umum Tentang Responden	99
5.3.1	Gambaran Umum Responden Konsumen.....	100
5.3.2	Gambaran Umum Responden Provider.....	101
5.4	Hasil Penelitian.....	101
5.4.1	Analisis Pembahasan Faktor Konsumen	102

	Besar POM Surabaya	127
5.4.3	Analisis Penelitian Faktor Provider terhadap Kondisi yang Tersedia Saat ini Melalui Aspek 7P.....	129
5.4.4	Rekapitulasi Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini vs harapan Responden ditinjau Dari Aspek 7P	136
5.4.5	Analisis Kebutuhan dan Harapan Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya dengan Alat Jendela Pelanggan	139
5.4.6	Matrix Kebutuhan dan Harapan Responden vs Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini dan Posisinya Pada Jendela pelanggan	140
5.4.7	Analisis Kebutuhan dan Harapan Responden vs Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini Berdasarkan Aspek 7P dengan Alat Jendela Pelanggan	143
5.5	Isu Strategis yang Muncul dari Hasil Analisis Kebutuhan dan Harapan Responden dengan Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini Berdasarkan Aspek 7P dengan Memakai Alat Jendela Pelanggan	144
5.6	<i>Focus Group Discussion</i> (FGD).....	146
BAB 6	PEMBAHASAN	149
6.1	Pembahasan Analisis Faktor Konsumen.....	149
6.2	Pembahasan Identifikasi Faktor Pesaing.....	163

6.3	Pembahasan Analisis Faktor Provider	164
6.4	Pembahasan Analisis Kebutuhan dan Harapan Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya dengan Alat Jendela Pelanggan	169
6.4.1	Analisis Kebutuhan Responden terhadap Jenis Sediaan	169
6.4.2	Analisis Harapan Responden Meliputi Aspek 7P	169
6.5	Upaya-upaya Meningkatkan Pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya	171
BAB 7	KESIMPULAN DAN SARAN	174
7.1	Kesimpulan	174
7.2	Saran	176
	DAFTAR PUSTAKA	178
	LAMPIRAN	182

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya Tahun 1998 - 2001.....	7
Tabel 1.2	Jumlah Sampel Obat Tradisional yang diujikan di Balai Besar POM Surabaya pada periode April - Agustus 1998 - April - Agustus 2001.....	9
Tabel 1.3	Hasil survei pendahuluan pada bulan November 2001 terhadap 20 pengusaha kecil obat tradisional di Jawa Timur mengenai total omzet rata-rata per bulan.....	10
Tabel 1.4	Data Balai Besar POM Surabaya dan 2 Pesaingnya (Balai Labkesda) dan (Fakultas Farmasi UNAIR) berdasarkan hasil Survei Pendahuluan pada Nopember 2001.....	12
Tabel 5.1	Distribusi Kesadaran Responden terhadap perlunya pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	102
Tabel 5.2	Distribusi Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produk Baru di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	103
Tabel 5.3	Distribusi Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produk Lama Yang Sudah Memiliki Nomor Registrasi di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	103
Tabel 5.4	Distribusi Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produk Lama Secara Periodik di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya	

	Tahun 2002	104
Tabel 5.5	Distribusi Tingkat Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	105
Tabel 5.6	Distribusi Kebutuhan Responden untuk Mengujikan Semua Jenis Sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	106
Tabel 5.7	Distribusi Kebutuhan Reponden untuk Mengujikan Setiap Item Jenis Sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	107
Tabel 5.8	Distribusi Kebutuhan Responden untuk Mengujikan Produk Lama di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	107
Tabel 5.9	Distribusi Tingkar Kebutuhan Responden terhadap pengujian menurut Jenis Sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	108
Tabel 5.10	Distribusi Kebutuhan Normatif Responden terhadap Pengujian, Jenis Sediaan yang Sudah Diujikan dan Persepsi Responden terhadap Pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	109
Tabel 5.11	Harapan Responden terhadap Kualitas Pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002	111
Tabel 5.12	Distribusi Harapan Responden terhadap Jarak antara Perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002	112

Tabel 5.13	Distribusi Harapan Responden terhadap Jumlah Sarana Transportasi yang Bisa Digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	113
Tabel 5.14	Distribusi Harapan Responden terhadap Jenis Sarana Transportasi Yang Bisa Digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	114
Tabel 5.15	Distribusi Harapan Responden terhadap Cara Sosialisasi yang dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	115
Tabel 5.16	Distribusi Harapan Responden terhadap Frekuensi Sosialisasi yang Dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	116
Tabel 5.17	Distribusi Harapan Responden terhadap Media Iklan yang Digunakan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	117
Tabel 5.18	Distribusi Harapan Responden terhadap Frekuensi Penayangan / Penyampaian Iklan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	117
Tabel 5.19	Distribusi Harapan Responden terhadap Diskon Tarif Pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	118
Tabel 5.20	Distribusi Harapan Responden terhadap Besarnya Tarif Pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	119

Tabel 5.21	Distribusi Harapan Responden terhadap Perhatian Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	120
Tabel 5.22	Distribusi Harapan Responden terhadap Keramahan Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	121
Tabel 5.23	Distribusi Harapan Responden terhadap Kemampuan Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	121
Tabel 5.24	Distribusi Harapan Responden terhadap Ketrampilan Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	122
Tabel 5.25	Distribusi Harapan Responden terhadap Peralatan Pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	123
Tabel 5.26	Distribusi Harapan Responden terhadap Teknologi yang Digunakan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	124
Tabel 5.27	Distribusi Harapan Responden terhadap Kebersihan Ruang Tunggu Di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	125
Tabel 5.28	Distribusi Harapan Responden terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002..	125
Tabel 5.29	Distribusi Harapan Responden terhadap Prosedur Penanganan Sampel di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	126
Tabel 5.30	Distribusi Harapan Responden terhadap Waktu Mengeluarkan Hasil Uji di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	127
Tabel 5.31	Distribusi Pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya	

Tahun 2002.....	128
Tabel 5.32 Distribusi Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	130
Tabel 5.33 Prosedur Penanganan Sampel dan Waktu yang Dibutuhkan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	133
Tabel 5.34 Ceklist Pengamatan tentang <i>Product, Place, People, Physical Evidence, Process</i> di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	134
Tabel 5.35 Rekapitulasi Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini vs Harapan Responden Ditinjau dari Aspek 7P di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002.....	136
Tabel 5.36 Hasil <i>Focus Group Discussion</i> (FGD).....	146

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Identifikasi Masalah	15
Gambar 2.1 Mekanisme untuk Memahami Ekspektasi Konsumen	41
Gambar 2.2 Faktor yang mempengaruhi Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan.	45
Gambar 2.3 Pemasaran sebagai proses penyalarsan	47
Gambar 2.4 Bauran pemasaran yang diperluas untuk jasa.....	49
Gambar 2.5 Model Respon Perilaku.....	52
Gambar 2.6 Jendela Pelanggan	54
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	59
Gambar 4.1 Kerangka Operasional Penelitian	63
Gambar 5.1 Jendela Pelanggan Kebutuhan dan Harapan Responden vs Kondisi Laboratorium yang tersedia Saat Ini Berdasarkan Aspek 7P.....	143

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.....	181
Lampiran 2.....	193
Lampiran 3.....	201
Lampiran 4.....	206
Lampiran 5.....	213
Lampiran 6	215
Lampiran 7	218

BAB I PENDAHULUAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan galenic atau campuran dari bahan-bahan tersebut, yang secara tradisional digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman (Permenkes RI,1990).

Obat tradisional merupakan warisan nenek moyang yang perlu terus dipertahankan bahkan kalau bisa dikembangkan. Sejalan dengan hal itu, Pemerintah memberi perhatian yang besar terhadap perkembangan obat tradisional, bahkan memberi beberapa kemudahan untuk mengekspor obat tradisional ke luar negeri. Hal ini membuktikan bahwa Pemerintah berniat untuk mensejajarkan obat tradisional dengan obat modern dan mengangkat citra obat tradisional di dunia. Namun sebelum diedarkan ke pasaran terlebih dahulu obat tradisional harus didaftarkan ke Dinas Kesehatan setempat untuk mendapatkan ijin usaha industri kecil obat tradisional dan didaftarkan ke Badan POM untuk mendapatkan ijin edar atau nomor registrasi.

Obat tradisional yang beredar harus memenuhi standar dan persyaratan yang berlaku. Persyaratan tersebut meliputi persyaratan pembungkus, wadah dan penandaan serta larangan memproduksi dan mempromosikan di luar yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

Penandaan yang tercantum pada pembungkus, wadah, etiket dan atau brosur harus berisi informasi tentang nama obat tradisional atau nama dagang, komposisi,



bobot, isi atau jumlah obat tiap wadah, dosis pemakaian, cara pemakaian, khasiat atau kegunaan, kontra indikasi (bila ada), kadaluwarsa, nomor pendaftaran, nomor kode produksi, nama industri dan alamat sekurang-kurangnya nama kota dan kata "Indoensia". Selain daripada itu pemerintah melarang industri kecil obat tradisional yang memproduksi segala jenis obat tradisional yang mengandung bahan kimia hasil isolasi atau sintetik yang berkhasiat obat, obat tradisional dalam bentuk suppositoria, intravaginal, tetes mata atau sediaan parental, obat tradisional dalam bentuk cairan obat dalam yang mengandung etanol dengan kadar lebih dari 1%, obat tradisional lisensi dan pemerintah juga melarang industri kecil obat tradisional yang mempromosikan obat tradisional dengan cara atau keterangan yang menyesatkan, dengan informasi yang menyimpang dari informasi yang disetujui dalam pendaftaran (Permenkes RI, 1990).

Standar dan persyaratan obat tradisional yang ditetapkan oleh pemerintah dimaksudkan untuk melindungi masyarakat dari mutu dan keamanan obat tradisional yang tidak memenuhi syarat, yang dapat mengganggu dan merugikan kesehatan bagi masyarakat pengguna obat tradisional.

Pada tahun 2001 banyak dijumpai dipasaran obat tradisional yang tidak terdaftar, mengandung bahan kimia obat dan tidak memenuhi syarat penandaan seperti tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa dan atau tidak mencantumkan komposisi dan atau tidak mencantumkan nomor kode produksi. Hal ini akan sangat merugikan masyarakat terutama bagi mereka yang menggunakan obat tradisional tersebut. Obat tradisional yang beredar dipasaran seharusnya didaftarkan terlebih

dahulu di Badan POM Jakarta, yang sebelumnya harus diujikan di laboratorium untuk mengetahui mutu dan keamanan.

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu laboratorium milik pemerintah yang berada di kota Surabaya yang didirikan pada tahun 1979 dengan nama Direktorat Daerah Farmasi (Dirda Farmasi), pada tahun 1985 diubah namanya menjadi Balai POM Surabaya dan tahun 2001 diubah lagi namanya menjadi Balai Besar POM Surabaya. Selain Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, ada dua laboratorium lain milik pemerintah yaitu Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) dan laboratorium milik Fakultas Farmasi UNAIR. Namun jika dibandingkan dengan kedua laboratorium tersebut di atas laboratorium Balai Besar POM Surabaya memiliki beberapa kelebihan antara lain menggunakan teknologi tinggi, peralatan canggih, memiliki sumber daya manusia yang jumlahnya cukup banyak, telah terakreditasi.

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya melakukan pengujian terhadap produk terapanik, narkotika psikotropika dan zat adiktif lain, obat tradisional, kosmetik, produk komplement, pangan dan bahan berbahaya. Sampel yang diuji berasal dari sampel rutin, sampel proyek, sampel kasus, sampel pabrik, sampel perorangan atau sampel pihak III, sampel dari instansi pemerintah yang lain. Sampel perorangan atau pengusaha.

Pada penelitian ini dibatasi pengujian sampel obat tradisional yang berasal dari pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya. Jumlah industri kecil obat tradisional di Surabaya sampai dengan Agustus 2001 sebanyak 67 industri, di mana dari jumlah tersebut yang produknya belum terdaftar dan tidak mengujikan

produknya di laboratorium sebanyak 19 industri (28,3%) laporan tahunan Balai Besar POM Surabaya, 2001.

Pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya yang mengujikan sampelnya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya secara periodik jumlahnya hanya berkisar 10% - 15% saja. Data hasil pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah obat tradisional yang tidak terdaftar, mengandung bahan kimia obat dan tidak memenuhi syarat penandaan terus meningkat. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 Hasil Pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya tahun 1998 - 2001. Namun jumlah pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada periode April - Agustus 2001 mengalami penurunan hingga mencapai 130,8%. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2 jumlah sampel obat tradisional yang diujikan di Balai Besar POM Surabaya pada periode April - Agustus 2001. Oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan kajian mengenai penurunan pemanfaatan laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya, yang berjumlah 67 pengusaha. Karena Laboratorium Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu unit pelayanan jasa pengujian laboratorium maka pada penelitian ini memakai pendekatan teori bauran pemasaran jasa yang meliputi aspek 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*) dari Zeithaml dan Bitner (1996) karena dianggap cocok dengan kondisi Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini dan karena adanya perubahan lingkungan yang cepat dan dinamis, sehingga laboratorium dituntut untuk memberikan pelayanan

sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Untuk selanjutnya yang disebut konsumen pada penelitian ini adalah pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

Pemasaran merupakan proses penyalarsan sumber daya sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pemasaran memperhatikan hubungan timbal balik yang dinamis antara produk-produk dan jasa-jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan konsumen, dan kegiatan-kegiatan para pesaing.

Bauran pemasaran jasa merupakan perluasan daripada bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep yang paling universal dikembangkan dalam pemasaran.

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) ada 7 unsur bauran pemasaran jasa, dimana 7 unsur ini biasa disebut 7P. Model 7P tersebut adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Produk atau jasa yang sedang ditawarkan meliputi terutama fisik produk yang baik, tingkat kualitas, aksesoris, kemasan, garansi, jenis produk.

2. Harga (*Price*)

Harga yang dibayar dan cara atau syarat yang berhubungan dengan penjualannya meliputi kefleksibelan, tingkat harga, perbedaan, potongan harga.

3. Promosi (*Promotion*)

Program komunikasi yang berhubungan dengan pemasaran produk atau jasa meliputi bauran promosi, nomor, seleksi, training, insentif seorang sales, target, tipe media, tipe periklanan, sales promosi, publikasi.

4. Tempat (*Place*)

Fungsi distribusi dan logistik yang dilibatkan dalam rangka menyediakan produk dan jasa sebuah perusahaan meliputi tipe pembukaan, perantara, lokasi outlet, transportasi, penyimpanan, manajemen pemasaran.

5. Orang (*People*)

Orang merupakan unsur terpenting, baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang secara bertahap menjadi bagian diferensiasi yang mana perusahaan-perusahaan jasa mencoba menciptakan nilai tambah dan memperoleh keunggulan kompetitif meliputi rekrutmen, training, motivasi, penghargaan, teamwork pegawai, pendidikan dan pelatihan konsumen, kesopanan dan nilai-nilai komunikasi, pengembangan pegawai.

6. Proses (*Process*)

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan di mana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan-keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan meliputi aktivitas aliran standarisasi, langkah-langkah penomoran sederhana, penomoran kompleks, tingkat keterlibatan konsumen.

7. Kejelasan fisik (*Physical evidence*) dalam Payne disebut juga layanan pelanggan (*Customer service*).

Layanan pelanggan sebagai unsur bauran pemasaran karena konsumen lebih menuntut dan memerlukan tingkat jasa yang lebih tinggi, sebagian pesaing memandang jasa sebagai senjata kompetitif untuk mendiferensiasikan diri mereka, dan kebutuhan untuk membangun hubungan yang dekat dan lebih langgeng

dengan pelanggan meliputi fasilitas design, estetika, kemanfaatan, kelengkapan, alamat karyawan, laporan-laporan, kartu bisnis, pernyataan-pernyataan, garansi.

Tabel 1.1 Hasil Pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya Tahun 1998 – 2001

Tahun	Jumlah Sampel	Hasil Pemeriksaan		Persentase kenaikan dari sampel TMS (%)	Keterangan TMS
		MS (%)	TMS (%)		
1998	26	15 (57,7)	11 (42,3)	0	6 tidak terdaftar 3 mengandung bahan kimia obat, 2 TMS penandaan
1999	27	12 (44,4)	15 (55,6)	35,0	8 tidak terdaftar 4 mengandung bahan kimia obat, 3 TMS penandaan
2000	25	8 (32,0)	17 (68,0)	14,4	8 tidak terdaftar 5 mengandung bahan kimia obat, 4 TMS penandaan
2001	23	5 (21,7)	18 (78,3)	6,4	11 tidak terdaftar 4 mengandung bahan kimia obat, 3 TMS penandaan
Kenaikan rata-rata				18,6	

Sumber : Laporan tahunan Seksi Pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya, 2001

Keterangan : OT = Obat Tradisional
MS = Memenuhi Syarat
TMS = Tidak Memenuhi Syarat

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan rata-rata 18,6% obat tradisional yang tidak memenuhi syarat (TMS). Obat tradisional TMS tersebut meliputi tidak terdaftar, mengandung bahan kimia obat dan TMS penandaan (tidak mencantumkan tanggal daluwarsa, tidak mencantumkan komposisi, tidak mencantumkan nomor kode produksi).

Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu unit pelaksana teknis di lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan menyelenggarakan fungsi :

- a. Penyusunan rencana dan program obat dan makanan.
- b. Pelaksanaan pemeriksaan secara laboratorium, pengujian dan penilaian mutu produk terapeutik, narkotika, psikotropika dan zat aditif lain, obat tradisional, kosmetik, produk komplement, pangan dan bahan berbahaya.
- c. Pelaksanaan pemeriksaan laboratorium, pengujian dan penilaian mutu produk secara mikrobiologi.
- d. Pelaksanaan pemeriksaan setempat, pengambilan contoh dan pemeriksaan pada sarana produksi dan distribusi.
- e. Pelaksanaan penyidikan dan penyidikan pada kasus pelanggaran hukum.
- f. Pelaksanaan sertifikasi produk, sarana produksi dan distribusi tertentu yang ditetapkan oleh Kepala Badan.
- g. Pelaksanaan kegiatan layanan informasi konsumen.
- h. Evaluasi dan penyusunan laporan pengujian obat dan makanan.
- i. Pelaksanaan urusan tata usaha dan kerumahtanggaan.
- j. Pelaksanaan tugas lain yang ditetapkan oleh Kepala Badan, sesuai dengan bidang tugasnya.

(SK Kepala Badan POM, Mei 2001).

Sesuai dengan penyelenggaraan fungsi Balai Besar POM Surabaya bahwa mutu dan keamanan obat tradisional yang beredar di pasaran merupakan salah satu tanggung jawabnya maka bidang pengujian produk terapeutik, narkotika, obat tradisional, kosmetika dan produk komplement senantiasa mengadakan perbaikan dan

peningkatan pelayanan kepada konsumen. Hal ini dibuktikan dengan sering mengikut sertakan petugas pengujian pada berbagai pelatihan, seminar, studi banding ke Balai Besar POM lainnya, studi banding ke luar negeri dan menggunakan peralatan yang canggih untuk melakukan pengujian, serta membuka unit layanan pengaduan konsumen (ULPK) yang telah diresmikan oleh Kepala Badan POM pada tanggal 17 Agustus 2001. Namun itu semua tidak meningkatkan jumlah konsumen yang mengujikan produknya, khususnya obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya. Berikut ini tabel tentang jumlah sampel obat tradisional yang diujikan di Balai Besar POM Surabaya pada periode April-Agustus 1998 sampai dengan April-Agustus 2001.

Tabel 1.2 Jumlah Sampel Obat Tradisional yang diujikan di Balai Besar POM Surabaya pada periode April - Agustus 1998 sampai dengan April - Agustus 2001

Periode	Jumlah sampel yang diujikan	Trend (%)	Keterangan
April – Agustus 1998	8	0	7 dari pengusaha kecil obat tradisional 1 dari pihak III
April – Agustus 1999	11	Naik 37,5	9 dari pengusaha kecil obat tradisional 2 dari pihak III
April – Agustus 2000	30	Naik 172,7	21 dari pengusaha kecil obat tradisional 9 dari pihak III
	Kenaikan rata-rata 105,1		
April – Agustus 2001	13	Turun 130,8	11 dari pengusaha kecil obat tradisional 2 dari pihak III

Sumber : TU Pengujian Balai Besar POM Surabaya,2001

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pada periode April – Agustus 1998 sampai dengan April – Agustus 2000 ada kenaikan rata-rata 105,1% jumlah konsumen yang mengujikan sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya,

namun pada periode April – Agustus 2001 terjadi penurunan sebesar 130,8%. Hal ini bersamaan dengan diberlakukannya tarif baru oleh Badan POM RI pada bulan Mei 2001 (PP No. 17 tahun 2001).

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya pada periode April – Agustus 2001.

Di bawah ini adalah data omzet rata-rata per bulan pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya. Berdasarkan hasil survei pendahuluan pada bulan November 2001 dengan metode wawancara langsung 6 responden.

Tabel 1.3 Hasil survei pendahuluan pada bulan November 2001 terhadap 6 pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya mengenai total omzet rata-rata per bulan.

Asal Daerah / Dati II	Jumlah Responden	Total omzet rata-rata per bulan (Rp)	Keterangan
Kota Surabaya	1	60.000.000,-	Responden adalah pemilik IKOT
	1	40.000.000,-	Responden adalah pemilik IKOT
	1	30.000.000,-	Responden adalah pemilik IKOT
	1	25.000.000,-	Responden adalah pemilik IKOT
	2	15.000.000,-	Responden adalah pemilik IKOT

Sumber : Data primer hasil survei pendahuluan peneliti pada bulan November 2001

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa omzet rata-rata per bulan pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya bervariasi mulai dari Rp. 15.000.000,- sampai dengan di atas Rp. 60.000.000,-. Ini logikanya bahwa kalau pengusaha kecil obat tradisional mengujikan produknya 1 kali saja di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, para pengusaha kecil tersebut masih mampu. Namun kenyataannya tidak

semua pengusaha kecil mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Balai Besar POM Surabaya memiliki dua pesaing yang mempunyai jenis pengujian dan pangsa pasar yang hampir sama. Ke dua pesaing tersebut adalah Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) dan laboratorium milik Fakultas Farmasi UNAIR. Untuk dapat bersaing dengan baik Laboratorium Balai Besar POM Surabaya harus mampu menunjukkan kelebihanannya, mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan dan harapan konsumen, mampu berinovasi dan mampu memberikan nilai tambahan kepada konsumen. Hal ini sangat diperlukan untuk masa yang akan datang karena pada saat ini sudah banyak berdiri laboratorium-laboratorium swasta seperti Sucofindo, laboratorium milik Fakultas Farmasi Widya Mandala, laboratorium milik Fakultas Farmasi Surabaya, yang memiliki jenis pengujian dan pangsa pasar yang hampir sama dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Walaupun laboratorium swasta tersebut pada saat ini bukan merupakan pesaing laboratorium Balai Besar POM Surabaya namun kondisi ini perlu diwaspadai dan diantisipasi untuk masa mendatang.

Berikut ini adalah data perbandingan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dan kedua pesaingnya yaitu Balai Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) dan Laboratorium milik Fakultas Farmasi UNAIR, berdasarkan hasil survei pendahuluan pada November 2001.

Tabel 1.4 Data Balai Besar POM Surabaya dan 2 Pesaingnya (Balai Labkesda) dan (Fakultas Farmasi UNAIR) berdasarkan hasil survei pendahuluan pada Nopember 2001.

Nama dan alamat institusi	Sampel yang diuji	Jumlah sampel obat tradisional yang diuji rata-rata per bulan	Jumlah tenaga Lab. yang menangani sampel OT dan pendidikannya	Tarif rata-rata untuk menguji-kan sampel obat tradisional (bentuk serbuk)	Kemampuan sarana dan prasarana	Waktu mengeluarkan hasil uji
Balai Besar POM Surabaya, Jl. Karang Menjangan 20 Surabaya.	Obat, Makmin, Kosalkes, obat tradisional, Napza	30 terbagi atas : 14 sampel proyek 5 sampel rutin 2 sampel khusus 2 sampel pabrik 6 sampel pengusahaan kecil OT	16 orang terdiri dari : 5 orang SAA 4 orang Apoteker 2 orang Sarjana lain 2 orang D-3 3 orang Analisis Kesehatan	Rp. 1.100.000	Mampu	± 1 bulan
Balai Labkesda, Jl. Karang Menjangan 8 Surabaya.	Lingkungan (Obat, Makmin, Kosalkes, obat tradisional.	2	6 orang Analisa Kesehatan 3 orang Sarjana 2 orang Apoteker 1 orang S-2	Rp. 361.000	Mampu	± 10 hari
Fakultas Farmasi UNAIR Jl. Dharmawangsa Dalam Surabaya	Obat, Makmin, Kosmetika, obat tradisional, bahan baku kimia.	10 terbagi atas : 7 sampel rutin 3 sampel insidental	4 orang terdiri dari : 1 orang S-3 2 orang S-2 3 orang S-1	Rp. 250.000	Mampu	± 10 hari

Sumber : Hasil survei pendahuluan pada Nopember 2001

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan tarif uji obat tradisional yang cukup mencolok antara Laboratorium Balai Besar POM Surabaya (Rp. 1.100.000,-), Balai Labkesda (Rp. 361.000,-) dan FF UNAIR (Rp. 250.000,-).

Tingginya tarif uji di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ini kemungkinan disebabkan oleh peralatan dan teknologi yang dipakai cukup canggih serta jumlah tenaga cukup banyak, selain itu tarif uji ini sudah ditentukan oleh Badan POM RI yang merupakan organisasi induk dari Balai Besar POM Surabaya. Badan POM RI ini berhak mengeluarkan ijin edar (nomor registrasi) obat tradisional, sehingga diharapkan walaupun tarifnya tinggi Badan POM RI memberi kemudahan perizinan kepada pengusaha kecil obat tradisional yang mengujikan produknya di Balai Besar POM Surabaya.

Berdasarkan data tersebut di atas diduga banyak masalah di Balai Besar POM Surabaya, namun masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh Pengusaha Kecil Obat Tradisional pada periode April – Agustus 2001 rendah yang hanya mencapai 16,4% dari 67 Industri Kecil Obat Tradisional di Surabaya.

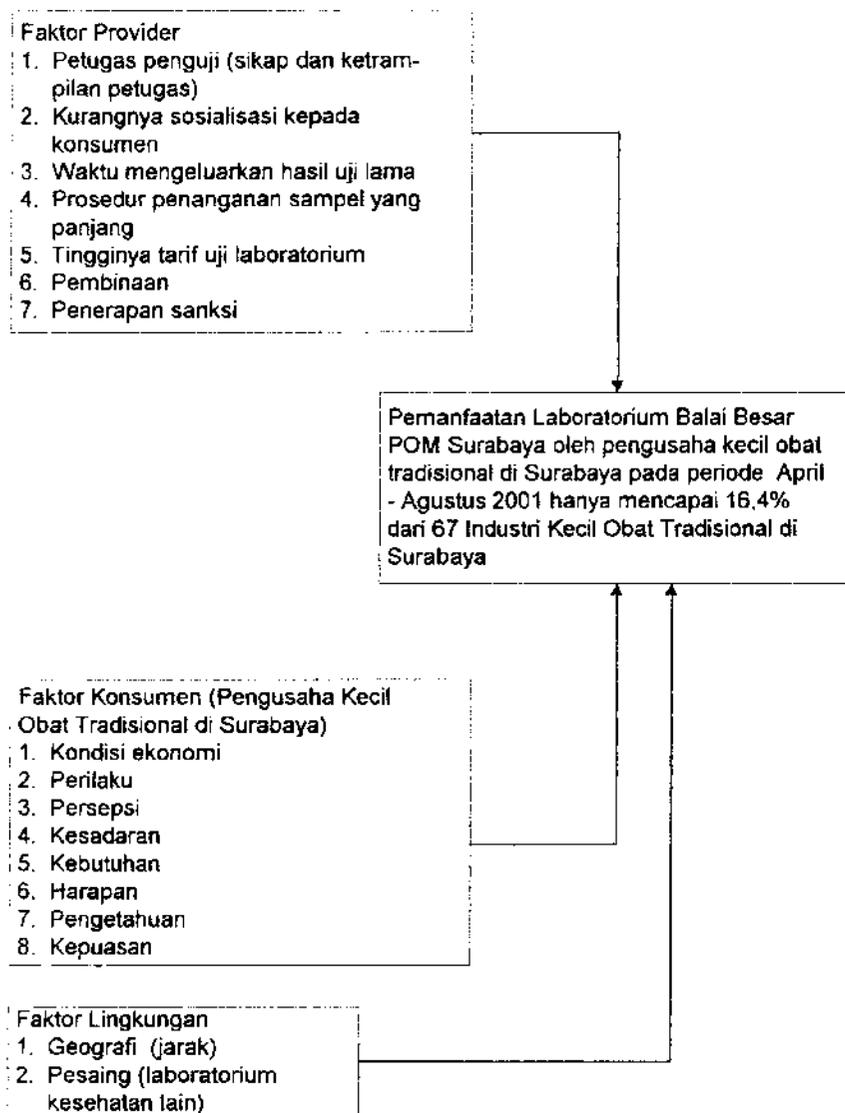
Dari uraian tersebut di atas disimpulkan bahwa rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor antara lain pelayanan laboratorium pada saat ini yang belum sesuai dengan harapan konsumen misalnya waktu mengeluarkan hasil uji yang relatif lama (bisa lebih dari 1 bulan), prosedur penanganan sampel yang panjang, sikap dan perilaku petugas yang masih berjalan kaku dan kurang komunikatif. Tingginya tarif uji laboratorium jika dibandingkan dengan kedua pesaing yang ada, kurangnya

penerapan sanksi bila terjadi pelanggaran di bidang obat tradisional, kurangnya sosialisasi kepada konsumen, sikap dan perilaku konsumen, dan faktor lain.

Pada penelitian ini dilakukan upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dengan memakai konsep 7P (*Product, Place, Promotion, Price, People, Physical evidence, Process*) dari Zeithaml dan Bitner (1996), teori utilisasi dari Alan Dever (1984), dan teori kebutuhan dan harapan dari Sukirno (1999).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah tersebut di atas, faktor yang kemungkinan menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya pada periode April – Agustus 2001 yang hanya mencapai 16,4% dari 67 Industri Kecil Obat Tradisional di Surabaya adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1 Identifikasi Masalah

Dari gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa faktor yang kemungkinan menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional pada periode April – Agustus 2001 yang hanya mencapai 16,4% dari 67 Industri Kecil Obat Tradisional di Surabaya adalah :

Faktor Provider

1. Petugas penguji

Faktor petugas penguji yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya pada periode April – Agustus 2001 diantaranya adalah sikap dan perilaku petugas penguji. Sikap dan perilaku petugas yang sering dikeluhkan konsumen seperti kurang ramah, tidak menghargai dan kurang komunikatif. Selama ini petugas kurang memperhatikan mutu pelayanan, seperti proses pemberian pelayanan yang berjalan kaku dengan komunikasi yang tidak lengkap dan waktu yang lama (Fatria N.K, 2001).

Balai Besar POM Surabaya sebagai salah satu instansi pemerintah seharusnya memberi pelayanan prima kepada konsumennya sebagaimana dalam Keppres No. 3 tahun 1993.

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan oleh lembaga administrasi publik kepada para pelanggan atau masyarakat, sehingga pelanggan atau masyarakat mendapat kepuasan.

Faktor keberhasilan pelayanan prima adalah :

1. Faktor internal (struktur organisasi, SDM, finansial, peralatan)
2. Faktor eksternal (tuntutan pelanggan / masyarakat, ketersediaan sarana)

3. Faktor kepemimpinan (moral, ketrampilan)

Selain itu Berry dan rekan-rekan juga menekankan pentingnya kualitas jasa, yang meliputi lima aspek kunci, diantaranya adalah jaminan, pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan (Payne A, 2001).

2. Kurangnya sosialisasi kepada konsumen

Memperkenalkan produk jasa merupakan salah satu unsur dalam pemasaran jasa. Promosi merupakan alat yang dapat digunakan oleh organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasarannya. Untuk itu apabila suatu produk jasa ingin dikenal dan diminati maka harus disosialisasikan kepada konsumen melalui promosi. Promosi jasa mencakup sejumlah bidang utama. Bidang-bidang ini, meliputi unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Periklanan
- b. Penjualan personal
- c. Promosi penjualan
- d. Hubungan masyarakat
- e. *Word of mouth*
- f. Pos langsung (*direct mail*)

(Payne, 2001)

3. Waktu pengeluaran hasil uji

Salah satu faktor yang kemungkinan menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya adalah lamanya mengeluarkan hasil uji yang bisa

lebih dari satu bulan. Hal ini seharusnya tidak perlu terjadi jika semua pihak termasuk petugas penguji menyadari bahwa harus memberikan kepuasan kepada konsumen. Apabila di dalam benak konsumen sudah terlintas bahwa mengujikan sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya waktunya lama maka konsumen akan enggan membeli produk jasa yang ditawarkan.

Balai Besar POM Surabaya bisa memilih salah satu atau lebih dari lima dimensi kualitas jasa dalam mengembangkan posisinya yang efektif, yaitu pada dimensi kehandalan, tanggapan, *assurance*, *empati* dan *tangible*. Salah satu yang dibahas di sini adalah dimensi tanggapan.

Tanggapan adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera (Yazid, 1999). Pengertian segera disini bisa diterjemahkan secepat mungkin termasuk dalam kaitannya dengan mengeluarkan hasil uji tidak harus satu bulan, mungkin 2 minggu selesai hasilnya bisa segera dikeluarkan dan diserahkan kepada konsumen.

4. Prosedur penanganan sampel yang panjang.

Pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*), lebih baik (*better*). Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu : dimensi waktu, dimensi biaya, dan dimensi kualitas (Gaspersz, 2000).

Yang berkaitan dengan prosedur yang panjang adalah dimensi waktu dalam hal ini waktu yang lama, pada umumnya konsumen tidak menghendaki prosedur panjang. Oleh karena itu perlu diadakan penyederhanaan prosedur agar

sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Penyederhanaan prosedur dimaksud berkaitan dengan karakteristik pelayanan yaitu *smaller*.

5. Tingginya Tarif Uji Laboratorium

Tarif uji Laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah yang tertinggi dibandingkan ke dua pesaingnya, namun pada saat ini Balai Besar POM Surabaya belum pernah melakukan penghitungan unit *cost* untuk tiap jenis sediaan. Selain daripada itu Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menggunakan peralatan canggih dan teknologi tinggi yang perlu biaya besar untuk pengadaan maupun pemeliharannya serta perlu biaya besar pula untuk akreditasi. Oleh karena itu tarif uji yang tinggi ini bukan merupakan satu-satunya faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya melainkan ada faktor lain yang kemungkinan turut mempengaruhi.

6. Pembinaan

Salah satu faktor yang kemungkinan turut mempengaruhi rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya adalah pembinaan.

Selama ini Balai Besar POM Surabaya lebih banyak melakukan pembinaan daripada penerapan sanksi terhadap pengusaha kecil obat tradisional yang melakukan pelanggaran seperti tidak mendaftarkan produknya, menambah bahan kimia obat ke dalam produknya dan tidak memenuhi syarat penandaan sehingga pengusaha kecil obat tradisional ini belum merasa perlu mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

7. Sanksi

Apabila pengusaha kecil obat tradisional yang melakukan pelanggaran tersebut sudah dibina oleh petugas Balai Besar POM Surabaya tetapi masih tetap melanggar, misalnya tetap mengedarkan produknya yang belum terdaftar maka langkah selanjutnya adalah pemberian sanksi, sanksi tersebut bisa berupa sanksi administrasi yaitu penutupan sementara sampai dengan pencabutan ijin edar (nomor registrasi) dan sanksi pidana apabila produknya sampai membahayakan kesehatan masyarakat misalnya adanya kasus keracunan.

Selama ini Balai Besar POM Surabaya belum sepenuhnya menerapkan sanksi kepada pengusaha kecil obat tradisional yang melakukan pelanggaran. Seharusnya sanksi ini lebih banyak diterapkan agar pengusaha kecil obat tradisional mengujikan produknya di laboratorium sebelum mengedarkan produknya di pasaran.

Faktor Konsumen

1. Kondisi ekonomi

Salah satu faktor yang ikut mempengaruhi rendahnya pemanfaatan laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya adalah kondisi ekonomi, dimana sebagian besar (70%) pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya tergolong kelas ekonomi lemah, sehingga merasa tidak mampu untuk mengujikan produknya di Balai Besar POM Surabaya, padahal salah satu persyaratan untuk mendaftarkan produknya di Badan POM RI harus disertai hasil uji laboratorium yang dikeluarkan oleh Balai Besar POM Surabaya atau laboratorium Pemerintah lainnya. Selain daripada itu pengusaha

kecil obat tradisional sendiri belum menyadari pentingnya pengujian laboratorium yang sebenarnya untuk mengetahui keamanan produk dan melindungi masyarakat yang mengkonsumsinya.

2. Perilaku konsumen (pengusaha kecil OT)

Faktor perilaku konsumen yang kemungkinan menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya adalah kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis.

Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan, dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (Mangkunegara, 1987).

Kekuatan sosial budaya yang kemungkinan dominan menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah tingkat sosial, karena sebagian besar pengusaha kecil obat tradisional adalah golongan sosial rendah yang masih memandang bahwa pengujian laboratorium tidak harus dilakukan karena mengeluarkan biaya yang besar, sedangkan kekuatan psikologis yang kemungkinan dominan adalah sikap dan keyakinan yang cenderung enggan mengujikan produknya di Balai Besar POM Surabaya. Karena tanpa diujikan pun produknya tidak membahayakan kesehatan manusia.

3. Persepsi konsumen (pengusaha kecil OT)

Persepsi pengusaha kecil OT terhadap pengujian produknya di Balai Besar POM Surabaya pada dasarnya ada dua, yaitu :

- a. Menganggap bahwa pengujian itu penting dilakukan untuk menjaga mutu, keamanan dan melindungi masyarakat dari hal-hal yang merugikan kesehatan akibat mengkonsumsi produknya.
- b. Menganggap bahwa pengujian itu tidak penting karena selama ini tanpa diuji pun produknya tidak membahayakan kesehatan bagi masyarakat yang mengkonsumsi produknya.

Terhadap pendapat yang kedua ini kemungkinan yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Jawa Timur.

4. Kesadaran konsumen

Rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya kemungkinan disebabkan oleh kesadaran konsumen yang masih rendah untuk mengujikan produknya, terutama untuk produk lama yang seharusnya diuji.

Hal ini didukung oleh data yang ada, yakni hanya 16,42% pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Dari 16,4% yang mengujikan produknya seluruhnya produk baru, sedangkan untuk produk lama yang diujikan jumlahnya hanya berkisar 10% dari seluruh industri kecil obat tradisional di Surabaya yang berjumlah 67 industri.

5. Kebutuhan konsumen (pengusaha kecil OT)

Rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya kemungkinan disebabkan oleh belum

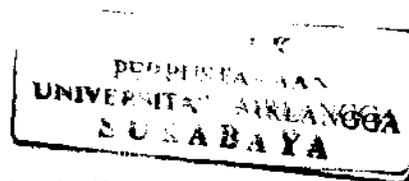
terpenuhinya / terpuasnya kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa tidak perlu mengujikan produknya karena pengujian bukan merupakan keharusan dan kebutuhannya. Pengujian hanya merupakan salah satu persyaratan untuk mengajukan nomor registrasi (No. TR). Oleh karena itu perlu menemukan dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai dasar untuk meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

6. Harapan konsumen

Pemahaman terhadap ekspektasi (harapan) adalah persyaratan untuk meningkatkan kualitas dan mencapai kepuasan total konsumen. Apabila konsumen terpuasi, maka akan mengujikan lagi bahkan bisa memberi advokasi kepada orang lain sehingga kemungkinan pemanfaatan laboratorium akan meningkat.

Mekanisme untuk memahami ekspektasi konsumen dapat menggunakan suatu kerangka kerja berdimensi dua, di mana dimensi pertama mengklasifikasikan pendekatan yang dilakukan oleh provider bergerak dari mode reaktif ke proaktif, sedangkan dimensi kedua mengindikasikan tingkat pemahaman yang mungkin dicapai oleh setiap mekanisme (Gaspersz, 2000).

Mungkin pendekatan yang dilakukan oleh provider baru pada mode reaktif saja sehingga masih perlu ditingkatkan lagi ke mode proaktif bahkan ke tingkat pemahaman ekspektasi konsumen.



7. Pengetahuan konsumen (pengusaha kecil OT)

Sebagian besar konsumen yang mengujikan sampel obat tradisionalnya di Balai Besar POM Surabaya adalah pengusaha kecil golongan sosial rendah, yang tingkat pengetahuannya juga terbatas. Dengan tingkat pengetahuan yang terbatas ini konsumen sulit menerima penjelasan, penyuluhan, maupun motivasi dari provider akan pentingnya arti pengujian bagi produknya. Akibatnya banyak konsumen yang tidak mengujikan produknya (Data Pengujian Balai Besar POM, 2001).

8. Kepuasan konsumen (pengusaha kecil OT)

Dalam lingkungan yang cepat berubah, komitmen terhadap kualitas pada setiap tahap proses dan penyiapan jasa memungkinkan para provider mampu mengantisipasi dan memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa berubah. Konsep kualitas lebih dari sekedar memenuhi spesifikasi barang. Kualitas mengimplikasikan memenuhi atau melebihi harapan tentang ketepatan waktu, akurasi pekerjaan, kecepatan tanggapan, dan unjuk kerja.

Membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan kenyataan. Teori kepuasan konsumen selalu didasarkan kepada upaya peniadaan atau paling sedikit upaya penyempitan gap antara harapan dan kenyataan (Yazid, 1999 dan Gaspersz Vincent, 2000).

Rendahnya pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya kemungkinan disebabkan oleh

konsumen yang kurang terpuasi dengan kondisi laboratorium yang tersedia saat ini.

Faktor lingkungan

1. Geografi

Faktor geografi yang berpengaruh adalah jarak. Walaupun jarak perusahaan dengan Balai Besar POM Surabaya tidak jauh, namun faktor kemudahan transportasi dan dekatnya pelayanan (mengambil sampel ke perusahaan yang akan mengujikan) merupakan faktor pertimbangan yang sangat penting. Oleh karena itu kemudahan transportasi dan pendekatan pelayanan kepada konsumen perlu diperhatikan.

2 Pesaing

Balai Besar POM Surabaya hanya memiliki dua pesaing yaitu Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) dan laboratorium milik Fakultas Farmasi UNAIR. Namun walaupun jumlah pesaingnya sedikit laboratorium Balai Besar POM Surabaya harus mengantisipasi adanya persaingan yang lebih banyak pada masa mendatang. Untuk dapat berkompetisi dengan baik maka Laboratorium Balai Besar POM Surabaya harus memiliki kelebihan dibandingkan pesainnya, harus inovatif dan menyediakan pelayanan jasa pengujian sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

1.3. Justifikasi Penelitian

Banyaknya faktor yang menyebabkan terjadinya masalah, namun pada penelitian ini dibatasi pada faktor yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya yaitu faktor provider, faktor konsumen dan faktor lingkungan.

Kondisi laboratorium masa yang akan datang akan sangat berbeda dengan kondisi laboratorium saat sekarang sehingga pada saat yang akan datang kemungkinan akan terjadi kompetisi. Untuk dapat berkompetisi dengan baik laboratorium harus memiliki perbedaan (*distinct*) dan nilai tambah (*value added*) dibandingkan dengan pesaingnya. Laboratorium harus dapat menyediakan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen, yang dimaksud dengan konsumen pada penelitian ini adalah pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

Agar pelayanan laboratorium sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen maka perlu dilakukan analisis kebutuhan dan harapan konsumen terhadap pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dengan alat jendela pelanggan, setelah itu dilakukan FGD. Selanjutnya hasil analisis dan rekomendasi FGD dipakai sebagai dasar menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya berdasarkan aspek 7P (*Product, Place, Promotion, Price, People, Physical evidence, Process*) yang dikembangkan oleh Zeithaml dan Bitner (1996). Aspek 7P ini dikaitkan dengan kebutuhan dan harapan konsumen tentang pelayanan laboratorium dan dengan pelayanan laboratorium yang tersedia saat ini.

1.4. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kesadaran konsumen untuk mengujikan sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya ?

2. Apa yang menjadi kebutuhan konsumen terhadap pengujian sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya ?
3. Apa yang menjadi harapan konsumen terhadap pengujian sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya dari aspek 7P ?
4. Bagaimana kondisi pelayanan laboratorium yang tersedia saat ini di Balai Besar POM Surabaya dari aspek 7P ?
5. Bagaimana upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya berdasarkan aspek 7P ?

1.5. Tujuan Penelitian

Umum :

Menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya berdasarkan aspek 7P.

Khusus :

1. Mengidentifikasi kesadaran konsumen untuk mengujikan sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya.
2. Menganalisis kebutuhan konsumen terhadap pengujian sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya.
3. Menganalisis harapan konsumen terhadap pengujian sampel obat tradisional di Balai Besar POM Surabaya dari aspek 7P.
4. Menganalisis kondisi pelayanan laboratorium yang tersedia saat ini di Balai Besar POM Surabaya dari aspek 7P.

5. Merumuskan upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya berdasarkan aspek 7P.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Balai Besar POM Surabaya

Sebagai bahan masukan agar dapat lebih korektif, mawas diri dan adaptif terhadap perkembangan dan perubahan yang terjadi serta memberikan layanan pengujian laboratorium sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat dimasa yang akan datang khususnya bagi pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

2. Bagi Badan POM RI

- a. Sebagai masukan agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini karena dianggap terlalu mahal oleh konsumen.
- b. Sebagai masukan agar pengusaha kecil obat tradisional yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya diberi kemudahan untuk mendapatkan ijin edar (nomor registrasi).

3. Bagi Peneliti

Sebagai latihan dan pelajaran yang sangat berharga untuk menulis penelitian dan memenuhi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen Pelayanan Kesehatan Program Pascasarjana Universitas Airlangga.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Balai Besar POM

Balai Besar POM adalah salah satu unit pelaksana teknis di lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM) mempunyai tugas melaksanakan kebijakan di bidang pengawasan produk terapan, narkotika, psikoaktif dan zat adiktif lain, obat tradisional, kosmetik, produk komplement, keamanan pangan dan bahan berbahaya (Badan POM RI, 2001).

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana tersebut di atas, unit pelaksana teknis di lingkungan Badan POM menyelenggarakan fungsi :

- a. Penyusunan rencana dan program pengawasan obat dan makanan.
- b. Pelaksanaan pemeriksaan secara laboratorium, pengujian dan penilaian mutu produk terapan, narkotika, psikoaktif dan zat adiktif lain, obat tradisional, kosmetik, produk komplement, pangan dan bahan berbahaya.
- c. Pelaksanaan pemeriksaan laboratorium, pengujian dan penilaian mutu produk secara mikrobiologi.
- d. Pelaksanaan pemeriksaan setempat, pengambilan contoh dan pemeriksaan pada sarana produksi dan distribusi.
- e. Pelaksanaan penyelidikan dan penyidikan pada kasus pelanggaran hukum.
- f. Pelaksanaan sertifikasi produk, sarana produksi dan distribusi tertentu yang ditetapkan oleh Kepala Badan.
- g. Pelaksanaan kegiatan layanan informasi konsumen.

- h. Evaluasi dan penyusunan laporan pengujian obat dan makanan.
- i. Pelaksanaan urusan tata usaha dan kerumahtanggaan.
- j. Pelaksanaan tugas lain yang ditetapkan oleh Kepala Badan, sesuai dengan bidang tugasnya.

(Badan POM RI, 2001).

Dari seluruh fungsi tersebut di atas, Balai Besar POM Surabaya sudah melaksanakannya. Namun sejauh ini kebutuhan dan harapan konsumen untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum diantisipasi, sehingga pemanfaatan laboratorium oleh pengusaha kecil obat tradisional di Jawa Timur masih rendah.

Susunan organisasi Balai Besar POM terdiri dari :

- a. Bidang pengujian produk terapeutik, narkotika, obat tradisional, kosmetika dan produk komplimen.
- b. Bidang pengujian pangan dan bahan berbahaya.
- c. Bidang pengujian mikrobiologi.
- d. Bidang pemeriksaan dan penyidikan.
- e. Bidang sertifikasi dan layanan informasi konsumen.
- f. Subbagian tata usaha.
- g. Kelompok jabatan fungsional.

Bidang pengujian produk terapeutik, narkotika, obat tradisional, kosmetik dan produk komplimen mempunyai tugas melaksanakan penyusunan rencana dan program serta evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan pemeriksaan secara

laboratorium, pengujian dan penilaian mutu di bidang produk terapeutic, narkotika, obat tradisional, kosmetik dan produk komplement (Badan POM RI, 2001).

Menentukan arah organisasi.

Badan POM merupakan organisasi yang dikembangkan oleh Ditjen POM, yang mempunyai tujuan serta hasil-hasil yang ingin dicapai. Semua pemikiran tersebut dituangkan dalam kalimat yang lazim disebut visi, sedangkan bagaimana visi tersebut dilaksanakan agar tujuan organisasi dapat tercapai dituangkan dalam kalimat yang lazim disebut misi.

Visi dan misi Balai Besar POM Surabaya mengikuti organisasi di atasnya yaitu Badan POM RI karena Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu unit pelaksana teknis Badan POM RI Jakarta.

Visi Badan POM ditetapkan oleh semua anggota organisasi (Shared Vision) oleh karena bukan merupakan organisasi baru.

Berikut adalah visi dan misi organisasi Badan POM, yang merupakan organisasi pusat yang membawahi Balai Besar POM.

Visi Badan POM

Menjadi institusi terpercaya yang diakui secara internasional di bidang pengawasan obat dan makanan untuk melindungi kesehatan masyarakat.

Misi Badan POM

1. Melindungi kesehatan masyarakat dari resiko peredaran produk terapeutic, alat kesehatan, obat tradisional, produk komplement dan kosmetik yang tidak

memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan khasiat/kemanfaatan serta produk pangan yang tidak aman dan tidak layak dikonsumsi.

2. Melindungi masyarakat dari bahaya penyalahgunaan dan penggunaan yang salah dari produk obat, narkotik psikotropik dan zat adiktif serta resiko akibat penggunaan produk dan bahan berbahaya.
3. Mengembangkan obat asli Indonesia dengan mutu, khasiat dan keamanan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan dapat digunakan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat (Profile Badan POM, 2001).

Fungsi Badan POM

1. Pengaturan, regulasi, dan standardisasi.
 2. Lesensi dan sertifikasi industri di bidang farmasi berdasarkan cara-cara produksi yang baik.
 3. Evaluasi produk sebelum diizinkan beredar.
 4. *Post marketing vigilance* termasuk sampling dan pengujian laboratorium, pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, penyidikan dan penegakan hukum.
 5. Pre-audit dan pasca-audit iklan dan promosi produk.
 6. Riset terhadap pelaksanaan kebijakan pengawasan obat dan makanan.
 7. Komunikasi, informasi dan edukasi publik termasuk peringatan publik.
- (Profile Badan POM, 2001).

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu laboratorium Balai Besar POM dan Balai POM diseluruh Indonesia yang bertugas untuk melakukan pengujian dan penilaian mutu di bidang produk terapeutik, narkotika, obat

tradisional, kosmetika dan produk komplimen. Namun pada penelitian ini dibatasi pada pengujian dan penilaian mutu di bidang obat tradisional, khususnya terhadap produk obat tradisional yang berasal dari pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

Obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan galenic atau campuran dari bahan-bahan tersebut, yang secara tradisional digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman (Depkes RI, 1992) dan (Permenkes RI, 1990).

Industri kecil obat tradisional adalah industri obat tradisional dengan total asset tidak lebih dari Rp. 600.000.000,- (enam ratus juta rupiah), tidak termasuk harga tanah dan bangunan (Depkes RI, 1992 dan Permenkes RI, 1990).

Pengusaha kecil obat tradisional adalah pengusaha di bidang obat tradisional dengan total asset tidak lebih dari Rp. 600.000.000,- (enam ratus juta rupiah), tidak termasuk harga tanah dan bangunan. Jumlah pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya sampai dengan bulan Agustus 2001 sebanyak 67 pengusaha (Seksi Pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya, 2001).

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya bukan merupakan satu-satunya laboratorium pemerintah yang ada di Surabaya melainkan mempunyai dua pesaing yaitu Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) dan Fakultas Farmasi UNAIR yang produknya hampir sama. Untuk bisa bersaing dengan baik Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dituntut untuk memiliki *distinct* dibandingkan dengan kedua pesaingnya. *Distinct* tersebut bisa berupa *value added*, misalnya mengambil produk ke tempat yang akan mengujikan produknya di Balai Besar POM Surabaya,

membantu memberikan masukan kepada Badan POM agar memberikan kemudahan memperoleh nomor registrasi atau ijin edar bagi yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, memperpendek waktu mengeluarkan hasil uji laboratorium dan menyederhanakan prosedur penanganan sampel.

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya harus bisa bersaing dengan kedua pesaingnya, karena sudah menggunakan peralatan canggih, teknologi tinggi dan sudah terakreditasi serta didukung oleh sumber daya manusia yang jumlahnya 138 orang.

Untuk dapat bersaing dengan baik, laboratorium harus dapat menyediakan pelayanan kepada konsumen khususnya pengusaha kecil obat tradisional sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini dan pada masa mendatang.

Dengan melakukan analisis kebutuhan dan harapan pengusaha kecil obat tradisional terhadap pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dengan alat jendela pelanggan, maka hasilnya akan dipakai sebagai dasar menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya. Upaya yang sesuai dengan pelayanan kesehatan khususnya laboratorium terutama pada saat kompetisi adalah upaya berdasarkan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) yang dikembangkan oleh Zeithaml dan Bitner (1996). Selain itu juga bisa dikembangkan pelayanan aspek kunci (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) (Parasuraman, 1991).

Menurut Parasuraman (1991), pengguna jasa dapat menilai mutu jasa yang diterima berdasarkan lima dimensi jasa, yaitu :

1. Faktor fisik (*tangibles*), yaitu penampilan fasilitas fisik laboratorium, perlengkapan dan kelengkapan peralatan pengujian, penampilan petugas pengujian.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten, prosedur yang tidak berbelit, ketepatan jadwal mengeluarkan hasil uji, memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti merupakan keandalan suatu pelayanan jasa.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan memberikan layanan cepat dan membantu konsumen, misalnya kecepatan dalam menerima pengusaha kecil obat tradisional yang akan mengujikan produknya, kecepatan dalam mengeluarkan hasil uji, membantu konsumen yang tidak mengerti.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, sopan santun, kemampuan petugas untuk menyampaikan kepastian dan kepercayaan kepada konsumen, kemampuan berkomunikasi.
5. *Empathy*, yaitu perhatian individual dari petugas kepada konsumen, kesediaan petugas untuk menjadi pendengar yang baik.

2.2 Kebutuhan Konsumen

Menurut Sukirno (1999) yang dimaksudkan dengan kebutuhan konsumen adalah keinginan konsumen untuk memperoleh dan mengkonsumsi barang dan jasa. Mangkunegara (1988) mendefinisikan kebutuhan sebagai suatu kesenjangan

atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku-perilaku kecewa. Sebaliknya jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya.

Kebutuhan merupakan fundamen yang mendasari perilaku konsumen. Kita tidak mungkin memahami perilaku konsumen tanpa mengerti kebutuhannya. Kebutuhan konsumen mengandung elemen dorongan biologis, fisiologis, psikologis, dan sosial.

Hierarki kebutuhan menurut Maslow (Mangkunegara, 1998), pada dasarnya kebutuhan manusia itu ada lima yaitu :

1. Kebutuhan fisiologis (*Physiological Needs*), yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat terendah atau disebut pula kebutuhan yang paling dasar.
2. Kebutuhan rasa aman (*Safety and Security*), yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan dan lingkungan hidup.
3. Kebutuhan untuk merasa memiliki (*Belongingness*), yaitu kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi, dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.
4. Kebutuhan akan harga diri (*Esteem*), yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.
5. Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri (*Self Actualization*), yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, *skill*, dan potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide, memberi penilaian dan kritikan terhadap sesuatu.

(Mangkunegara, 1988).

Pada penelitian ini kebutuhan pengusaha kecil obat tradisional untuk mengujikan produknya di Balai Besar POM Surabaya menurut Teori Maslow merupakan kebutuhan untuk merasa memiliki (*Belongingness*) karena pada saat mengujikan terjadi interaksi antara pengusaha dengan petugas pengujian dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri (*Self Actualization*) karena pada saat mengujikan produknya pengusaha kecil ini juga berhak untuk berpendapat dan mengemukakan ide-ide dan memberi penilaian terhadap Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

David Mc Clelland mengemukakan bahwa ada tiga macam kebutuhan, yaitu :

1. Kebutuhan untuk berprestasi (*Need for achievement*) yaitu kebutuhan untuk melakukan pekerjaan lebih baik daripada sebelumnya, selalu berkeinginan untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi.
2. Kebutuhan untuk berafiliasi (*Need for affiliation*) yaitu kebutuhan untuk berafiliasi, yang merupakan dorongan untuk berafiliasi dengan orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain.
3. Kebutuhan akan kekuasaan (*Need for power*) yaitu kebutuhan kekuasaan, yang merupakan dorongan untuk mencapai autoritas, untuk memiliki pengaruh terhadap orang lain.

Pada penelitian ini petugas pengujian laboratorium Balai Besar POM Surabaya seharusnya terdorong ke dalam kebutuhan untuk berprestasi sedangkan bagi pengusaha kecil obat tradisional merupakan kebutuhan untuk berafiliasi, hal ini sama dengan teori kebutuhan dari Maslow (Mangkunegara, 1988).

2.3 Harapan Konsumen

Sebelum mencoba atau menggunakan suatu produk atau jasa konsumen mempunyai harapan terhadap produk atau jasa tersebut.

Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau menggunakan produk atau jasa, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka mutu diinterpretasikan ideal, sedang jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka mutu jasa diinterpretasikan buruk (Payne, 2001).

Harapan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah :

1. Kebutuhan dan keinginan, yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, harapan konsumen akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari orang lain, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh konsumen itu.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran, iklan yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi harapan konsumen akan memberikan dampak negatif.

(Gaspersz, 2000).

Menurut Payne (2001) harapan konsumen bisa tidak terpenuhi karena beberapa sebab, diantaranya adalah konsumen keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan, konsumen keliru menafsirkan *signal-signal* perusahaan, miskomunikasi

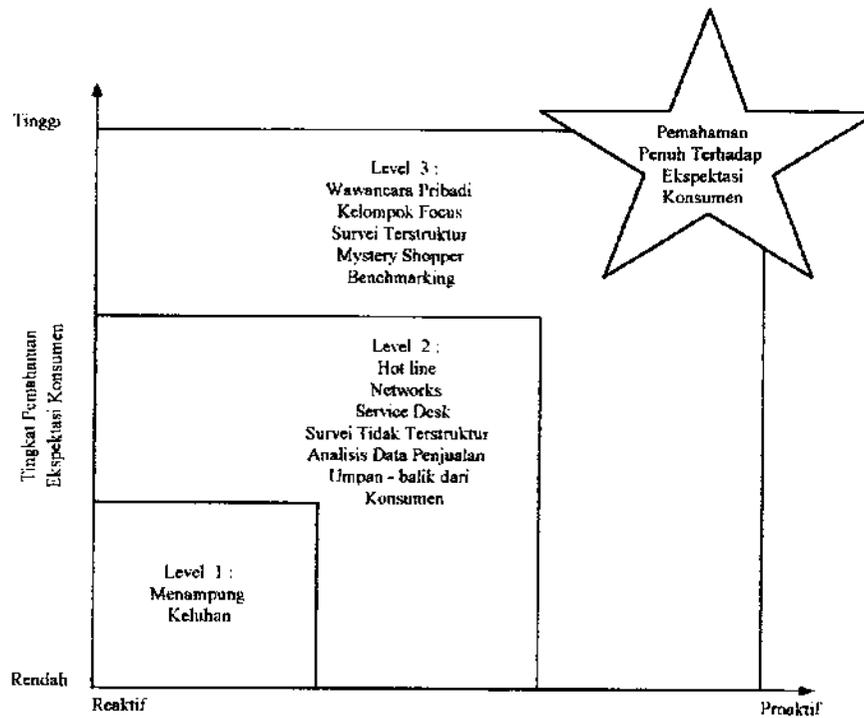
rekomendasi dari mulut ke mulut, miskomunikasi penyediaan jasa oleh pesaing dan kinerja perusahaan jasa yang buruk.

Pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*), dan lebih baik (*better*). Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu : dimensi waktu, dimensi biaya, dan dimensi kualitas (Gaspersz, 2000).

Harapan konsumen dapat dibentuk melalui komunikasi perusahaan kepada konsumen. Selanjutnya harapan itu akan meningkat atau bahkan menurun setelah konsumen berkomunikasi atau berinteraksi dengan konsumen lain. Secara singkat Zeithaml dan Bitner (1996) menyebutnya sebagai Gap kualitas jasa. Motivasi konsumen untuk menutup gap kualitas jasa lebih besar daripada untuk barang (Yazid, 1999).

Pemahaman terhadap harapan konsumen adalah prasyarat untuk peningkatan kualitas dan mencapai kepuasan total konsumen (Gaspersz, 2000).

Mekanisme untuk memahami harapan konsumen dapat menggunakan suatu kerangka kerja berdimensi dua, dimana dimensi pertama mengklasifikasikan pendekatan yang dilakukan oleh produsen bergerak dari mode reaktif ke proaktif, sedangkan dimensi kedua mengindikasikan tingkat pemahaman yang mungkin dicapai oleh setiap mekanisme. Kedua dimensi ini ditunjukkan dalam gambar berikut ini :



Sumber : Gaspersz, 2000

Gambar 2.1 Mekanisme untuk Memahami Ekspektasi Konsumen

2.4 Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan

Pemanfaatan pelayanan kesehatan dimaksudkan sebagai pelayanan yang telah diterima pada tempat atau pemberi pelayanan kesehatan (Supriyanto, 1998).

2.4.1 Faktor yang mempengaruhi

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemanfaatan atau penggunaan pelayanan kesehatan digolongkan oleh beberapa ahli dalam beberapa model, namun pada penelitian ini menggunakan model pemanfaatan pelayanan kesehatan dari Alan Dever.

2.4.2 Model Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan (Alan Dever)

Di dalam model pemanfaatan pelayanan kesehatan (*utilization*) menurut Dever (1984) dikemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi pemanfaatan atau penggunaan pelayanan kesehatan adalah :

1. Faktor Sosio Kultural yang meliputi :

a. Teknologi yang digunakan dalam pelayanan kesehatan

Teknologi mempengaruhi pemanfaatan pelayanan. Dalam beberapa kasus kemajuan teknologi mengurangi angka kesakitan, sehingga secara tidak langsung dapat mengurangi pemanfaatan pelayanan kesehatan. Dalam kasus yang lain teknologi dapat meningkatkan pemanfaatan pelayanan kesehatan, seperti pada transplantasi hati, ginjal, dan organ-organ lainnya memerlukan teknologi penyinaran.

b. Nilai-nilai yang ada di masyarakat

Nilai-nilai yang ada di masyarakat akan mempengaruhi seseorang dalam bertindak termasuk dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan.

2. Faktor Organisasional

Ada 4 faktor yang termasuk dalam faktor organisasional, yaitu :

a. Ketersediaan sumber daya

Sumber daya yang cukup baik dari segi kualitas maupun kuantitas, sangat mempengaruhi pelayanan kesehatan.

b. Keterjangkauan lokasi

Keterjangkauan lokasi, berkaitan dengan keterjangkauan tempat dan waktu yang diukur dengan jarak dan waktu tempuh, serta biaya perjalanan, seseorang

akan mempertimbangkan hal ini bila akan memanfaatkan pelayanan kesehatan.

c. Keterjangkauan sosial

Keterjangkauan sosial bisa dibagi kedalam 2 dimensi : keterjangkauan dan kenyamanan. Keterjangkauan lebih kepada psikologi, sosial, dan faktor kultur, kenyamanan lebih ke faktor ekonomi.

Konsumen akan mempertimbangkan sikap petugas kesehatan kepada konsumen karena atribut petugas seperti jenis kelamin, umur, ras, etnis, dan kelompok keagamaan.

d. Karakteristik dari struktur organisasi formal dan cara pelayanan kesehatan

Pada struktur organisasi formal akan memberikan pelayanan yang berbeda dengan struktur organisasi non formal, misalnya praktek perorangan, kelompok spesialis dan lain-lain. Hal ini juga akan mempengaruhi pola pemanfaatan pelayanan kesehatan.

3. Faktor Interaksi Konsumen – Provider

a. Faktor yang berhubungan dengan konsumen

Pemanfaatan pelayanan kesehatan adalah interaksi konsumen dan sumber daya atau provider kesehatan dalam lingkungan sosial dan lingkungan organisasi. Banyak karakteristik dan atribut dari konsumen pada interaksi pemanfaatan pelayanan kesehatan.

Angka kesakitan atau kemungkinan kejadian sakit hampir selalu merupakan faktor penting dalam menggunakan pelayanan kesehatan.

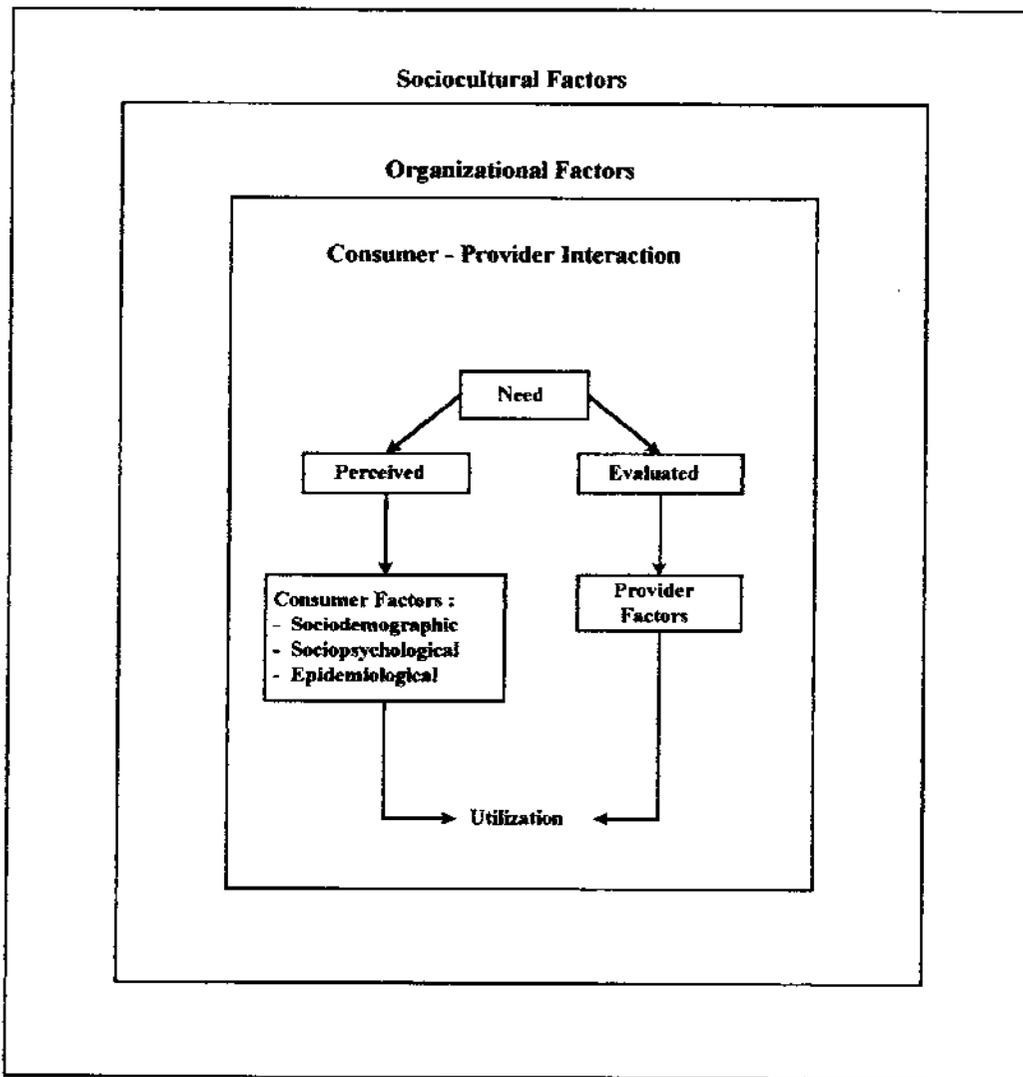
Faktor yang berhubungan dengan konsumen ini dapat dibagi 2 kategori :

1. Faktor sosio demografi, variabelnya umur, sex, ras, etnis, status perkawinan, dan status sosio ekonomi (pendidikan, pekerjaan, pendapatan).
 2. Faktor sosio psikologis, meliputi persepsi sakit, perasaan atau keyakinan pada perawatan medis, dokter-dokter, dan penyakit yang mempengaruhi pemanfaatan pelayanan kesehatan.
- b. Faktor yang berhubungan dengan provider

Faktor yang berhubungan dengan provider dibagi dalam 2 kelompok :

1. Faktor ekonomi yang meliputi adanya barang substitusi, keterbatasan pengetahuan petugas tentang penyakit yang diderita pasiennya.
2. Karakteristik provider yang meliputi tipe pelayanan, sikap petugas, keahlian petugas dan fasilitas yang dimiliki oleh pelayanan kesehatan tersebut.

Model pemanfaatan pelayanan kesehatan menurut Alan Dever tersebut digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Dever (1984). *Epidemiology in Health Services Management*. An Aspen Publication. Rockville, Maryland.

Gambar 2.2 Faktor yang mempengaruhi Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan.

2.5 Pemasaran Jasa

Menurut Payne (2001), pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara

khusus dengan menyalurkan sumber daya sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pemasaran merupakan proses penyaluran sumber daya sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pemasaran memperhatikan hubungan timbal balik yang dinamis antara produk-produk dan jasa-jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan konsumen, dan kegiatan-kegiatan para pesaing.

2.5.1 Fungsi Pemasaran Jasa

Fungsi pemasaran dapat dianggap terdiri dari tiga komponen kunci :

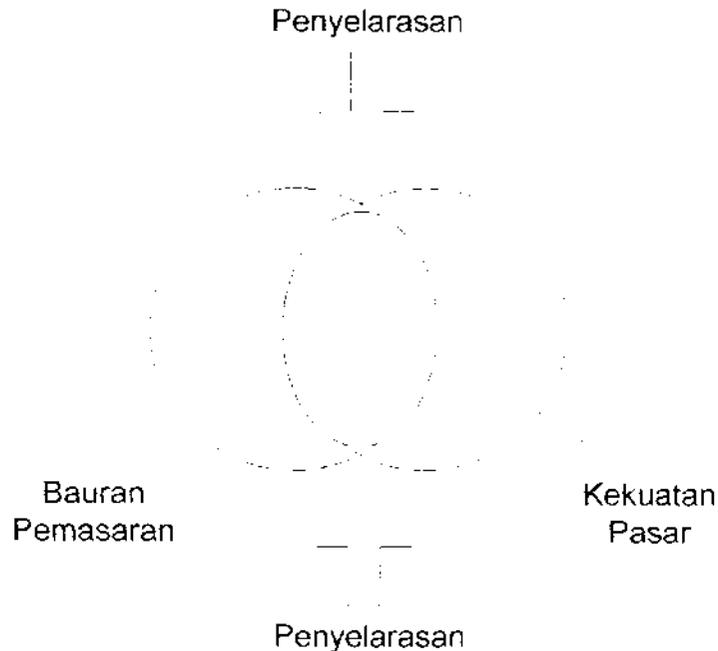
1. Bauran pemasaran; unsur-unsur atau elemen-elemen internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi.
2. Kekuatan pasar; peluang dan ancaman eksternal dimana operasi-operasi pemasaran sebuah organisasi berinteraksi.
3. Proses penyaluran; proses strategik dan manajerial untuk memastikan bahwa bauran pemasaran dan kebijakan internal baik bagi kekuatan pasar.

2.5.2 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa merupakan perluasan daripada bauran pemasaran. Unsur-unsur bauran pemasaran jasa ada 7, yang biasa disebut model 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process*, dan layanan pelanggan).

Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep yang paling universal dikembangkan dalam pemasaran. Keberhasilan program marketing yang pokok tergantung pada tingkat keselarasan antara lingkungan eksternal dan kemampuan

internal organisasi, khususnya dalam konteks jasa. Ini ditunjukkan dalam gambar berikut ini :



Sumber : Payne (2001), Pemasaran Jasa

Gambar 2.3 Pemasaran sebagai proses penyeimbangan

2.5.3 Unsur Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) ada 7 unsur bauran pemasaran jasa, di mana 7 unsur ini biasa disebut Model 7P. Model 7P tersebut adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Produk atau jasa yang sedang ditawarkan meliputi terutama fisik produk yang baik, tingkat kualitas, aksesoris, kemasan, garansi, jenis produk.

2. Harga (*Price*)

Harga yang dibayar dan cara atau syarat yang berhubungan dengan penjualannya meliputi kefleksibelan, tingkat harga, perbedaan, potongan harga.

3. Promosi (*Promotion*)

Program komunikasi yang berhubungan dengan pemasaran produk atau jasa meliputi bauran promosi, nomor, seleksi, training, insentif seorang sales, target, tipe media, tipe periklanan, sales promosi, publikasi.

4. Tempat (*Place*)

Fungsi distribusi dan logistik yang dilibatkan dalam rangka menyediakan produk dan jasa sebuah perusahaan meliputi tipe pembukaan, perantara, lokasi outlet, transportasi, penyimpanan, manajemen pemasaran.

5. Orang (*People*)

Orang merupakan unsur terpenting, baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang secara bertahap menjadi bagian diferensiasi yang mana perusahaan-perusahaan jasa mencoba menciptakan nilai tambah dan memperoleh keunggulan kompetitif meliputi rekrutmen, training, motivasi, penghargaan, teamwork pegawai, pendidikan dan pelatihan konsumen, kesopanan dan nilai-nilai komunikasi, pengembangan pegawai.

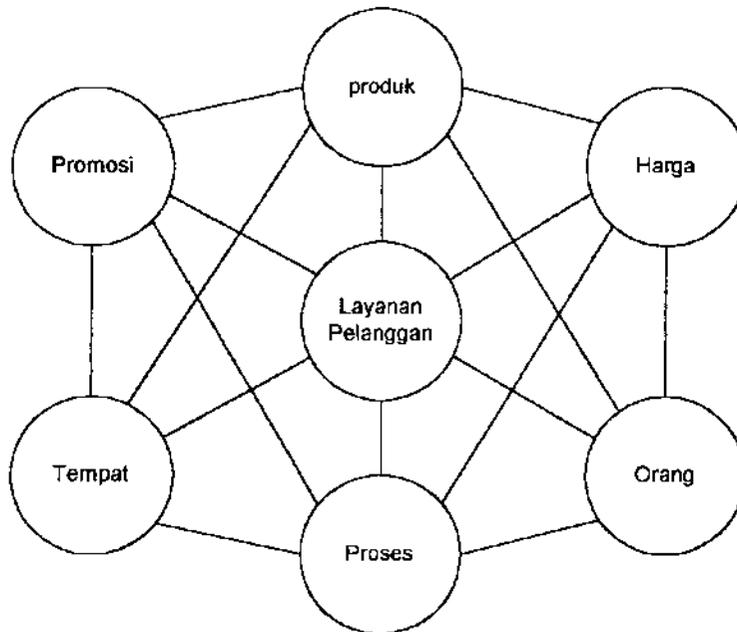
6. Proses (*Process*)

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan di mana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan-keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan meliputi aktivitas aliran standarisasi, langkah-langkah penomoran sederhana, penomoran kompleks, tingkat keterlibatan konsumen.

7. Bukti fisik (*Physical evidence*) dalam Payne disebut juga layanan pelanggan (*Customer service*).

Physical evidence contohnya fisik gedung, peralatan sedangkan layanan pelanggan sebagai unsur bauran pemasaran karena konsumen lebih menuntut dan memerlukan tingkat jasa yang lebih tinggi, sebagian pesaing memandang jasa sebagai senjata kompetitif untuk mendiferensiasikan diri mereka, dan kebutuhan untuk membangun hubungan yang dekat dan lebih langgeng dengan pelanggan meliputi fasilitas design, estetika, kemanfaatan, kelengkapan, alamat karyawan, laporan-laporan, kartu bisnis, pernyataan-pernyataan, garansi.

Berikut ini adalah gambar bauran pemasaran yang diperluas, yang biasa disebut Model 7P :



Sumber : Payne (2001), Pemasaran Jasa

Gambar 2.4 Bauran pemasaran yang diperluas untuk jasa

2.5.4 Harga dan Bauran Pemasaran

Harga adalah bagian terpenting dan tidak terpisahkan dari bauran pemasaran. Karena itu harga juga tidak dapat dipisahkan dari ketiga komponen yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi penjualan (Sutojo, 2001).

Beberapa peranan harga dalam keberhasilan pemasaran produk dan kelangsungan hidup perusahaan sebagai berikut :

1. Harga adalah salah satu faktor penentu jumlah permintaan produk di pasar.
2. Harga menentukan jumlah hasil penjualan dan keuntungan.
3. Harga dapat mempengaruhi segmen pasar yang dapat ditembus perusahaan.
4. Harga dan strategi harga mempengaruhi keberhasilan distribusi produk.
5. Harga mempunyai pengaruh terhadap implementasi program promosi penjualan.

(Sutojo, 2001).

2.5.5 Bahan Pertimbangan Menentukan Harga

Menurut Sutojo, 2001 ada dua faktor pertimbangan dalam menentukan harga, faktor tersebut adalah :

1. Faktor ekstern perusahaan meliputi status perusahaan di pasar, harga produk saingan, faktor psikologis (persepsi atau reaksi konsumen terhadap tingkat atau perubahan harga), elastisitas permintaan produk, faktor ekstern yang lain.
2. Faktor intern perusahaan meliputi sasaran strategi pemasaran terpadu, sasaran strategi harga jangka pendek dan menengah yang ingin dicapai perusahaan, biaya pengadaan produk, ciri-ciri khusus produk yang dipasarkan.

2.5.6 Unsur-unsur Harga Jasa

Dalam berbagai situasi tertentu, konsumen melakukan penilaian atau menghitung-hitung tentang apa yang mereka peroleh sebagai balasan dari apa yang mereka berikan. Dengan demikian, harga merupakan pembatas (*trade off*) untuk sejumlah benefit (nilai) yang akan diberikan oleh suatu produk (barang atau jasa) dengan sejumlah biaya yang dikaitkan dengan penggunaan produk tersebut (Yazid, 1999).

2.5.7 Memahami nilai yang diharapkan konsumen

Nilai merupakan salah satu unsur terpenting yang perlu dipertimbangkan ketika proses perumusan konsep suatu barang atau jasa berlangsung.

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996, 498) jika konsisten dengan konsep utilitas dalam ekonomi, maka nilai didefinisikan sebagai : nilai yang diterima itu adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap kegunaan suatu jasa yang didasarkan atas persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan.

Keputusan beli konsumen didasarkan kepada pertimbangan bahwa semakin besar perbedaan antara benefit yang diterima dengan ongkos yang harus dibayarkan, maka semakin besar pula nilai yang diterima konsumen dan sebaliknya jika biaya yang harus dibayarkan lebih besar dari benefit yang akan diterima, maka net nilai akan negatif dan pada kondisi seperti ini tidak ada konsumen yang bersedia membelinya.

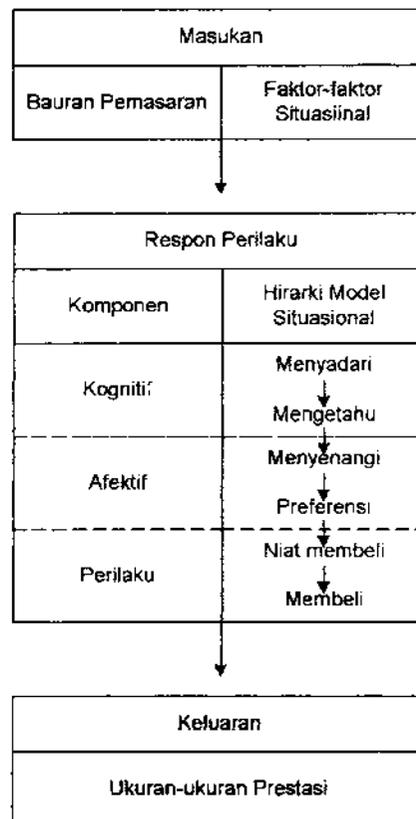
2.5.8 Pentingnya Sikap dalam Pemasaran

Menurut Taylor dan Kinneer (1987) pengukuran sikap merupakan masalah pokok dalam pelbagai situasi pemasaran.

Pada hakekatnya sikap adalah proses yang berorientasi tindakan, evaluatif, dasar pengetahuan, dan persepsi abadi dari seseorang mengenai suatu obyek, afektif dan perilaku.

Kegiatan pemasaran bermaksud untuk memperoleh respon dari segmen pasar sasaran. Respon bisa berupa tingkat kognitif, afektif, atau perilaku.

Berikut ini gambar model dari respon perilaku



Sumber : Taylor dan Kinneer (1987)

Gambar 2.5 Model Respon Perilaku

Model ini menghipotesiskan bahwa pembeli melewati tahap-tahap menyadari, mengetahui, menyenangkan, memilih, niat membeli, dan membeli.

Jadi jika dikaitkan dengan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya, maka tahap pertama adalah menyadari akan pentingnya pengujian laboratorium, kemudian mengetahui pengujian jenis sediaan apa saja yang disediakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, setelah itu menyenangkan pengujian yang tersedia, kemudian memilih pengujian yang sesuai dengan bentuk pesediaan yang diproduksinya, kemudian timbul niat untuk memanfaatkan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dan akhirnya memanfaatkan laboratorium tersebut.

Dari uraian di atas jelas bahwa tahap pertama untuk memanfaatkan laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah kesadaran terhadap pentingnya pengujian. Kesadaran bisa diuji dari jumlah produk yang sudah diujikan di laboratorium baik untuk produk baru maupun produk lama yang seharusnya diuji.

2.6 Jendela Pelanggan (Customer Window)

Menurut Gaspersz (2000a, 2001b) mekanisme untuk memahami ekspektasi pelanggan dibagi ke dalam tiga tingkat (level), yaitu : pemahaman tingkat (level) 1, pemahaman tingkat (level) 2, pemahaman tingkat (level) 3.

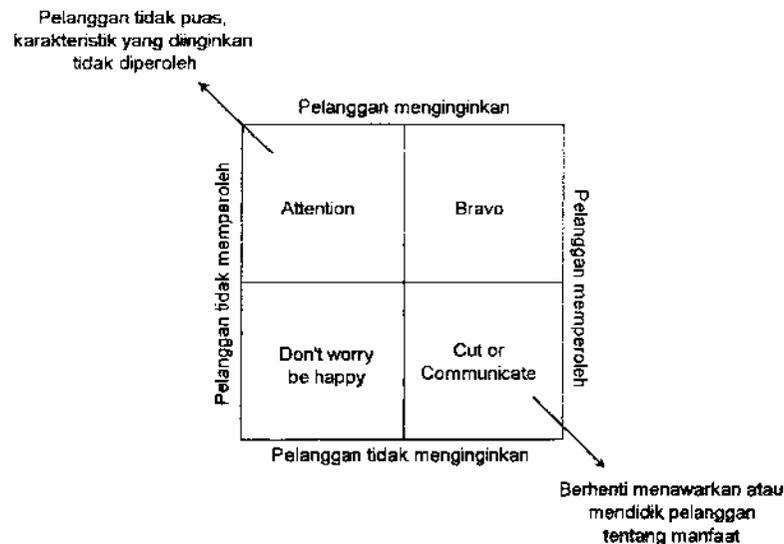
Memahami ekspektasi konsumen dapat menggunakan suatu alat yang disebut Jendela Pelanggan (*Customer Window*). Pendekatan Jendela Pelanggan dimulai dari klarifikasi dan segmentasi pelanggan, kemudian mendesain pertanyaan-pertanyaan

riset untuk mempelajari kepuasan relatif dan kepentingan relatif (urutan prioritas) dari karakteristik produk yang diinginkan oleh pelanggan.

Jendela Pelanggan membagi karakteristik produk ke dalam empat kuadran, yaitu :

- Pelanggan menginginkan karakteristik itu, tetapi pelanggan tidak mendapatkannya, pelanggan tidak puas karena karakteristik yang diinginkan tidak diperoleh.
- Pelanggan menginginkan karakteristik itu, dan pelanggan mendapatkannya, merupakan posisi terbaik yang harus dicapai.
- Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, tetapi pelanggan mendapatkannya, berhenti menawarkan atau mendidik pelanggan tentang manfaat.
- Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, dan pelanggan tidak mendapatkannya, tidak perlu cemas.

Berikut ini adalah gambar Jendela Pelanggan



Gambar 2.6 Jendela Pelanggan

Menggunakan Jendela Pelanggan sebagai alat analisis, dapat dipakai untuk mengetahui apakah posisi produk berada di kotak A, B, C, atau D. Posisi terbaik apabila berada dalam kotak B (*Bravo*), di mana dalam hal ini pelanggan memperoleh apa yang diinginkannya dari mengkonsumsi produk yang ditawarkan sehingga pelanggan akan puas.

Apabila posisi berada dalam kotak A (*Attention*), dalam hal ini membutuhkan perhatian karena pelanggan tidak memperoleh apa yang diinginkannya sehingga pelanggan menjadi tidak puas. Jika posisi berada dalam kotak C (*Cut or Cummunicate*), pelanggan memperoleh apa yang tidak diinginkannya sehingga penawaran harus dihentikan atau berusaha mendidik pelanggan tentang manfaat dari karakteristik produk yang ditawarkan. Sedangkan apabila posisi berada dalam kotak D (*Don't worry be happy*), maka tidak menjadi masalah karena pelanggan tidak memperoleh apa yang tidak diinginkannya.

Setelah melakukan analisis kebutuhan konsumen terhadap produk dengan alat jendela pelanggan, maka selanjutnya adalah melakukan analisis harapan konsumen dengan aspek 7P. Untuk memperkuat hasil analisis, memperoleh masukan dan saran maka dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD).

2.7 Focus Group Discussion (FGD)

1. Pengertian

Focus Group Discussion (FGD) atau diskusi kelompok terarah adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data kualitatif, dimana sekelompok orang berdiskusi dengan pengarahan seorang moderator (Qomarudin, 1998).

2. Karakteristik

- a. Kelompok FGD harus cukup kecil, peserta terdiri dari 6 – 12 orang dengan maksud agar setiap individu mendapat kesempatan untuk mengeluarkan pendapatnya.
- b. Umumnya FGD dilaksanakan pada populasi sasaran yang homogen (mempunyai ciri-ciri yang sama), ciri-ciri sama tersebut ditentukan oleh tujuan dari penelitian.
- c. FGD bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi peserta.

3. Tata cara pelaksanaan FGD

- a. Tempat duduk diatur sedemikian rupa sehingga peserta termotivasi untuk mengeluarkan pendapatnya dan dapat saling mendengar suara moderator dan peserta.
- b. Tempat yang harus netral, sebaiknya tidak melakukan FGD di tempat yang menjadi topik dari FGD tersebut.
- c. Tersedia alat bantu diskusi misalnya tape rekorder, panduan diskusi, slide atau proyektor.
- d. Notulen atau pencatat harus ada dan bertindak sebagai pengamat selama FGD berlangsung, selain mencatat hasil diskusi.

4. Keuntungan FGD

- a. *Sinergisme* : suatu kelompok mampu menghasilkan informasi, ide dan pandangan yang lebih luas.
- b. *Snowballing* : komentar yang didapat secara acak dari responden dapat memacu mulainya suatu reaksi rantai respons yang menghasilkan ide baru.

- c. *Stimulation* : pengalaman dalam kelompok sendiri merupakan sesuatu yang menyenangkan dan mendorong partisipasi.
- d. *Security* : individu responden merasa aman di dalam kelompok dan lebih merasa bebas mengutarakan perasaan atau pikiran.
- e. *Spontanitas* : individu tidak diharapkan menjawab setiap pertanyaan, karena itu diharapkan bahwa jawaban lebih memiliki arti, karena melakukan suatu proses kelompok.

5. Kerugian FGD

- a. FGD mudah dilaksanakan tetapi sulit melakukan interpretasi data.
- b. Membutuhkan moderator yang terampil.
- c. FGD cepat selesai sehingga sering digunakan oleh pembuat keputusan untuk mendukung dugaan atau pendapat pembuat keputusan.

Dalam penelitian ini FGD dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan pendapat, komentar dan saran dari Ka sub Din Farmakmin Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur, Kepala Bidang Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, Gabungan Pengusaha Jamu Surabaya, Pengusaha Kecil Obat Tradisional, masyarakat pengguna obat tradisional dan pihak-pihak terkait guna merumuskan upaya meningkatkan pemanfaatan laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

BAB III

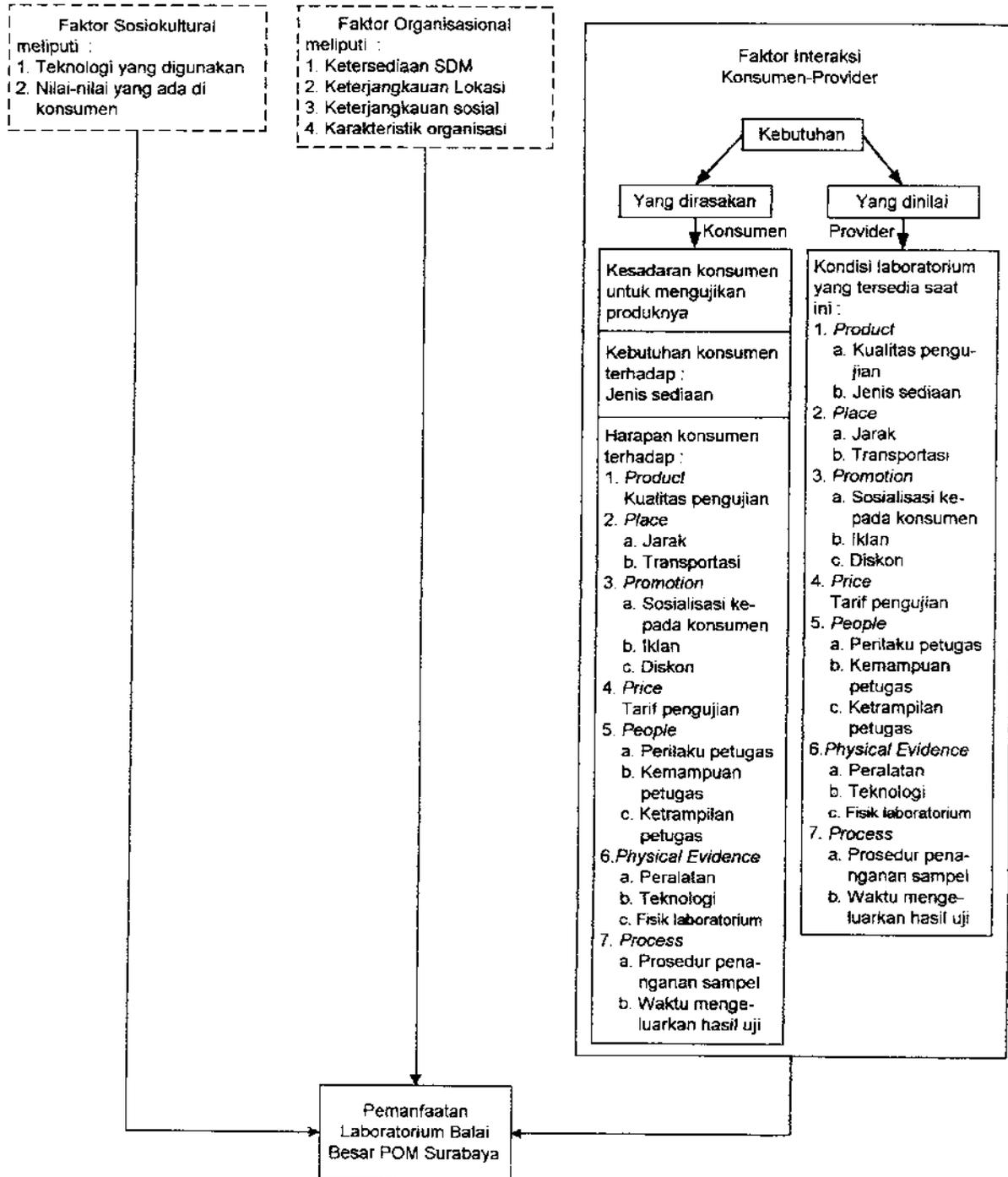
KERANGKA KONSEPTUAL

BAB 3

KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan teori dan uraiannya di dalam tinjauan pustaka, maka teori yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Teori kebutuhan dan harapan konsumen oleh Gaspersz (2000), yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen akan diperoleh bila kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi serta faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen.
2. Teori Alan Dever, yang menjelaskan tentang model pemanfaatan pelayanan kesehatan, di mana didalamnya disebutkan faktor yang mempengaruhi pemanfaatan pelayanan kesehatan adalah faktor sosio kultural, faktor organisasional dan faktor interaksi consumer - provider. Pada penelitian ini dimodifikasi menjadi faktor provider dan konsumen.
3. Teori pemasaran jasa dengan konsep 7P dari Payne, yang dimaksud 7P disini adalah *product, place, price, promotion, people, process, provision of customer service*.
4. Teori bauran pemasaran dengan konsep 7P (*Product, Place, Promotion, Price, People, Physical evidence, Process*) oleh Zeithaml dan Bitner (1996), yang dalam penelitian ini dipergunakan sebagai parameter untuk mengetahui kebutuhan dan harapan konsumen tentang pelayanan laboratorium Balai Besar POM Surabaya.



Keterangan : ————— : Diteliti
 : Tidak diteliti

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB IV METODE PENELITIAN

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Rancang bangun penelitian ini adalah penelitian survei pemasaran, yang pengambilan datanya dilakukan secara *crosssectional*. Teknik pengumpulan data dengan mempergunakan kuesioner dan ceklist pengamatan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

4.2 Unit Analisis

Adalah obyek atau subyek penelitian yang merupakan sasaran terapan dari kesimpulan penelitian (kepada apa atau siapa kesimpulan penelitian seharusnya) (Setijanto, 2001).

Pada penelitian ini unit analisisnya adalah Balai Besar POM Surabaya.

4.3 Sumber Informasi, sampel, besar sampel dan teknik pengambilan sampel

4.3.1 Sumber Informasi

Sumber informasi pada penelitian ini ada 2 yaitu petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang khususnya menangani obat tradisional dan Kepala Bidang Pengujian I Balai Besar POM Surabaya yang berjumlah 16 orang dan pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya yang berjumlah 67 pengusaha.

4.3.2 Sampel

1. Sampel Konsumen

Adalah sampel yang berasal dari sumber informasi konsumen yang berjumlah 67 pengusaha di kota Surabaya.

2. Sampel Provider

Adalah sampel yang berasal dari sumber informasi provider yang berjumlah 16 orang.

4.3.3 Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel Konsumen

Penentuan sampel yang akan menjadi sampel konsumen pada penelitian ini dengan *simple random sampling*.

Besar sampel ditentukan dengan teknik *simple random sampling* dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Pudjirahardjo, dkk, 1995) :

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1-p)}{d^2 (N-1) + z^2 \cdot p(1-p)}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

z = harga kurva normal

d = penyimpangan yang ditolerir

N = jumlah populasi

p = estimasi proporsi konsumen yang mengujikan produknya = 0,15

q = 1 - p = 0,85

Dengan menggunakan *Confidence interval* sebesar 95%; $p = 0,15$; $d = 0,1$; dengan harga $\alpha (\alpha) = 1 - 0,95$, maka z dalam tabel adalah 1,96; sehingga diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{67 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,15) \cdot (0,85)}{(0,1)^2 \cdot (67-1) + (1,96)^2 \cdot (0,15) \cdot (0,85)} = 28,5$$

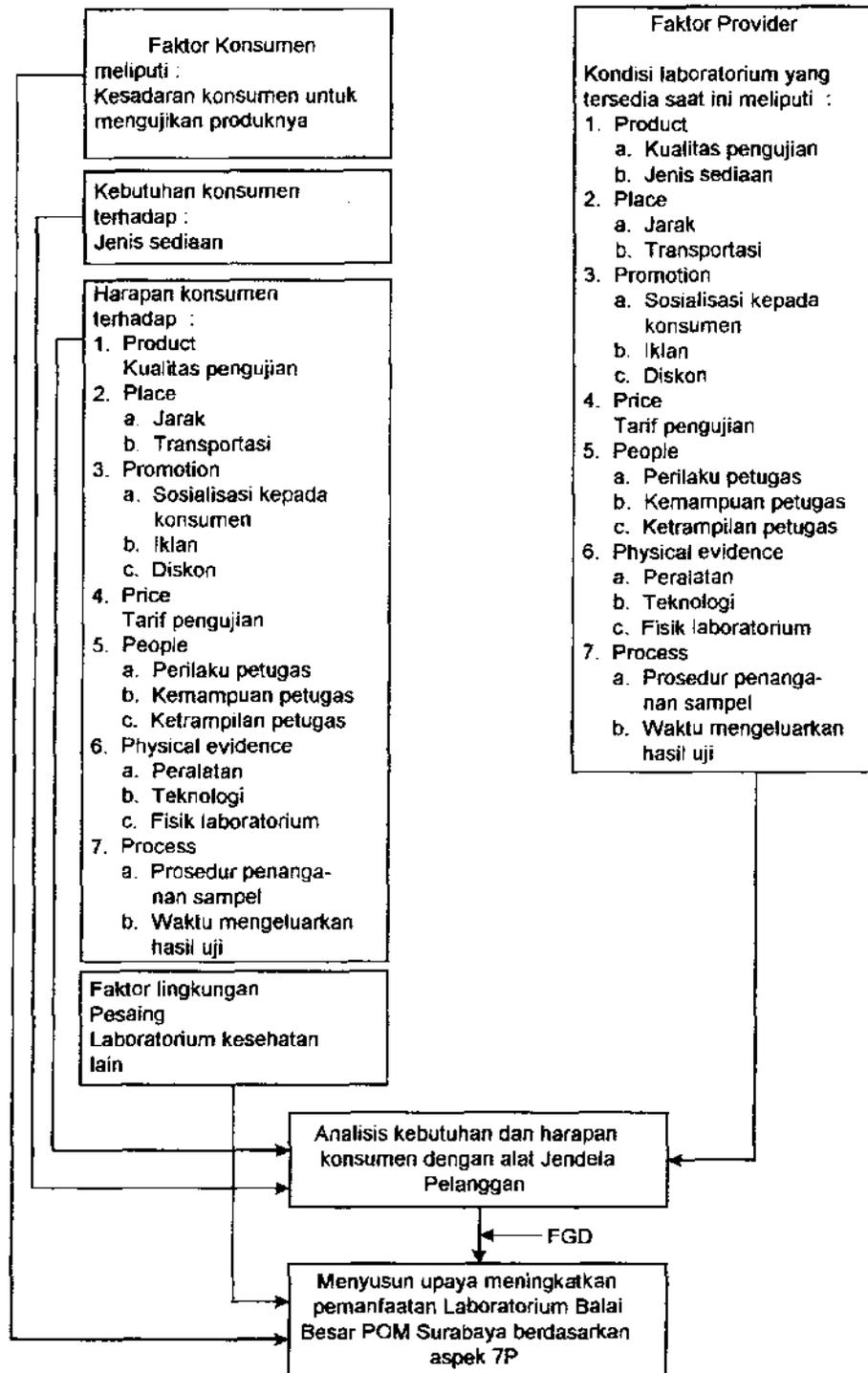
dibulatkan menjadi 29

Jadi besar sampel adalah 29, tetapi pada penelitian ini besar sampel dlebihkan yaitu 30 orang, karena pada uji reliabilitas dan validitas persyaratan minimal jumlah sampel 30 orang (Ancok, 1987).

2. Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel Provider

Karena jumlah sumber informasinya relatif sedikit maka besar sampel adalah seluruh sumber informasi yaitu 16 orang.

4.4 Kerangka Operasional Penelitian



Gambar 4.1 Kerangka Operasional Penelitian

4.5 Variabel Penelitian

Yang menjadi variabel pada penelitian ini adalah :

Faktor Konsumen meliputi :

1. Kesadaran konsumen untuk mengujikan produknya.

2. Kebutuhan konsumen terhadap :

Jenis sediaan

3. Harapan konsumen terhadap :

1. *Product*

Kualitas pengujian

2. *Place*

a. Jarak

b. Transportasi

3. *Promotion*

a. Sosialisasi kepada konsumen

b. Iklan

c. Diskon

4. *Price*

Tarif Pengujian

5. *People*

a. Perilaku petugas

b. Kemampuan petugas

c. Ketrampilan petugas

6. *Physical evidence*

- a. Peralatan
- b. Teknologi
- c. Fisik laboratorium

7. *Process*

- a. Prosedur penanganan sampel
- b. Waktu mengeluarkan hasil uji

Faktor lingkungan :

Pesaing

Laboratorium kesehatan lain

Faktor provider

Kondisi laboratorium yang tersedia saat ini meliputi :

1. *Product*

- a. Kualitas pengujian
- b. Jenis sediaan

2. *Place*

- a. Jarak
- b. Transportasi

3. *Promotion*

- a. Sosialisasi kepada konsumen
- b. Iklan
- c. Diskon

4. *Price*

Tarif Pengujian

5. *People*

- a. Perilaku Petugas
- b. Kemampuan petugas
- c. Ketrampilan petugas

6. *Physical evidence*

- a. Peralatan
- b. Teknologi
- c. Fisik laboratorium

7. *Process*

- a. Prosedur penanganan sampel
- b. Waktu mengeluarkan hasil uji

4.6 Definisi Operasional dan Cara Pengukuran Variabel

Variabel Konsumen

1. Konsumen adalah pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya baik yang pernah mengujikan produknya maupun belum pernah.
2. Kesadaran konsumen terhadap perlunya pengujian adalah soap konsumen yang menganggap bahwa pengujian itu perlu dilakukan baik untuk produk baru maupun produk lama.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang sikapnya yang menganggap perlunya pengujian baik untuk produk baru maupun produk lama .

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Kesadaran tinggi bila responden menganggap sangat perlu terhadap pengujian baik untuk produk baru maupun produk lama.
 - b. Kesadaran sedang bila responden menganggap perlu terhadap pengujian baik untuk produk baru maupun produk lama.
 - c. Kesadaran rendah bila responden menganggap tidak perlu atau sangat tidak perlu terhadap pengujian baik untuk produk baru maupun produk lama.
3. Kesadaran konsumen untuk mengujikan sampel obat tradisional adalah kemauan konsumen untuk mengujikan sampel obat tradisional, baik sampel produk baru untuk kelengkapan pengajuan nomor registrasi maupun sampel produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang kemauan responden untuk mengujikan sampel obat tradisional.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Kesadaran tinggi bila responden ada kemauan mengujikan semua produknya, baik untuk produk baru maupun produk lama.
- b. Kesadaran sedang bila responden ada kemauan mengujikan sebagian produknya, baik untuk produk baru maupun produk lama.
- c. Kesadaran rendah bila responden tidak ada kemauan untuk mengujikan produknya, baik untuk produk baru maupun produk lama.

4. Kesadaran konsumen terhadap pengujian produk lama secara periodik adalah sikap konsumen yang menganggap perlu pengujian secara periodik terhadap produk lama.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang sikapnya yang menganggap perlu pengujian secara periodik terhadap produk lama.

Cara pengukuran melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Kesadaran tinggi bila responden menganggap sangat perlu pengujian produk lama secara periodik.
 - b. kesadaran sedang bila responden menganggap perlu pengujian produk lama secara periodik.
 - c. Kesadaran rendah bila responden menganggap tidak perlu atau sangat tidak perlu pengujian produk lama secara periodik.
5. Kesadaran konsumen untuk mengujikan produknya adalah sikap dan atau kemauan konsumen untuk mengujikan semua produknya dan menganggap perlu pengujian baik untuk produk baru maupun produk lama.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang sikap dan atau kemauan responden tentang perlunya pengujian perlunya pengujian secara periodik dan kemauan untuk mengujikan semua produknya.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Kesadaran tinggi bila responden menganggap sangat perlu terhadap pengujian produk baru maupun produk lama, sangat perlu terhadap pengujian secara

- periodik produk lama dan mempunyai kemauan mengujikan semua produknya.
- b. Kesadaran sedang bila responden menganggap perlu terhadap pengujian produk baru maupun produk lama, perlu terhadap pengujian secara periodik produk lama dan mempunyai kemauan mengujikan sebagian produknya.
 - c. Kesadaran rendah bila responden menganggap tidak perlu atau sangat tidak perlu terhadap pengujian produk baru maupun produk lama, tidak perlu atau sangat tidak perlu terhadap pengujian secara periodik produk lama dan tidak mempunyai kemauan mengujikan produknya.
6. Kebutuhan konsumen adalah kebutuhan riil konsumen untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, baik produk baru untuk kelengkapan pengajuan nomor registrasi maupun produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi, yang meliputi kebutuhan konsumen terhadap jenis sediaan.
- Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang kebutuhan konsumen.
- Cara pengukurannya melalui kuesioner.
7. Jenis sediaan adalah jenis sediaan yang diproduksi oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya, meliputi rajangan, serbuk, pil, dodol / jenang, pastiles, kapsul, tablet, cairan obat dalam, sari jamu, parem; pilis dan tapel, koyok, cairan obat luar, salep / krim.
8. Kebutuhan konsumen terhadap jenis sediaan adalah kebutuhan konsumen untuk mengujikan semua jenis sediaan yang diproduksi ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang jenis sediaan yang butuh diujikan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Kebutuhan tinggi bila responden mengujikan semua jenis sediaan yang diproduksinya.
 - b. Kebutuhan sedang bila responden mengujikan sebagian jenis sediaan yang diproduksinya.
 - c. Kebutuhan rendah bila responden belum mengujikan semua jenis sediaan yang diproduksinya.
9. Kebutuhan konsumen untuk mengujikan setiap item jenis sediaan adalah kebutuhan konsumen untuk mengujikan setiap item jenis sediaan yang diproduksi ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Contoh item jenis sediaan : Jamu Pegal Linu Serbuk, Jamu Sehat Lelaki Serbuk, Jamu Bersih Darah Kapsul.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang item jenis sediaan yang butuh diujikan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner

Kriteria :

- a. Kebutuhan tinggi bila responden sangat butuh mengujikan setiap item jenis sediaan yang diproduksi.
- b. Kebutuhan sedang bila responden butuh mengujikan setiap item jenis sediaan yang diproduksi.

- c. Kebutuhan rendah bila responden kurang butuh atau tidak butuh mengujikan setiap item jenis sediaan yang diproduksi.

10. Kebutuhan konsumen untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi adalah kebutuhan konsumen untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang jumlah produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi, yang sudah diujikan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Cara pengukurannya melalui kuesioner

- a. Kebutuhan tinggi bila responden mengujikan 100% produk lama.
- b. Kebutuhan sedang bila responden mengujikan 50% - 75% produk lama
- c. Kebutuhan rendah bila responden mengujikan $\leq 25\%$ produk lama

11. Kebutuhan normatif terhadap pengujian adalah kebutuhan untuk mengujikan sesuai dengan jenis sediaan yang diproduksi oleh konsumen.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang jenis sediaan yang diproduksi.

Cara pengukurannya melalui kuesioner

12. Harapan konsumen adalah keinginan konsumen terhadap pengujian sampel obat tradisional di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang meliputi kualitas pengujian, jarak, transportasi, sosialisasi kepada konsumen, iklan, diskon, tarif pengujian, perilaku petugas, kemampuan petugas, ketrampilan petugas, peralatan, teknologi, fisik laboratorium, prosedur penanganan sampel, waktu mengeluarkan hasil uji.

13. Harapan konsumen terhadap *product* adalah harapan konsumen terhadap produk Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang berupa jasa pengujian laboratorium terhadap sampel obat tradisional, meliputi kualitas pengujian, diukur berdasarkan pernyataan responden tentang *product* yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

14. Harapan konsumen terhadap kualitas pengujian adalah harapan konsumen terhadap kualitas pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Pengujian disebut berkualitas bila pengujian tersebut akurat, tepat waktu dan mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang kualitas pengujian yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

15. Harapan konsumen terhadap *place* adalah harapan konsumen terhadap *place* ketika mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi jarak dan transportasi, diukur berdasarkan pernyataan responden tentang *place* yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

16. Harapan konsumen terhadap jarak adalah harapan konsumen terhadap jarak antara lokasi perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, diukur berdasarkan pernyataan responden tentang jarak.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

17. Harapan konsumen terhadap transportasi adalah harapan konsumen terhadap jumlah dan jenis sarana transportasi yang dapat digunakan untuk mengujikan

produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, diukur berdasarkan pernyataan responden tentang transportasi yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

18. Harapan konsumen terhadap *promotion* adalah harapan konsumen terhadap upaya yang dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya untuk memperkenalkan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya beserta jenis produk yang tersedia pada saat ini, meliputi sosialisasi kepada konsumen, iklan, diskon.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

19. Harapan konsumen terhadap sosialisasi kepada konsumen adalah harapan konsumen terhadap tindakan atau kegiatan dan frekuensi yang dilakukan oleh petugas pengujian untuk memperkenalkan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya kepada konsumen.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang cara dan frekuensi sosialisasi kepada konsumen.

Cara pengukurannya melalui kuesioner

20. Harapan konsumen terhadap iklan adalah harapan konsumen terhadap media iklan dan frekuensi mengenai Laboratorium Balai Besar POM Surabaya beserta jenis produknya, diukur berdasarkan pernyataan responden tentang media iklan dan frekuensi yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner

21. Harapan konsumen terhadap diskon adalah harapan konsumen terhadap potongan tarif pengujian yang diberikan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggannya.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang diskon yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

22. Harapan konsumen terhadap *price* adalah harapan konsumen terhadap harga atau biaya yang harus dibayar oleh konsumen yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang *price* yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

23. Harapan konsumen terhadap tarif pengujian adalah harapan konsumen terhadap ketentuan besarnya uang yang harus dibayar oleh konsumen sesuai dengan jenis produk yang diujikan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang tarif pengujian yang diharapkan.

24. Harapan konsumen terhadap *People* adalah harapan konsumen terhadap skill petugas pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi perilaku petugas, kemampuan petugas, ketrampilan petugas.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang *people* yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

25. Harapan konsumen terhadap perilaku petugas adalah harapan konsumen terhadap perilaku petugas pengujian selama memberikan pelayanan kepada konsumen mulai dari konsumen menyerahkan sampel untuk diuji sampai menerima hasil uji. Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang perilaku petugas yang meliputi perhatian dan keramahan yang diharapkan mulai dari konsumen mengujikan produknya sampai menerima hasil uji.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

26. Harapan konsumen terhadap kemampuan petugas adalah harapan konsumen terhadap kemampuan petugas menguji sampel obat tradisional berdasarkan jenis uji yang diminta oleh konsumen.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang kemampuan petugas yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

27. Harapan konsumen terhadap ketrampilan petugas adalah harapan konsumen terhadap kecepatan petugas pengujian untuk menguji sampel obat tradisional, yang menyangkut ketepatan waktu dan ketepatan prosedur.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang ketrampilan petugas yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

28. Harapan konsumen terhadap *Physical Evidence* adalah harapan konsumen terhadap bukti fisik nyata, yang ditampilkan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi peralatan, teknologi dan fisik laboratorium.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang *Physical Evidence* yang diharapkan.

Cara pengukuran melalui kuesioner.

29. Harapan konsumen terhadap peralatan adalah harapan konsumen terhadap peralatan atau mesin yang digunakan untuk melakukan uji Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang peralatan yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

30. Harapan konsumen terhadap teknologi adalah harapan konsumen terhadap teknik atau cara yang dipakai untuk melakukan uji laboratorium di Balai Besar POM Surabaya. Contohnya untuk mengetahui kadar air menggunakan cara gravimetri, untuk mengetahui kadar zat terlarut menggunakan uji disolusi.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang teknologi yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

31. Harapan konsumen terhadap fisik laboratorium adalah harapan konsumen terhadap kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu yang ada di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang fisik laboratorium yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

32. Harapan konsumen terhadap *process* adalah harapan konsumen terhadap tahapan yang harus dijalani untuk melakukan pengujian, meliputi prosedur penanganan sampel dan waktu mengeluarkan hasil uji.

Diukur berdasarkan pernyataan konsumen tentang *process* yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

33. Harapan konsumen terhadap prosedur penanganan sampel adalah harapan konsumen terhadap prosedur untuk mengujikan sampel obat tradisional mulai dari sampel diterima oleh petugas pengujian sampai dengan selesai diuji.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang prosedur pengujian yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

34. Harapan konsumen terhadap waktu mengeluarkan hasil uji adalah harapan konsumen terhadap waktu yang diperlukan oleh petugas untuk menguji produk sesuai dengan jenis produk yang diujikan.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang waktu mengeluarkan hasil uji yang diharapkan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

35. Pesaing adalah laboratorium kesehatan lain milik pemerintah yang sudah terakreditasi, yang memiliki produk sama dan pangsa pasar sama dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) dan Laboratorium Fakultas Farmasi UNAIR.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang pesaing

Cara pengukurannya melalui kuesioner

Kriteria :

- a. Pesaing sangat sedikit bila jumlahnya 1 saja.
- b. Pesaing sedikit bila jumlahnya 2 - 3
- c. Pesaing banyak bila jumlahnya 4 - 5
- d. Pesaing sangat banyak bila jumlahnya > 5

Variabel provider

1. Kondisi laboratorium yang tersedia saat ini adalah kondisi Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat penelitian, yang meliputi kualitas pengujian, jenis sediaan, jarak, transportasi, sosialisasi kepada konsumen, iklan, diskon, tarif

pengujian, perilaku petugas, kemampuan petugas, ketrampilan petugas, peralatan, teknologi, fisik laboratorium, prosedur penanganan sampel, waktu mengeluarkan hasil uji.

Diukur berdasarkan pernyataan responden (petugas pengujian) tentang kondisi laboratorium yang tersedia saat ini.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

2. *Product* yang tersedia saat ini di laboratorium adalah *product* jasa pengujian laboratorium obat tradisional yang tersedia saat ini, meliputi kualitas pengujian dan jenis sediaan.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang produk yang tersedia saat ini di laboratorium.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

3. Kualitas pengujian yang tersedia saat ini di laboratorium adalah kualitas pengujian yang tersedia di laboratorium saat ini, meliputi keakuratan hasil uji, ketepatan waktu uji dan hasil uji yang diakui secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi.

Diukur berdasarkan pengamatan langsung peneliti tentang kualitas produk.

Cara pengukurannya melalui ceklist.

Kriteria :

- a. Kualitas pengujian yang tersedia saat ini baik bila hasil uji laboratorium akurat, tepat waktu dan mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi.

b. Kualitas pengujian yang tersedia saat ini sedang bila hasil uji laboratorium tidak akurat, tepat waktu dan mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi atau

Hasil uji laboratorium akurat, tidak tepat waktu dan mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi atau

Hasil uji laboratorium akurat, tepat waktu tetapi belum mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau belum terakreditasi.

c. Kualitas pengujian yang tersedia saat ini jelek bila hasil uji laboratorium tidak akurat, tidak tepat waktu tetapi mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi atau

Hasil uji laboratorium akurat, tidak tepat waktu dan belum mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi atau

Hasil uji laboratorium tidak akurat, tepat waktu tetapi belum mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau belum terakreditasi.

d. Kualitas pengujian yang tersedia saat ini sangat Jelek bila hasil uji laboratorium tidak akurat, tidak tepat waktu dan belum mendapat pengakuan secara nasional bahkan internasional atau belum terakreditasi.

4. Jenis sediaan yang tersedia saat ini di laboratorium adalah jenis sediaan jasa pengujian sampel obat tradisional yang tersedia saat ini di laboratorium, meliputi rajangan, serbuk, pil, dodol / jenang, pastiles, kapsul, tablet, cairan obat dalam, sari jamu, parem; pilis dan tapel, koyok cairan obat luar, salep / krim.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang jenis sediaan yang tersedia saat ini di laboratorium.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

5. *Place* yang tersedia saat ini di laboratorium adalah tempat tersedianya produk jasa pengujian laboratorium yang ada pada saat ini yaitu Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Dalam penelitian ini *place* meliputi jarak dan transportasi.

Diukur berdasarkan pernyataan responden tentang *place* yang tersedia saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

6. Jarak yang tersedia saat ini di laboratorium adalah jarak yang ada pada saat ini antara lokasi perusahaan konsumen dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Diukur berdasarkan pengamatan langsung peneliti tentang jarak yang ada pada saat ini.

Cara pengukurannya melalui ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Jarak dekat, diberi skor 4 bila kilometer < 10 km atau waktu tempuh < 30 menit
- b. Jarak sedang, diberi skor 3 bila kilometernya 10 km – 20 km atau waktu tempuh 30 menit – 45 menit.
- c. Jarak jauh, diberi skor 2 bila kilometernya 21 km – 30 km atau waktu tempuh 46 menit - 60 menit.
- d. Sangat jauh, diberi skor 1 bila kilometernya > 30 km atau waktu tempuh > 60 menit.

7. Transportasi yang tersedia saat ini di laboratoium adalah jumlah dan jenis sarana transportasi yang bisa menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang sarana transportasi yang bisa menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Transportasi mudah, diberi skor 4 bila ada > 4 sarana transportasi yang bisa dipakai untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
- b. Transportasi sedang, diberi skor 3 bila ada 3 - 4 sarana transportasi yang bisa dipakai untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
- c. Transportasi sulit, diberi skor 2 bila ada 2 sarana transportasi yang bisa dipakai untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
- d. Transportasi sangat sulit, diberi skor 1 bila hanya ada 1 sarana transportasi yang bisa dipakai untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Jenis sarana transportasi sesuai dengan kondisi riil yang bisa menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah : mobil pribadi, kendaraan umum, sepeda motor, becak dan sepeda.

8. *Promotion* yang saat ini dilakukan di laboratorium adalah upaya yang selama ini dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya untuk memperkenalkan

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya beserta pengujian jenis sediaan yang tersedia pada saat ini, meliputi sosialisasi kepada konsumen, iklan, diskon.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang *promotion* yang dilakukan pada saat ini.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

9. Sosialisasi kepada konsumen yang selama ini dilakukan di laboratorium adalah sosialisasi kepada konsumen yang dilakukan oleh petugas pengujian pada saat ini.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang cara dan frekuensi sosialisasi kepada konsumen yang selama ini dilakukan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Sosialisasi kepada konsumen sering bila > 4 kali dalam 1 tahun dilakukan penyuluhan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
 - b. Sosialisasi kepada konsumen sedang bila 3 - 4 kali dalam 1 tahun dilakukan penyuluhan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
 - c. Sosialisasi kepada konsumen jarang bila 2 kali dalam 1 tahun dilakukan penyuluhan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
 - d. Sosialisasi kepada konsumen sangat jarang bila hanya 1 kali dalam 1 tahun dilakukan penyuluhan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
10. Iklan yang tersedia saat ini di laboratorium adalah media iklan dan frekuensi yang selama ini dilakukan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya untuk memperkenalkan laboratorium beserta jenis produknya.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang iklan yang selama ini dilakukan.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Iklan yang selama ini dilakukan sering bila > 5 kali dalam 1 tahun mengiklankan di media masa.
 - b. Iklan yang selama ini dilakukan sedang bila 4 - 5 kali dalam 1 tahun mengiklankan di media masa.
 - c. Iklan yang selama ini dilakukan jarang bila 2 - 3 kali dalam 1 tahun mengiklankan di media masa.
 - d. Iklan yang selama ini dilakukan sangat jarang bila hanya 1 kali dalam 1 tahun mengiklankan di media masa.
11. Diskon yang tersedia saat ini di laboratorium adalah potongan tarif pengujian yang dapat diberikan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggannya.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang diskon yang tersedia pada saat ini.

Cara pengukurannya melalui kuesioner.

Kriteria :

- a. Diskon tinggi bila potongan tarif pengujian $> 50\%$ dari tarif pengujian pada saat ini.
- b. Diskon sedang bila potongan tarif pengujian 25% - 50% dari tarif pengujian pada saat ini.

- c. Diskon rendah bila potongan tarif pengujian 10% - 24% dari tarif pengujian pada saat ini.
 - d. Diskon sangat rendah bila potongan tarif pengujian < 10% dari tarif pengujian pada saat ini.
12. *Price* yang tersedia saat ini di laboratorium adalah besarnya harga atau biaya pada saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang harus dibayar oleh konsumen yang mengujikan produknya, meliputi tarif pengujian.
- Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang *price* yang tersedia pada saat ini.
- Cara pengukurannya melalui kuesioner.
13. Tarif pengujian yang tersedia pada saat ini di laboratorium adalah tarif pengujian yang ada saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang besarnya sesuai dengan jenis sediaan yang diujikan.
- Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang tarif pengujian yang ada pada saat ini.
- Cara pengukurannya melalui kuesioner.
- Kriteria :
- a. Tarif pengujian murah bila < Rp. 500.000,- per jenis produk.
 - b. Tarif pengujian sedang bila Rp. 500.000 – Rp. 750.000,- per jenis produk.
 - c. Tarif pengujian mahal bila Rp. 751.000 – Rp. 1.000.000,- per jenis produk.
 - d. Tarif pengujian sangat mahal bila > Rp. 1.000.000,- per jenis produk.

14. *People* yang tersedia saat ini di laboratorium adalah skill petugas pengujian yang ada saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi perilaku petugas, kemampuan petugas, ketrampilan petugas.

Diukur berdasarkan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui ceklist.

15. Perilaku petugas yang tersedia saat ini di laboratorium adalah perilaku petugas yang selama ini diberikan kepada konsumen, mulai dari konsumen menyerahkan sampel untuk diuji sampai menerima hasil uji.

Diukur berdasarkan pengamatan langsung peneliti tentang perilaku petugas yang meliputi perhatian dan keramahan.

Cara pengukurannya melalui ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Sangat perhatian, diberi skor 4 bila konsumen datang segera dilayani.
- b. Perhatian, diberi skor 3 bila konsumen datang dilayani.
- c. Tidak perhatian, diberi skor 2 bila konsumen datang disuruh menunggu 30 menit – 60 menit.
- d. Sangat tidak perhatian diberi skor 1 bila konsumen datang dibiarkan menunggu selama > 60 menit.
- e. Sangat ramah, diberi skor 4 bila konsumen datang segera diterima dengan sangat ramah.
- f. Ramah, diberi skor 3 bila konsumen datang diterima dengan ramah.
- g. Tidak ramah, diberi skor 2 bila konsumen datang diacuhkan saja.

- h. Sangat tidak ramah, diberi skor 1 bila konsumen datang diterima dengan kata-kata kasar.
16. Kemampuan petugas yang tersedia saat ini di laboratorium adalah kemampuan petugas menguji sampel obat tradisional berdasarkan jenis uji yang diminta oleh konsumen yang saat ini tersedia di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
- Diukur berdasarkan pengamatan langsung peneliti.
- Cara pengukurannya melalui ceklist.
- Kriteria dan kategori :
- a. Sangat mampu, diberi skor 4 bila petugas mampu menguji > 75% sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
 - b. Mampu, diberi skor 3 bila petugas mampu menguji 50% - 75% sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
 - c. Tidak mampu, diberi skor 2 bila petugas mampu menguji 25% - 49% sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
 - d. Sangat tidak mampu, diberi skor 1 bila petugas hanya mampu menguji < 25% sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
17. Ketrampilan petugas yang tersedia saat ini di laboratorium adalah kecepatan petugas pengujian untuk menguji sampel obat tradisional pada saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang menyangkut ketepatan waktu dan ketepatan prosedur pengujian.
- Diukur berdasarkan pengamatan langsung peneliti.
- Cara pengukurannya melalui ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Sangat trampil, diberi skor 4 bila petugas mampu menguji > 90% sampel yang harus diuji tepat waktu dan tepat prosedur.
- b. Trampil, diberi skor 3 bila petugas mampu menguji 70% - 90% sampel yang harus diuji tepat waktu dan tepat prosedur.
- c. Tidak trampil, diberi skor 2 bila petugas mampu menguji 50% - 69% sampel yang harus diuji tepat waktu dan tepat prosedur.
- d. sangat tidak trampil, diberi skor 1 bila petugas hanya mampu menguji < 50% sampel yang harus diuji tepat waktu dan tepat prosedur.

18. *Physical Evidence* yang tersedia saat ini di laboratorium adalah bukti fisik nyata, yang pada saat ini ditampilkan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi peralatan, teknologi, fisik laboratorium.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang *physical evidence* yang ada saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

19. Peralatan yang tersedia saat ini di laboratorium adalah peralatan atau mesin yang tersedia saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang digunakan untuk melakukan uji laboratorium.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang peralatan yang tersedia saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Sangat Canggih (SC), diberi skor 4 bila peralatan tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$.
 - b. Canggih (C), diberi skor 3 bila peralatan tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $1\% - 10\%$.
 - c. Tidak Canggih (TC), diberi skor 2 bila peralatan tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $11\% - 20\%$.
 - d. Sangat Tidak Canggih (STC), diberi skor 1 bila peralatan tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $> 20\%$.
20. Teknologi yang tersedia saat ini di laboratorium adalah teknik atau cara yang pada saat ini dipakai untuk melakukan uji di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Contohnya untuk mengetahui kadar air menggunakan cara gravimetri, untuk mengetahui waktu hancur menggunakan uji disintegrasi.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang teknologi yang tersedia saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Sangat Tinggi (ST), diberi skor 4 bila teknologi tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$.
- b. Tinggi (T), diberi skor 3 bila teknologi tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $1\% - 10\%$.
- c. Rendah (R), diberi skor 2 bila teknologi tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $11\% - 20\%$.

- d. Sangat Rendah (SR), diberi skor 1 bila teknologi tersebut bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $> 20\%$.

21. Fisik laboratorium yang tersedia saat ini di laboratorium adalah fisik Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang tersedia saat ini, yang dinilai adalah kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang fisik laboratorium yang tersedia saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Sangat bersih, diberi skor 4 bila di ruang tunggu tidak ada debu dan tidak ada sampah berserakan serta ada keranjang sampah
- b. Bersih, diberi skor 3 bila di ruang tunggu tidak ada debu dan tidak sampah berserakan.
- c. Jelek, diberi skor 2 bila di ruang tunggu ada debu tetapi tidak ada sampah berserakan atau sebaliknya.
- d. sangat jelek, diberi skor 1 bila di ruang tunggu ada debu dan ada sampah berserakan.
- e. Sangat nyaman, diberi skor 4 bila di ruang tunggu ada AC dan ventilasi cukup serta pengharum ruangan.
- f. Nyaman, diberi skor 3 bila di ruang tunggu ada AC dan ventilasi cukup.
- g. Tidak nyaman, diberi skor 2 bila di ruang tunggu tidak ada AC tetapi ventilasi cukup atau sebaliknya.

h. Sangat tidak nyaman, diberi skor 1 bila di ruang tunggu tidak ada AC dan ventilasi tidak cukup bahkan tidak ada ventilasi.

22. *Process* yang tersedia saat ini di laboratorium adalah tahapan yang ada pada saat ini dan harus dijalani untuk melakukan pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, meliputi prosedur penanganan sampel dan waktu mengeluarkan hasil uji.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang *process* yang tersedia saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

23. Prosedur penanganan sampel yang tersedia saat ini di laboratorium adalah prosedur untuk mengujikan sampel obat tradisional yang tersedia saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, mulai dari sampel diterima oleh petugas pengujian sampai dengan selesai diuji.

Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang prosedur pengujian yang tersedia saat ini dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

Prosedur untuk mengujikan sampel obat tradisional diuraikan sesuai dengan kondisi riil yang ada di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya sebagai berikut :

Konsumen datang membawa sampel → TU. Balai Besar POM Surabaya → Kabid. pengujian → laboratorium (obat tradisional dan mikrobiologi) → Kabid. pengujian → TU. Balai Besar POM Surabaya → konsumen datang mengambil hasil uji.

24. Waktu mengeluarkan hasil uji yang tersedia saat ini di laboratorium adalah waktu yang diperlukan oleh petugas untuk menguji produk sesuai dengan jenis sediaan yang diujikan, yang saat ini berlaku di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Diukur berdasarkan pernyataan petugas pengujian tentang waktu mengeluarkan hasil uji dan pengamatan langsung peneliti.

Cara pengukurannya melalui kuesioner dan ceklist.

Kriteria dan kategori :

- a. Sangat Cepat (SC), diberi skor 4 bila < 1 minggu.
- b. Cepat (C), diberi skor 3 bila 1 – 2 minggu.
- c. Lambat (L), diberi skor 2 bila 3 minggu.
- d. Sangat Lambat (SL), diberi skor 1 bila > 3 minggu.

25. Jendela pelanggan adalah suatu alat yang dipakai untuk menganalisis kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk, yang mana jendela pelanggan ini membagi karakteristik ke dalam empat kuadran, yaitu :

- a. Pelanggan menginginkan karakteristik itu, tetapi pelanggan tidak mendapatkannya, pelanggan tidak puas karena karakteristik yang diinginkan tidak diperoleh.
- b. Pelanggan menginginkan karakteristik itu, dan pelanggan mendapatkannya, merupakan posisi terbaik yang harus dicapai.
- c. Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, tetapi pelanggan mendapatkannya, berhenti menawarkan atau mendidik pelanggan tentang manfaat.

- d. Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, dan pelanggan tidak mendapatkannya, tidak perlu cemas.
26. Analisis kebutuhan dan harapan konsumen dengan alat jendela pelanggan adalah suatu analisis terhadap kebutuhan dan harapan konsumen dengan menggunakan alat jendela pelanggan, yang hasilnya dipakai untuk menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang sebelumnya dilengkapi data kualitatif melalui *Focus Group Discussion* (FGD).
27. *Focus Group Discussion* (FGD) adalah diskusi kelompok antara peneliti dengan penentu kebijakan tingkat Balai POM Surabaya, tingkat Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur, Gabungan Pengusaha Jamu Surabaya, masyarakat pengguna jamu dan pihka-pihak terkait uantuk mengumpulkan data kualitatif untuk menyusun rekomendasi. FGD dilakukan setelah analisis kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk dengan alat jendela pelanggan.
28. Aspek 7P adalah teori bauran pemasaran dari Zeithaml dan Bitner (1996), yang meliputi *product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*, yang dipakai untuk membandingkan antara harapan konsumen dan kondisi laboratorium saat ini, yang nantinya dipakai sebagai dasar untuk menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

4.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data adalah kuesioner dan ceklist. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan

sebelumnya. Untuk menjamin validitas dan realibilitas kuesioner tersebut, maka dilakukan uji coba kuesioner dan uji validitas dan reliabilitas.

Sedangkan ceklist digunakan untuk melakukan pengamatan langsung kepada responden provider.

4.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Balai Besar POM Surabaya dan Pengusaha Kecil Obat Tradisional di kota Surabaya. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai dengan Juli 2002.

4.9 Pengumpulan Data

4.9.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui dua cara yaitu wawancara kepada responden konsumen dengan menggunakan kuesioner dan pengamatan langsung disertai wawancara kepada responden provider dengan menggunakan ceklist dan kuesioner. Dari kuesioner dan ceklist diperoleh data kemudian produk dianalisis dengan Jendela Pelanggan dan dilanjutkan dengan FGD untuk menyusun upaya pemanfaatan.

Sedangkan data sekunder yang digunakan diperoleh dari dokumen pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

4.9.2 Pewawancara

Pewawancara dalam penelitian ini adalah peneliti dan dibantu oleh surveyor terlatih. Untuk memperoleh hasil yang akurat maka surveyor yang akan membantu diberikan petunjuk dan latihan secara singkat mengenai proses pengumpulan data seperti proses pengisian kuesioner, sedangkan untuk pengamatan langsung dilakukan sendiri oleh peneliti.

4.9.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui kehandalan (*reliable*) dan kesahihan (*valid*) dari instrumen (kuesioner), maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden konsumen, yang merupakan seluruh responden dan sudah memenuhi jumlah yang disarankan (Ancok, 19987).

Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melakukan wawancara ulang terhadap responden yang sama, dengan selang waktu 15 hari setelah pengambilan data yang pertama (*test-retest*). Untuk responden provider karena jumlah keseluruhannya 16 orang maka untuk uji validitas dan reliabilitas jumlahnya tidak memenuhi syarat minimum yang disarankan, tapi tetap dilakukan uji. Teknik analisis untuk uji validitas dan reliabilitas menggunakan uji korelasi.

4.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu :

- Tahap 1 : Menggunakan seluruh data yang diperoleh dari pengisian kuesioner dan ceklist, kemudian dilakukan editing, hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner sudah terjawab semua.
- Tahap 2 : Melakukan Coding, hal ini dimaksudkan untuk lebih memudahkan mengelompokkan data, mengkategorikan data maupun menggambarkan hubungan atau perbedaan antar variabel, dengan pendekatan matematis menggunakan komputer.
- Tahap 3 : Melakukan tabulasi data dan disajikan dalam bentuk tabel.
- Tahap 4 : Analisis kebutuhan dan harapan konsumen terhadap aspek 7P dengan alat jendela pelanggan.
- Tahap 5 : Hasil analisis kebutuhan dan harapan konsumen terhadap aspek 7P dengan alat Jendela Pelanggan dibahas dalam FGD untuk mendapatkan masukan, komentar dan saran dari peserta FGD.
- Tahap 6 : Berdasarkan rekomendasi FGD dan rekomendasi sementara dari peneliti disusun upaya untuk meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

BAB V

HASIL PENELITIAN

BAB 5

HASIL PENELITIAN

5.1 Gambaran Umum Industri Kecil Obat Tradisional di Surabaya

Industri kecil obat tradisional di Surabaya yang sudah terdaftar di Balai Besar POM Surabaya sampai dengan Agustus 2001 berjumlah 67 perusahaan. 67 industri kecil obat tradisional tersebut tersebar di beberapa kecamatan dan kelurahan di kota Surabaya. Jenis obat tradisional yang di produksi oleh industri kecil obat tradisional di Surabaya adalah rajangan, serbuk, pil, dodol / jenang, pastiles, kapsul, tablet, cairan obat dalam, sari jamu, parem; pilis dan tapel, koyok, cairan obat luar, salep / krim. Dari 67 industri kecil obat tradisional di Surabaya tersebut yang semua produknya sudah memiliki nomor registrasi jumlahnya kurang dari 20%, sedangkan yang sebagian produknya sudah memiliki nomor registrasi jumlahnya sekitar 60% dan yang lainnya sekitar 20% belum memiliki nomor registrasi tetapi sudah memiliki ijin usaha industri kecil obat tradisional. (Seksi Pemeriksaan Balai Besar POM Surabaya, 2002)

Dari 67 industri kecil obat tradisional di Surabaya, yang pengusahanya mengujikan secara rutin produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya kurang dari 10%, hal ini kemungkinan disebabkan oleh belum adanya peraturan yang mewajibkan berapa lama obat tradisional yang sudah memiliki nomor registrasi atau ijin edar harus diujikan ulang. Sedangkan untuk produk baru yang belum memiliki nomor registrasi yang sudah

diujikan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya sekitar 60% selebihnya diujikan ke laboratorium lain.

5.2 Gambaran Umum Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu dari 26 Laboratorium Balai Besar POM dan Balai POM di seluruh Indonesia yang bertugas untuk melakukan pengujian dan penilaian mutu di bidang produk terapeutik, narkotika, obat tradisional, kosmetika dan produk komplimen.

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya merupakan salah satu laboratorium milik pemerintah yang sudah terakreditasi. Komite Akreditasi Nasional (KAN) telah mengukuhkan sebagai salah satu laboratorium yang sudah terakreditasi pada tanggal 3 April 2002 dengan nomor : LP. 133-I DN. Di Indonesia baru ada 3 Laboratorium Balai Besar dengan Balai POM yang sudah terakreditasi. Sebagai salah satu laboratorium yang sudah terakreditasi, Balai Besar POM Surabaya memiliki sumber daya manusia sebanyak 138 orang , 56 orang diantaranya adalah petugas laboratorium dengan latar belakang pendidikan sebagai berikut : berpendidikan Apoteker 26 orang, berpendidikan Sarjana biologi 5 orang, berpendidikan Akademi Analis Kesehatan 2 orang, berpendidikan Akademi Analis Farmasi 1 orang, berpendidikan Asisten Apoteker 18 orang, berpendidikan Analis 3 orang, berpendidikan SMEA 1 orang. Dari 56 orang tersebut yang khusus menangani obat tradisional sebanyak 16 orang dengan latar belakang pendidikan sebagai berikut : berpendidikan Apoteker 4 oang, berpendidikan Sarjana Biologi 2 orang,

berpendidikan Akademi Analis Kesehatan 2 orang, berpendidikan Analis 3 orang, berpendidikan Asisten Apoteker 5 orang.

Balai Besar POM Surabaya dibangun di atas tanah seluas 1.908 m², dengan luas bangunan 2.381,50 m² yang berupa gedung tingkat 2, sedangkan luas bangunan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya mencapai 1.548,98 m², hal ini berarti 2/3 luas bangunan Balai Besar POM Surabaya merupakan laboratorium. Selain didukung oleh jumlah SDM yang cukup, Laboratorium Balai Besar POM Surabaya juga memiliki peralatan-peralatan canggih misalnya AAS, Auto Titrator, Condom Inflation dan Leak Test, Densitometer, Disintegrator Tester, Disolusi, Gas Kromatografi, HPLC, Laminer Flow, Moisture Meter, Smoking Machine, Spectrofluorometer, Spectrofotometer, Ultrasonic dan lain-lain.

Wilayah kerja Balai Besar POM Surabaya meliputi seluruh Propinsi Jawa Timur dengan luas 47.922,48 km², terdiri dari 35 kabupaten / kota sebagai berikut :

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. Kabupaten Bangkalan | 19. Kabupaten Situbondo |
| 2. Kabupaten Blitar | 20. Kabupaten Sampang |
| 3. Kabupaten Bojonegoro | 21. Kabupaten Sidoarjo |
| 4. Kabupaten Jombang | 22. Kabupaten Sumenep |
| 5. Kabupaten Kediri | 23. Kabupaten Gresik |
| 6. Kabupaten Lamongan | 24. Kabupaten Trenggalek |
| 7. Kabupaten Lumajang | 25. Kabupaten Tuban |
| 8. Kabupaten Madiun | 26. Kabupaten Tulungagung |
| 9. Kabupaten Magetan | 27. Kota Surabaya |
| 10. Kabupaten Malang | 28. Kota Blitar |

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 11. Kabupaten Mojokerto | 29. Kota Kediri |
| 12. Kabupaten Nganjuk | 30. Kota Madiun |
| 13. Kabupaten Ngawi | 31. Kota Probolinggo |
| 14. Kabupaten Pemekasan | 32. Kota Malang |
| 15. Kabupaten Pasuruan | 33. Kota Mojokerto |
| 16. Kabupaten Pacitan | 34. Kota Pasuruan |
| 17. Kabupaten Ponorogo | 35. Kota Batu |
| 18. Kabupaten Probolinggo | |

Jasa pengujian yang tersedia adalah pengujian produk terapeutik, narkotika, obat tradisional, kosmetika dan produk komplement yang berasal dari sampel rutin, sampel proyek, sampel pabrik, sampel kasus, sampel pihak III / perorangan, sampel dari pengusaha. Namun pada penelitian ini dibatasi pada pengujian sampel obat tradisional yang berasal dari pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

5.3 Gambaran Umum tentang Responden

Responden pada penelitian ini ada 2 yaitu :

1. Responden konsumen yaitu pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.
2. Responden provider yaitu karyawan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang khusus menangani obat tradisional termasuk didalamnya Kepala Bidang Pengujian I.

5.3.1 Gambaran Umum Responden Konsumen

Responden konsumen adalah pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya, baik yang sudah pernah mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya maupun yang belum pernah mengujikan. Jumlahnya sebanyak 67 orang. Sebanyak 67 industri kecil obat tradisional di Surabaya tersebut tersebar di beberapa kecamatan, antara lain :

Kecamatan Rungkut	: 7 sarana
Kecamatan Manukan	: 6 sarana
Kecamatan Kapasan	: 6 sarana
Kecamatan Gubeng	: 6 sarana
Kecamatan Wonokromo	: 4 sarana
Kecamatan Krembangan	: 3 sarana
Kecamatan Tenggilis	: 3 sarana
Kecamatan Kenjeran	: 3 sarana
Kecamatan Menganti	: 3 sarana

dan kecamatan lain di Surabaya.

Dari 67 industri kecil obat tradisional di Surabaya tersebut memiliki umur berbeda-beda seperti tersebut di bawah ini :

- a. Berumur > 10 tahun sebanyak 19 sarana
- b. Berumur 8 – 10 tahun sebanyak 8 sarana
- c. Berumur 5 – 7 tahun sebanyak 10 sarana
- d. Berumur 2 – 4 tahun sebanyak 21 sarana
- e. Berumur < 2 tahun sebanyak 9 sarana

Sedangkan menurut jenis produksinya, dibagi sebagai berikut :

- a. Yang memiliki jenis sediaan 8 – 10 jenis sebanyak 1 sarana
- b. Yang memiliki jenis sediaan 5 – 7 jenis sebanyak 8 sarana
- c. Yang memiliki jenis sediaan 2 – 4 jenis sebanyak 37 sarana
- d. Yang memiliki jenis sediaan hanya 1 jenis sebanyak 21 sarana

Jenis sediaan obat tradisional adalah serbuk, rajangan, pil, dodol / jenang, pastiles, kapsul, cairan obat dalam, sari jamu, parem; pilis dan tapel, koyok, cairan obat luar, salep / krim.

5.3.2 Gambaran Umum Responden Provider

Responden provider adalah karyawan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang khusus menangani obat tradisional termasuk di dalamnya Kepala Bidang Pengujian I. Responden provider jumlahnya sebanyak 16 orang. Karena jumlahnya hanya 16 orang maka seluruhnya dijadikan responden pada penelitian ini. Responden provider memiliki karakteristik yang sama dalam hal kemampuan, ketrampilan dan keahlian menguji sampel obat tradisional.

5.4 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan ceklist pengamatan.

Kuesioner pada penelitian ini ada 2 yaitu :

1. Kuesioner konsumen untuk responden konsumen.
2. Kuesioner provider untuk responden provider.

Sedangkan ceklist pengamatan adalah pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti.

5.4.1 Analisis Pembahasan Faktor Konsumen

1. Kesadaran responden untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya meliputi :

a. Kesadaran responden terhadap perlunya pengujian

Kesadaran responden terhadap perlunya pengujian seperti tersebut pada tabel 5.1 sebagai berikut :

Tabel 5.1 Distribusi Kesadaran Responden terhadap perlunya Pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kesadaran Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Terhadap perlunya pengujian				
	a. Tinggi	3	5	16,7	15
	b. Sedang	2	23	76,7	46
	c. Rendah	1	2	6,7	2
	Jumlah		30	100,0	63

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.1 dapat dipelajari bahwa sebanyak 76,7% responden memiliki tingkat kesadaran sedang terhadap perlunya pengujian, tetapi masih ditemukan responden yang memiliki tingkat kesadaran rendah terhadap perlunya pengujian (6,7%) untuk itu upaya peningkatan tingkat kesadaran responden tetap diperlukan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

b. Kesadaran responden untuk mengujikan produk baru

Kesadaran responden untuk mengujikan produk baru seperti tersebut pada tabel 5.2 sebagai berikut :

Tabel 5.2 Distribusi Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produk Baru di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kesadaran Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Untuk mengujikan produk baru				
	a. Tinggi	3	20	66,7	60
	b. Sedang	2	8	26,7	16
	c. Rendah	1	2	6,7	2
	Jumlah		30	100,0	78

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.2 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden memiliki tingkat kesadaran tinggi untuk mengujikan produk baru, namun masih ditemukan responden yang memiliki tingkat kesadaran rendah untuk mengujikan produk baru (6,7%).

- c. Kesadaran responden untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi.

Kesadaran responden untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi seperti tersebut pada tabel 5.3 sebagai berikut :

Tabel 5.3 Distribusi Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produk Lama yang Sudah Memiliki Nomor Registrasi di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kesadaran Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi				
	a. Tinggi	3	6	20,0	18
	b. Sedang	2	20	66,7	40
	c. Rendah	1	4	13,3	4
	Jumlah		30	100,0	62

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.3 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden memiliki tingkat kesadaran sedang untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi bahkan masih ditemukan sebanyak 13,3% respon memiliki tingkat kesadaran rendah untuk mengujikan produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi.

d. Kesadaran responden untuk mengujikan produk lama secara periodik

Kesadaran responden untuk mengujikan produk lama secara periodik seperti tersebut pada tabel 5.4 sebagai berikut :

Tabel 5.4 Distribusi Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produk Lama secara Periodik di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kesadaran Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Untuk mengujikan produk lama secara periodik				
	a. Tinggi	3	4	13,3	12
	b. Sedang	2	15	50,0	30
	c. Rendah	1	11	36,6	11
	Jumlah		30	100,0	53

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dipelajari bahwa sebanyak 50,0% responden memiliki tingkat kesadaran sedang untuk mengujikan produk lama secara periodik, tetapi masih ditemukan sebanyak 36,6% responden memiliki tingkat kesadaran rendah untuk mengujikan produk lama secara periodik. Untuk itu upaya peningkatan tingkat kesadaran responden tetap diperlukan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Kesadaran responden untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dapat diukur dari tingkat kesadarannya terhadap perlunya pengujian, tingkat kesadarannya untuk mengujikan produk baru, tingkat kesadarannya untuk mengujikan produk lama, tingkat kesadarannya untuk mengujikan produk lama secara periodik.

Berikut ini tingkat kesadaran responden untuk mengujikan produknya, yang diperoleh dari penjumlahan tingkat kesadaran responden pada tabel 5.1, 5.2, 5.3, 5.4.

Tabel 5.5 Distribusi Tingkat Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kesadaran Responden untuk Mengujikan Produknya	Skore	Frekuensi Kumulatif	Persentase	Skore x Frekuensi Kumulatif
	a. Tinggi	3	35	29,2	105
	b. Sedang	2	66	55,0	132
	c. Rendah	1	19	15,8	19
	Jumlah		120	100,0	256

Sumber : data primer, Juli 2002

Keterangan :

Kesadaran responden tinggi bila skore 2,4 – 3,0 atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 288 – 360

Kesadaran responden sedang bila skore 1,7 – 2,3 atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 204 – 276

Kesadaran responden rendah bila skore 1,0 – 1,6 atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 120 – 192

Berdasarkan tabel 5.5 dapat dipelajari bahwa sebanyak 55,0% atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 256 yang berarti bahwa responden memiliki

tingkat kesadaran sedang untuk mengujikan produknya bahkan masih ditemukan sebanyak 15,8% responden memiliki tingkat kesadaran rendah. Untuk itu upaya peningkatan tingkat kesadaran responden tetap diperlukan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

2. Kebutuhan responden terhadap pengujian menurut jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya memiliki :
 - a. Kebutuhan responden untuk mengujikan semua jenis sediaan seperti tersebut pada tabel 5.6 sebagai berikut :

Tabel 5.6 Distribusi Kebutuhan Responden untuk Mengujikan semua Jenis Sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kebutuhan Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Untuk mengujikan semua jenis produk				
	a. Tinggi	3	4	13,3	12
	b. Sedang	2	24	80,0	48
	c. Rendah	1	2	6,7	2
	Jumlah		30	100,0	62

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.6 dapat dipelajari bahwa sebanyak 80,0% responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan semua jenis sediaan. Untuk itu upaya peningkatan tingkat kebutuhan responden tetap diperlukan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

- b. Kebutuhan responden untuk mengujikan setiap item jenis sediaan seperti tersebut pada tabel 5.7 sebagai berikut :

Tabel 5.7 Distribusi Kebutuhan Responden untuk Mengujikan Setiap Item Jenis Sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kebutuhan Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Untuk mengujikan setiap jenis sediaan				
	a. Tinggi	3	4	13,3	12
	b. Sedang	2	16	53,3	32
	c. Rendah	1	10	33,3	10
	Jumlah		30	100,0	54

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.7 dapat dipelajari bahwa sebanyak 53,3% responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan setiap item jenis sediaan, tetapi masih ditemukan sebanyak 33,3% responden memiliki tingkat kebutuhan rendah untuk mengujikan setiap item jenis sediaan. Untuk itu diperlukan upaya peningkatan tingkat kebutuhan responden dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

- c. Kebutuhan responden untuk mengujikan produk lama seperti tersebut pada tabel 5.8 sebagai berikut :

Tabel 5.8 Distribusi Kebutuhan Responden untuk Mengujikan Produk Lama di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kebutuhan Responden	Skore	Frekuensi	Persentase	Skore x Frekuensi
1.	Untuk mengujikan setiap item jenis sediaan				
	a. Tinggi	3	4	13,3	12
	b. Sedang	2	23	76,7	46
	c. Rendah	1	3	10,0	3
	Jumlah		30	100,0	61

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.8 dapat dipelajari bahwa sebanyak 76,7% responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan produk lama, bahkan sebanyak 10,0% responden masih memiliki tingkat kebutuhan rendah untuk mengujikan produk lama. Untuk itu diperlukan upaya peningkatan tingkat kebutuhan responden dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Kebutuhan responden terhadap pengujian menurut jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dapat diukur dari tingkat kebutuhannya untuk mengujikan semua jenis sediaan, tingkat kebutuhannya untuk mengujikan setiap item jenis sediaan, tingkat kebutuhannya untuk mengujikan produk lama.

Berikut ini tingkat kebutuhan responden terhadap pengujian menurut jenis sediaan, yang diperoleh dari penjumlahan tingkat kebutuhan responden pada tabel 5.6, 5.7, 5.8.

Tabel 5.9 Distribusi Tingkat Kebutuhan Responden terhadap Pengujian Menurut Jenis Sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Tingkat Kebutuhan Responden terhadap Pengujian menurut Jenis Sediaan	Skore	Frekuensi Kumulatif	Persentase	Skore x Frekuensi Kumulatif
	a. Tinggi	3	12	13,3	36
	b. Sedang	2	63	70,0	126
	c. Rendah	1	15	16,7	15
	Jumlah		90	100,0	177

Sumber : data primer, Juli 2002

Keterangan :

Kebutuhan responden tinggi bila skore 2,4 – 3,0 atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 216 – 270

Kebutuhan responden sedang bila skore 1,7 – 2,3 atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 153 – 207

Kebutuhan responden rendah bila skore 1,0 – 1,6 atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 90 – 144

Berdasarkan tabel 5.9 dapat dipelajari bahwa sebanyak 70,0% atau Σ (skore x frekuensi kumulatif) = 177 yang berarti bahwa responden memiliki tingkat kebutuhan sedang terhadap pengujian menurut jenis sediaan, bahkan sebanyak 16,7% responden masih memiliki tingkat kebutuhan rendah. Untuk itu diperlukan upaya peningkatan tingkat kebutuhan responden dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

- d. Kebutuhan normatif responden terhadap pengujian, jenis sediaan yang sudah diujikan dan persepsi responden terhadap pengujian seperti tersebut pada tabel 5.10 sebagai berikut :

Tabel 5.10 Distribusi Kebutuhan Normatif Responden terhadap Pengujian, Jenis Sediaan yang sudah Diujikan dan Persepsi Responden terhadap Pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Jenis Sediaan	Jenis Sediaan yang Diproduksi		Jenis Sediaan yang Sudah Diujikan		Jenis Sediaan yang Butuh Diujikan	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Rajangan	1	2,1	0	0,0	1	100,0
2.	Serbuk	15	31,9	10	66,7	13	86,7
3.	Pil	1	2,1	1	100,0	1	100,0
4.	Dodol / Jenang	4	8,5	3	75,0	3	75,0
5.	Pastiles	0	0,0	0	0,0	0	0,0
6.	Kapsul	8	17,0	7	87,5	7	87,5
7.	Tablet	1	2,1	1	100,0	1	100,0
8.	Cairan Obat Dalam	6	12,8	4	66,7	5	83,3
9.	Sari Jamu	0	0,0	0	0,0	0	0,0

dilanjutkan ke halaman berikutnya

sambungan tabel 5.10

No.	Jenis Sediaan	Jenis Sediaan yang Diproduksi		Jenis Sediaan yang Sudah Diujikan		Jenis Sediaan yang Butuh Diujikan	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
10.	Parem, Pilis dan Tapel	1	2,1	1	100,0	1	100,0
11.	Koyok	0	0,0	0	0,0	0	0,0
12.	Cairan Obat Luar	8	17,0	6	75,0	7	87,5
13.	Salep / Krim	2	4,3	2	100,0	2	100,0
	Jumlah	47	100,0				

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.10 dapat dipelajari bahwa sebanyak 31,9% responden memproduksi jenis sediaan serbuk, sehingga kebutuhan normatif responden terhadap pengujian jenis sediaan serbuk sebanyak 31,9% dari seluruh jenis sediaan yang diproduksi responden yaitu sebanyak 47 jenis sediaan. Dari 31,9% jenis sediaan serbuk yang diproduksi oleh responden, 66,7% yang sudah diujikan dan 86,7% yang butuh diujikan. Demikian halnya dengan jenis sediaan kapsul dan cairan obat luar, kebutuhan normatif responden terhadap kedua jenis sediaan ini masing-masing sebanyak 17,0% dari seluruh jenis sediaan yang diproduksi responden, masing-masing 87,5% dan 75,0% yang sudah diujikan dan masing-masing 87,5% yang butuh diujikan.

Dari uraian di atas jelas bahwa jenis sediaan yang sudah diujikan lebih dari 66,0% dan yang butuh diujikan lebih dari 75,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kebutuhan sedang terhadap jenis sediaan yang sudah diujikan dan jenis sediaan yang butuh diujikan sehingga masih diperlukan upaya peningkatan tingkat kebutuhan responden dalam rangka meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

3. Harapan Responden terhadap Pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Dalam penelitian ini harapan responden terhadap pengujian meliputi aspek 7P. Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) aspek 7P tersebut adalah *product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*. Harapan responden yang meliputi aspek 7P tersebut dibahas satu per satu seperti tersebut di bawah ini.

3.1 Harapan Responden terhadap *Product*, meliputi : Kualitas Pengujian

Karena Laboratorium Balai Besar POM Surabaya produknya berupa jasa pengujian laboratorium maka yang dimaksud dengan kualitas produk adalah kualitas pengujian.

Harapan responden terhadap kualitas pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.11 sebagai berikut :

Tabel 5.11 Harapan Responden terhadap Kualitas Pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Kualitas Pengujian	Frekuensi	Persentase
1.	Hasil uji memenuhi syarat pengujian	7	23,3
2.	Hasil uji laboratorium akurat	8	26,7
3.	Hasil uji laboratorium tepat waktu	8	26,7
4.	Hasil uji terakreditasi	6	20,0
5.	Lain-lain (biaya murah)	1	3,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.11 dapat dipelajari bahwa masing-masing sebanyak 26,7% responden mengharapkan kualitas pengujian yang hasil ujinya akurat dan

tepat waktu. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gasperz (2000) yang mengatakan bahwa pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*), lebih baik (*better*). Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, dimensi biaya dan dimensi kualitas. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya 3,3% yang menginginkan biaya murah.

3.2 Harapan Responden terhadap *Place*, meliputi : Jarak dan Transportasi

3.2.1. Harapan responden terhadap jarak

Yang dimaksud jarak pada penelitian ini adalah jarak antara perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, diukur dalam kilometer atau waktu tempuh.

Harapan responden terhadap jarak antara perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.12 sebagai berikut :

Tabel 5.12 Distribusi Harapan Responden terhadap Jarak antara Perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Jarak	Frekuensi	Persentase
1.	< 10 km atau waktu tempuh < 30 menit	18	60,0
2.	10 – 20 km atau waktu tempuh 30 – 45 menit	11	36,7
3.	21 – 30 km atau waktu tempuh 46 – 60 menit	1	3,3
4.	> 30 km atau waktu tempuh > 60 menit	0	0
5.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.12 dapat dipelajari bahwa sebanyak 60,0% responden mengharapkan jarak antara perusahaan dengan Laboratoium Balai Besar POM

Surabaya < 10 km atau waktu tempuh < 30 menit. Menurut Alan Dever (1984) pada model pemanfaatan pelayanan kesehatan salah satu faktor yang mempengaruhi pemanfaatan pelayanan kesehatan adalah faktor organisasional, di mana didalamnya menyangkut faktor keterjangkauan lokasi yang diukur dengan jarak dan waktu tempuh.

3.2.2. Harapan responden terhadap transportasi

Harapan responden terhadap transportasi meliputi jumlah dan jenis sarana transportasi yang bisa digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

1. Harapan responden terhadap jumlah sarana transportasi yang bisa digunakan ke

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.13 sebagai

berikut :

Tabel 5.13 Distribusi Harapan Responden terhadap Jumlah Sarana Transportasi yang Bisa Digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Jumlah Sarana Transportasi	Frekuensi	Persentase
1.	> 4 sarana transportasi (Sangat mudah)	12	40,0
2.	3 – 4 sarana transportasi (Mudah)	13	43,3
3.	2 sarana transportasi (Sulit)	5	16,7
4.	1 sarana transportasi (Sangat sulit)	0	0
5.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.13 dapat dipelajari bahwa sebanyak 43,3% responden mengharapkan jumlah sarana transportasi yang bisa digunakan untuk menuju

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya 3 – 4 sarana transportasi. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengharapkan sarana transportasi yang mudah.

2. Harapan responden terhadap jenis sarana transportasi yang bisa digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.14 sebagai berikut :

Tabel 5.14 Distribusi Harapan Responden terhadap Jenis Sarana Transportasi yang Bisa Digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Jenis Sarana Transportasi	Frekuensi	Persentase
1.	Mobil pribadi	8	26,7
2.	Kendaraan umum	13	43,3
3.	Sepeda motor	5	16,7
4.	Sepeda, becak	0	0
5.	Lain-lain (mobil perusahaan)	4	13,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.14 dapat dipelajari bahwa sebanyak 43,3% responden mengharapkan jenis sarana transportasi kendaraan umum yang bisa digunakan untuk menuju Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Hal ini jika dikaitkan dengan biaya perjalanan maka kendaraan umum adalah yang paling murah sehingga sesuai dengan pernyataan Gaspersz (2000) yang menyatakan bahwa pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih murah (*cheaper*).

- 3.3 Harapan Responden terhadap *Promotion*, meliputi : Sosialisasi kepada Konsumen, Iklan dan Diskon

3.3.1. Harapan responden terhadap sosialisasi kepada responden

Harapan responden terhadap sosialisasi kepada responden meliputi cara sosialisasi dan frekuensi sosialisasi.

1. Harapan responden terhadap cara sosialisasi yang bisa dilakukan oleh petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.15 sebagai berikut :

Tabel 5.15 Distribusi Harapan Responden terhadap Cara Sosialisasi yang Dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Cara Sosialisasi	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan sosialisasi	1	3,3
2.	Melalui penyuluhan	13	43,3
3.	Melalui seminar	14	46,7
4.	Melalui pertemuan rutin	2	6,7
5.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.15 dapat dipelajari bahwa sebanyak 46,7% responden mengharapkan adanya cara sosialisasi melalui seminar. Menurut Payne (2001) salah satu unsur dalam memperkenalkan produk jasa adalah sosialisasi. Melalui sosialisasi organisasi jasa dapat berkomunikasi dengan pasar sasarannya. Untuk itu apabila produk jasa ingin dikenal dan diminati maka harus disosialisasikan kepada konsumen. Caranya bisa melalui penyuluhan, seminar, pertemuan rutin, dan lain-lain.

2. Harapan responden terhadap frekuensi sosialisasi yang bisa dilakukan oleh petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.16 sebagai berikut :

Tabel 5.16 Distribusi Harapan Responden terhadap Frekuensi Sosialisasi yang Dilakukan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Frekuensi Sosialisasi	Frekuensi	Persentase
1.	> 4 kali	4	13,3
2.	3 – 4 kali	8	26,7
3.	2 kali	14	46,7
4.	1 kali saja	3	10,0
5.	Lain-lain	1	3,2
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.16 dapat dipelajari bahwa sebanyak 46,7% responden mengharapkan frekuensi sosialisasi 2 kali dalam 1 tahun. Sedangkan sebanyak 26,7% responden mengharapkan frekuensi sosialisasi 3 – 4 kali dalam 1 tahun.

3.2.1 Harapan responden terhadap iklan

Harapan responden terhadap iklan yang digunakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya meliputi media iklan dan frekuensi iklan

1. Harapan Responden terhadap media iklan yang digunakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.17 sebagai berikut :

Tabel 5.17 Distribusi Harapan Responden terhadap Media Iklan yang Digunakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Media Iklan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan iklan	1	3,3
2.	Iklan yang ditayangkan di TV	3	10,0
3.	Iklan di surat kabar, majalah, bulletin	15	50,0
4.	Brosur-brosur berwarna	9	30,0
5.	Lain-lain (radio)	2	6,7
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.17 dapat dipelajari bahwa sebanyak 50,0% responden mengharapkan media iklan melalui surat kabar, majalah, buletin. Menurut Payne (2001) promosi jasa mencakup sejumlah bidang utama, bidang ini meliputi unsur antara lain periklanan. Jadi iklan merupakan salah satu alat untuk memperkenalkan produk jasa. Media iklan bisa melalui surat kabar, majalah, buletin, media elektronik dan lain-lain yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan responden.

2. Harapan responden terhadap frekuensi iklan yang digunakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.18 sebagai berikut :

Tabel 5.18 Distribusi Harapan Responden terhadap Frekuensi Penayangan / Penyampaian Iklan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Frekuensi Iklan	Frekuensi	Persentase
1.	> 5 kali	3	10,0
2.	4 – 5 kali	10	33,3
3.	2 – 3 kali	14	46,7
4.	1 kali saja	2	6,7
5.	Lain-lain	1	3,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.18 dapat dipelajari bahwa sebanyak 46,7% responden mengharapkan frekuensi iklan 2 – 3 kali dalam 1 tahun. Menurut Gasperz (2000) komunikasi melalui iklan sangat diperlukan dalam pemasaran, namun iklan yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi harapan responden akan memberikan dampak negatif.

3. Harapan responden terhadap diskon tarif pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.19 sebagai berikut :

Tabel 5.19 Distribusi Harapan Responden terhadap Diskon Tarif Pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Diskon Tarif	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan diskon tarif pengujian	0	0
2.	> 50% dari tarif pengujian yang ada	17	56,7
3.	25 – 50% dari tarif pengujian yang ada	11	36,7
4.	10 – 24% dari tarif pengujian yang ada	2	6,7
4.	< 10% dari tarif pengujian yang ada	0	0
6.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.19 dapat dipelajari bahwa sebanyak 56,7% responden mengharapkan diskon tarif pengujian > 50% dari tarif pengujian yang ada. Menurut Payne (2001) promosi jasa mencakup sejumlah bidang utama, bidang ini meliputi unsur antara lain promosi penjualan. Promosi penjualan ini bisa melalui pemberian diskon, pelayanan service secara personal, emphati kepada pengguna jasa tersebut dan lain-lain.

3.4 Harapan Responden terhadap *Price*

Harapan responden terhadap *price* meliputi : tarif pengujian

3.4.1 Harapan responden terhadap tarif pengujian Laboratorium Balai Besar POM

Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.20 sebagai berikut :

Tabel 5.20 Distribusi Harapan Responden terhadap Besarnya Tarif Pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Besarnya Tarif Pengujian	Frekuensi	Persentase
1.	< Rp. 500.000,- per jenis sediaan	17	56,7
2.	Rp. 500.000 – Rp. 750.000,- per jenis sediaan	11	36,7
3.	Rp. 751.000 – Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan	2	6,7
4.	> Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan	0	0
5.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.20 dapat dipelajari bahwa sebanyak 56,7% responden mengharapkan besarnya tarif pengujian < Rp. 500.000,- per jenis sediaan. Sedangkan sebanyak 36,7% responden mengharapkan besarnya tarif pengujian Rp. 500.000 – Rp. 750.000,- per jenis sediaan. Hal ini menunjukkan bahwa responden menginginkan adanya penurunan tarif pengujian karena tarif pengujian pada saat ini > Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan, tetapi karena tarif pengujian sudah ditentukan oleh Badan POM maka seharusnya Balai Besar POM Surabaya melakukan perhitungan unit *cost* per jenis sediaan. Hasil dari perhitungan unit *cost* ini dipakai sebagai dasar untuk memberikan masukan kepada Badan POM untuk meninjau kembali tarif pengujian saat ini.

3.5 Harapan Responden terhadap *People*

Harapan responden terhadap *people* meliputi : perilaku petugas, kemampuan petugas dan ketrampilan petugas (skill petugas).

3.5.1 Harapan responden terhadap perilaku petugas

Harapan responden terhadap perilaku petugas meliputi perhatian petugas dan keramahan petugas.

1. Harapan responden terhadap perhatian petugas Laboratorium Balai Besar POM

Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.21 sebagai berikut :

Tabel 5.21 Distribusi Harapan Responden terhadap Perhatian Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Perhatian Petugas	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan perhatian petugas	1	33,3
2.	Konsumen datang segera dilayani	17	56,7
3.	Konsumen diberi informasi mengenai persyaratan uji	11	36,7
4.	Lain-lain (petugas mendengar keluhan dan saran responden)	1	3,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.21 dapat dipelajari bahwa sebanyak 56,7% responden mengharapkan konsumen datang segera dilayani. Sedangkan sebanyak 36,7% responden mengharapkan diberi informasi mengenai persyaratan uji.

2. Harapan responden terhadap keramahan petugas Laboratorium Balai Besar POM

Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.22 sebagai berikut :

Tabel 5.22 Distribusi Harapan Responden terhadap Keramahan Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Keramahan Petugas	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan keramahan petugas	1	3,3
2.	Konsumen datang diterima dengan ramah	22	73,3
3.	Konsumen diterima biasa-biasa saja	7	23,3
4.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.22 dapat dipelajari bahwa sebanyak 73,3% responden mengharapkan konsumen datang diterima dengan ramah. Menurut Parasuraman (2001) salah satu faktor dalam kualitas jasa adalah adanya tanggapan (*responsiveness*), sedangkan keramahan adalah salah satu unsur dalam tanggapan. Oleh karena itu perlu dikembangkan sikap ramah ini dalam pelayanan jasa.

3.5.2 Harapan responden terhadap skill petugas, meliputi kemampuan dan ketrampilan petugas.

1. Harapan responden terhadap kemampuan petugas seperti tersebut pada tabel 5.23 sebagai berikut :

Tabel 5.23 Distribusi Harapan Responden terhadap Kemampuan Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Kemampuan Petugas	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan kemampuan petugas.	2	6,7
2.	Petugas mampu menguji > 75% sampel sesuai permintaan.	19	63,3
3.	Petugas mampu menguji sampel sesuai keahliannya.	9	30,3
4.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.23 dapat dipelajari bahwa sebanyak 63,3% responden mengharapkan kemampuan petugas menguji > 75% sampel sesuai permintaan. Sedangkan sebanyak 30,3% responden mengharapkan petugas mampu menguji sampel sesuai keahliannya.

2. Harapan responden terhadap ketrampilan petugas

Harapan responden terhadap ketrampilan petugas seperti tersebut pada tabel 5.24 sebagai berikut :

Tabel 5.24 Distribusi Harapan Responden terhadap Ketrampilan Petugas Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Ketrampilan Petugas	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan ketrampilan petugas.	2	6,7
2.	Petugas mampu menguji > 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur.	20	66,7
3.	Petugas bisa menguji semua sampel yang diujikan.	8	26,7
4.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.24 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden mengharapkan petugas mampu menguji > 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur. Sedangkan sebanyak 26,7% responden mengharapkan petugas bisa menguji semua sampel yang diujikan oleh responden.

3.6 Harapan Responden terhadap *Physical Evidence*

Harapan responden terhadap *physical evidence* meliputi : peralatan, teknologi, fisik laboratorium.

3.6.1 Harapan responden terhadap peralatan Laboratorium Balai Besar POM

Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.25 sebagai berikut :

Tabel 5.25 Distribusi Harapan Responden terhadap Peralatan Pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Peralatan Pengujian	Frekuensi	Persentase
1.	Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%	16	53,3
2.	Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel sesuai dengan permintaan konsumen	9	30,0
3.	Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji semua sampel	4	13,3
4.	Lain-lain (peralatan yang bisa menguji dengan kesalahan 1% - 10%)	1	3,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.25 dapat dipelajari bahwa sebanyak 53,3% responden mengharapkan peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%. Sedangkan sebanyak 30,0% responden mengharapkan peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel sesuai dengan permintaan responden.

3.6.2 Harapan responden terhadap teknologi yang digunakan di Laboratorium Balai

Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.26 sebagai berikut :



Tabel 5.26 Distribusi Harapan Responden terhadap Teknologi yang Digunakan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Teknologi	Frekuensi	Persentase
1.	Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%	16	53,3
2.	Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel sesuai dengan permintaan konsumen.	10	33,3
3.	Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji semua sampel.	4	13,3
4.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.26 dapat dipelajari bahwa sebanyak 53,3% responden mengharapkan teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%. Sedangkan sebanyak 33,3% responden mengharapkan teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel sesuai dengan permintaan responden.

3.6.3 Harapan responden terhadap fisik laboratorium

Harapan responden terhadap fisik laboratorium meliputi : kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu.

1. Harapan responden terhadap kebersihan ruang tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.27 sebagai berikut :

Tabel 5.27 Distribusi Harapan Responden terhadap Kebersihan Ruang Tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Kebersihan Ruang Tunggu	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan kebersihan ruang tunggu	0	0
2.	Tidak ada debu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah.	19	63,3
3.	Ruang tunggu yang lantainya bersih tapi tidak licin.	9	30,0
4.	Lain-lain (ruang tunggu bersih ada tulisan kawasan bebas rokok).	2	6,7
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.27 dapat dipelajari bahwa sebanyak 63,3% responden mengharapkan kebersihan ruang tunggu yang tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan dan ada keranjang sampah. Sedangkan sebanyak 30,0% responden mengharapkan ruang tunggu yang lantainya bersih tapi tidak licin.

2. Harapan responden terhadap kenyamanan ruang tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.28 sebagai berikut :

Tabel 5.28 Distribusi Harapan Responden terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Kenyamanan Ruang Tunggu	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak mengharapkan kenyamanan ruang tunggu.	0	0
2.	Ada AC, Ventilasi cukup, diberi pengharum ruangan	14	46,7
3.	Ruang tunggu tidak ber AC tapi ventilasi cukup.	15	50,0
4.	Lain-lain (ruang tunggu yang terisolasi dari jalan umum).	1	3,3
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.28 dapat dipelajari bahwa sebanyak 50,0% responden mengharapkan ruang tunggu yang tidak ber AC tapi ventilasi cukup. Sedangkan sebanyak 46,7% responden mengharapkan ruang tunggu ber AC, ventilasi cukup, diberi pengharum ruangan.

3.7 Harapan Responden terhadap *Process*

Harapan responden terhadap *process* meliputi : prosedur penanganan sampel dan waktu mengeluarkan hasil uji.

3.7.1 Harapan responden terhadap prosedur penanganan sampel di Laboratorium

Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.29 sebagai berikut :

Tabel 5.29 Distribusi Harapan Responden terhadap Prosedur Penanganan Samepl di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Prosedur Penanganan Sampel	Frekuensi	Persentase
1.	Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → konsumen datang mengambil hasil uji	4	13,3
2.	Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → kepastian waktu mengambil hasil uji → konsumen datang mengambil hasil uji.	18	60,0
3.	Konsumen datang membawa sampel → petugas loket → TU Balai Besar POM Surabaya → 1 minggu → hasil uji bisa diambil	8	26,7
4.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.29 dapat dipelajari bahwa sebanyak 60,0% responden mengharapkan prosedur penanganan sampel yang didalamnya memberikan kepastian waktu mengambil hasil uji. Sedangkan 26,7% responden mengharapkan prosedur penanganan sampel yang ada petugas loketnya dan hasil uji bisa diambil dalam waktu 1 minggu.

3.7.2 Harapan responden terhadap waktu mengeluarkan hasil uji Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut pada tabel 5.30 sebagai berikut :

Tabel 5.30 Distribusi Harapan Responden terhadap Waktu Mengeluarkan Hasil Uji Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Harapan Responden tentang Waktu Mengeluarkan Hasil Uji	Frekuensi	Persentase
1.	< 1 minggu	7	23,3
2.	1 – 2 minggu	22	73,3
3.	3 minggu	1	3,3
4.	> 3 minggu	0	0
5.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.30 dapat dipelajari bahwa sebanyak 73,3% responden mengharapkan waktu mengeluarkan hasil uji 1 – 2 minggu. Sedangkan sebanyak 23,3% responden mengharapkan waktu mengeluarkan hasil uji < 1 minggu.

5.4.2 Hasil Penelitian tentang Pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Dalam penelitian ini yang dianggap pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah laboratorium kesehatan lain milik pemerintah yang memiliki produk sama dan pangsa pasar yang sama dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Data pesaing ini diperoleh dari responden yang pernah maupun yang belum pernah mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Hasil penelitian tentang pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti pada tabel 5.31 sebagai berikut :

Tabel 5.31 Distribusi Pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Responden yang Mengujikan ke Laboratorium Lain	Frekuensi	Persentase
1.	Pernah	21	70,0
2.	Tidak pernah (langsung ke no. 4)	9	30,0
	Jumlah	30	100,0
No.	Nama Laboratorium Lain yang Pernah Dimanfaatkan oleh Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Labkesda	12	40,0
2.	Laboratorium FF UNAIR	6	20,0
3.	Laboratorium swasta (Sucofindo)	3	10,0
4.	Lain-lain (responden tidak memilih karena tidak pernah ke laboratorium lain)	9	30,0
	Jumlah	30	100,0
No.	Alasan Responden Mengujikan ke Laboratorium Lain	Frekuensi	Persentase
1.	Waktu pengujian lebih cepat	9	30,0
2.	Tarif pengujian lebih murah	9	30,0
3.	Jarak lebih dekat	3	10,0
4.	Hasil lebih akurat	0	0
5.	Lain-lain (responden tidak memilih karena tidak pernah ke laboratorium lain)	9	30,0
	Jumlah	30	100,0
No.	Jumlah Pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menurut Responden	Frekuensi	Persentase
1.	1 (Sangat sedikit)	10	33,3
2.	2 – 3 (Sedikit)	14	46,7
3.	4 – 5 (Banyak)	4	13,3
4.	> 5 (sangat banyak)	2	6,7
5.	Lain-lain	0	0
	Jumlah	30	100,0

Sumber : Data Primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.31 dapat dipelajari bahwa sebanyak 70,0% responden pernah mengujikan ke laboratorium lain, dari responden yang pernah mengujikan ke

laboratorium lain tersebut, yang terbanyak adalah mengujikan ke Labkesda (40,0%). Sedangkan alasan mengujikan masing-masing sebanyak 30,0% responden mengatakan waktu pengujian lebih cepat dan tarif lebih murah. Sedangkan jumlah pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menurut responden sebanyak 46,7% responden mengatakan 2 – 3 sarana hal ini berarti pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya jumlahnya sedikit. Dari data tersebut di atas nampak bahwa sebanyak 70,0% responden pernah mengujikan ke tempat lain dengan alasan tarif pengujian lebih murah dan waktu pengujian lebih cepat. Jika hal ini tidak segera diwaspadai oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya maka pada masa mendatang responden yang mengujikan produknya akan terus menurun. Oleh karena itu sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya mengupayakan untuk memperpendek waktu pengujian dan menghitung unit *cost* per jenis sediaan sebagai dasar untuk memberi masukan kepada Badan POM untuk meninjau kembali tarif pengujian saat ini.

5.4.3 Analisis Penelitian Faktor Provider terhadap Kondisi yang tersedia Saat Ini meliputi Aspek 7P (*Product, Place, Promotion, Price, People, Physical Evidence, Process*)

Pada faktor provider juga dilakukan ceklist pengamatan oleh peneliti. Hal ini dimaksudkan untuk mengukur apakah jawaban yang diberikan oleh responden sesuai dengan kondisi laboratorium yang tersedia saat ini.

1. Analisis Penelitian terhadap Kondisi Laboratorium yang tersedia Saat Ini yang meliputi : *Product, Place, Promotion, Price, People, Physical Evidence, Process* seperti pada tabel 5.32 sebagai berikut :

Tabel 5.32 Distribusi Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat ini di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini	Frekuensi	Persentase
1	2	4	5
<i>Product :</i>			
1.	Jenis sediaan		
	Ada 13 jenis sediaan	16	100,0
<i>Place :</i>			
2.	Jumlah sarana transportasi yang bisa dipakai		
	a. > 4 sarana transportasi	1	6,3
	b. 3 – 4 sarana transportasi	15	93,8
	Jumlah	16	100,0
3.	Jenis transportasi yang bisa digunakan		
	Mobil pribadi, kendaraan umum, sepeda motor, becak dan sepeda.	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
<i>Promotion :</i>			
4.	Cara sosialisasi yang sudah dilakukan		
	Tidak pernah melakukan sosialisasi	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
5.	Frekuensi sosialisasi yang sudah dilakukan dalam 1 tahun		
	Tidak pernah melakukan sosialisasi	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
6.	Media iklan yang selama ini digunakan		
	Tidak pernah mengiklankan	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
7.	Frekuensi iklan yang sudah dilakukan dalam 1 tahun		
	Tidak pernah mengiklankan	16	100,0
	Jumlah	16	100,0

dilanjutkan ke halaman berikutnya

sambungan tabel 5.32

No.	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini	Frekuensi	Persentase
1	2	4	5
8.	Besarnya diskon tarif pengujian		
	Tidak memberikan diskon tarif pengujian	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
	<i>Price :</i>		
9.	Tarif pengujian rata-rata per jenis sediaan		
	> Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
	<i>Physical evidence :</i>		
10.	Peralatan yang digunakan		100,0
	Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%	16	
	Jumlah	16	100,0
11.	Teknologi yang digunakan		
	a. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%	1	6,3
	b. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%	15	93,8
	Jumlah	16	100,0
12.	Kondisi riil kebersihan ruang tunggu		
	Tidak ada debu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah	16	100,0
	Jumlah	16	100,0
13.	Kondisi riil kenyamanan ruang tunggu		
	Tidak ada AC tetapi ventilasi cukup atau sebaliknya	16	100,0
	Jumlah	16	100,0

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan bahwa Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menyediakan 13 jenis sediaan yang bisa diuji, sebanyak 93,8% responden mengatakan jumlah sarana transportasi yang bisa dipakai ada 3 – 4 sarana transportasi, sebanyak 100,0% responden mengatakan jenis sarana transportasi yang bisa digunakan adalah mobil pribadi, kendaraan umum, sepeda motor, becak dan sepeda, sebanyak 100,0% responden mengatakan bahwa Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum pernah melakukan sosialisasi khusus mengenai laboratorium, belum pernah mengiklankan dan belum pernah memberikan diskon tarif pengujian.

Berdasarkan tabel 5.32 dapat pula dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan bahwa tarif pengujian rata-rata per jenis sediaan > Rp. 1.000.000,-, peralatan yang digunakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%, sebanyak 93,8% responden mengatakan bahwa Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menggunakan teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%, sebanyak 100,0% responden mengatakan ruang tunggu di Balai Besar POM Surabaya tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak ber AC tetapi ventilasi cukup.

2. Ceklist Pengamatan tentang Prosedur Penanganan Sampel dan Waktu yang Dibutuhkan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya seperti tersebut Pada Tabel 5.33 sebagai berikut :

Tabel 5.33 Prosedur Penanganan Sampel dan Waktu yang Dibutuhkan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No	Prosedur Pelayanan Pengujian	Waktu Yang Dibutuhkan Pada Pengamatan			
		I	II	III	Rata-rata
1	Konsumen datang	30 menit	30 menit	25 menit	28,3 menit
2	TU Balai Besar POM Surabaya	30 menit	20 menit	25 menit	25,0 menit
3	Kabid Pengujian	60 menit	120 menit	110 menit	96,7 menit
4	Laboratorium obat tradisional Mikrobiologi	10 hari	10 hari	10 hari	10,0 hari
		10 hari	10 hari	10 hari	10,0 hari
5	Kabid pengujian	1 hari	1 hari	1 hari	1,0 hari
6	TU Balai Besar POM Surabaya	1 hari	1 hari	1 hari	1,0 hari
7	Konsumen	1 hari	1 hari	1 hari	1,0 hari
	Jumlah	23 hari 120 menit	23 hari 170 menit	23 hari 160 menit	23,0 hari 150 menit

Sumber : data primer, Juli 2002

Berdasarkan tabel 5.33 dapat dipelajari bahwa waktu rata-rata yang dibutuhkan untuk melakukan penanganan pengujian sampel obat tradisional adalah 23,0 hari 150 menit. Sebetulnya tidak semua jenis sediaan membutuhkan waktu yang sama meliankan tergantung dari faktor kesulitan uji dan lama penanganan pada media untuk uji mikrobiologi. Namun yang terjadi pada sat ini waktu rata-rata yang dibutuhkan untuk melakukan pengujian sampel obat tradisional berkisar antara 3 – 4 minggu. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden tidak sesuai karena responden mengharapkan waktu mulai mengujikan sampai menerima hasil uji 1 – 2 minggu, sehingga perlu adanya percepatan waktu.

3. Ceklist Pengamatan tentang *Product, Place, People, Physical Evidence, Process*

Ceklist pengamatan tentang *product, place, people, physical evidence,*

process seperti tersebut pada tabel 5.34 sebagai berikut :

Tabel 5.34 Ceklist Pengamatan tentang *Product, Place, People, Physical Evidence, Process* di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Variabel	Skor Pengamatan			Skor rata-rata	Keterangan	Kesesuaian dengan Jawaban Responden Provider
		I	II	III			
1	<i>Product</i>						
	Kualitas produk :						
	a. Hasil uji akurat	4	4	4	4	Sangat akurat	Langsung ceklist pengamatan
	b. Hasil uji tepat waktu	4	4	4	4	Tepat waktu	Langsung ceklist pengamatan
	c. Hasil uji terakreditasi	4	4	4	4	Terakreditasi	Langsung ceklist pengamatan
2	<i>Place</i>						
	Jarak :						
	Dekat	4	4	4	4	Dekat	Langsung ceklist pengamatan
	Transportasi :						
	Mudah	3	3	3	3	Sedang	Sesuai
3	<i>People</i>						
	Perilaku petugas :						
	a. Perhatian	3	3	3	3	Perhatian	Langsung ceklist pengamatan
	b. Ramah	3	3	3	3	Ramah	Langsung ceklist pengamatan
	Kemampuan petugas :						
	Mampu menguji sesuai dengan permintaan konsumen	3	3	3	3	Mampu	Langsung ceklist pengamatan

dilanjutkan ke halaman berikutnya

sambungan tabel 5.34

No.	Variabel	Skor Pengamatan			Skor rata-rata	Keterangan	Kesesuaian dengan Jawaban Responden Provider
		I	II	III			
	Ketrampilan petugas :						
	Mampu menguji sampel dengan tepat waktu dan tepat prosedur	3	3	3	3	Trampil	Langsung ceklist pengamatan
4	<i>Physical Evidence</i>						
	Peralatan :						
	Mampu menguji sampel dengan kesalahan 1-10%	3	3	3	3	Canggih	Sesuai
	Teknologi						
	Mampu menguji sampel dengan kesalahan 1-10%	3	3	3	3	Tinggi	Sesuai
	Fisik laboratorium						
	a. Kebersiahan ruang tunggu	4	4	4	4	Sangat bersih	Sesuai
	b. Kenyamanan ruang tunggu nyaman	2	2	2	2	Kurang nyaman	Sesuai
5	<i>Process</i>						
	Prosedur penanganan sampel :						
	Mudah	1	1	1	1	Sangat rumit	Sesuai
	Waktu mengeluarkan hasil uji						
	Cepat	1	1	1	1	Sangat lambat (> 3 minggu)	Sesuai

Sumber : data primer, Juli 2002

5.4.4 Rekapitulasi Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini vs Harapan Responden Ditinjau Dari Aspek 7P

Kondisi laboratorium yang tersedia saat ini vs harapan responden ditinjau dari aspek 7P seperti tersebut pada tabel 5.35 sebagai berikut :

Tabel 5.35 Rekapitulasi Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini vs Harapan Responden Ditinjau dari Aspek 7P di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya Tahun 2002

No.	Aspek 7P	Kondisi Laboratorium yang tersedia saat ini	Harapan Responden	Keterangan
1	2	3	4	5
1	<i>Product</i>			
	a. Kualitas pengujian	Hasil uji akurat, tepat waktu, terakreditasi	Hasil uji akurat, tepat waktu, terakreditasi	Sesuai
	b. Jenis sediaan	13 jenis sediaan pengujian obat tradisional.	10 jenis sediaan pengujian obat tradisional.	Ada kelebihan 3 jenis sediaan jasa pengujian obat tradisional yaitu : sari jamu, pastiles, koyok.
2	<i>Place</i>			
	a. Jarak	< 10 km atau waktu tempuh < 30 menit	< 10 km atau waktu tempuh < 30 menit	Sesuai
	b. Transportasi	Jumlah sarana : 3-4 Jenis sarana : kendaraan umum, mobil pribadi, sepeda motor, becak dan sepeda	Jumlah sarana : 3-4 Jenis sarana : kendaraan umum, mobil pribadi, sepeda motor, mobil perusahaan	Sesuai

dilanjutkan ke halaman berikutnya

sambungan tabel 5.35

No.	Aspek 7P	Kondisi Laboratorium yang tersedia saat ini	Harapan Responden	Keterangan
1	2	3	4	5
3	<i>Promotion</i>			
	a. Sosialisasi kepada konsumen	Belum melakukan sosialisasi	Sosialisasi melalui seminar, frekuensi : 2 kali dalam 1 tahun	Tidak sesuai
	b. Iklan	Belum mengiklankan	Iklan di surat kabar, majalah, buletin frekuensi : 2-3 kali dalam 1 tahun	Tidak sesuai
	c. Diskon	Belum memberikan diskon tarif pengujian	Diskon : > 50% dari tarif pengujian saat ini	Tidak sesuai.
4.	<i>Price</i>			
	Tarif pengujian	> Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan	< Rp. 500.000,- per jenis sediaan	Tidak sesuai
5	<i>People</i>			
	a. Perilaku petugas	Responden datang dilayani dan diterima dengan ramah	Responden datang segera dilayani dan diterima dengan ramah	Sesuai
	b. Kemampuan petugas (skill petugas)	Mampu menguji 75% sampel sesuai permintaan	Mampu menguji > 75% sampel sesuai permintaan	Sesuai
	c. Ketrampilan petugas (skill petugas)	Mampu menguji 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur.	Mampu menguji > 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur	Sesuai

dilanjutkan ke halaman berikutnya

5.4.5 Analisis Kebutuhan dan Harapan Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya dengan Alat Jendela Pelanggan

Menurut Gaspersz (2000 a, 2001 b) mekanisme untuk memahami ekspektasi pelanggan dibagi ke dalam tiga tingkat, yaitu : pemahaman tingkat 1, pemahaman tingkat 2, pemahaman tingkat 3. Pemahaman terhadap ekspektasi konsumen dapat menggunakan suatu alat yang disebut Jendela Pelanggan (*Customer Window*).

Jendela pelanggan membagi karakteristik produk ke dalam empat kuadran, yaitu :

- a. Pelanggan menginginkan karakteristik itu, tetapi pelanggan tidak mendapatkannya, pelanggan tidak puas karena karakteristik yang diinginkan tidak diperoleh, kotak A (*Attention*).
- b. Pelanggan menginginkan karakteristik itu, dan pelanggan mendapatkannya, merupakan posisi terbaik yang harus dicapai, kotak B (*Bravo*)
- c. Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, tetapi pelanggan mendapatkannya, berhenti menawarkan atau mendidik pelanggan tentang manfaat, kotak C (*Cut Or Communicate*).
- d. Pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu, dan pelanggan tidak mendapatkannya, tidak perlu cemas, kotak D (*Don't worry be happy*)

Berikut ini adalah gambar jendela pelanggan :

5.4.6 Matrix Kebutuhan dan Harapan Responden vs Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini dan Posisinya Pada Jendela pelanggan

No.	Kebutuhan dan Harapan Responden	Laboratorium yang Tersedia	Posisi Pada Jendela Pelanggan
1	2	3	4
1.	<i>Product (P₁)</i>		
	a. Kualitas pengujian		
	Hasil uji akurat, tepat waktu, terakreditasi	Hasil uji akurat, tepat waktu, terakreditasi	Kotak B
	b. Jenis sediaan		
	10 jenis sediaan pengujian obat tradisional yaitu rajangan, serbuk, pil, dodol / jenang, kapsul, tablet, cairan obat dalam, parem; pilis dan tapel, cairan obat luar, salep / krim	13 jenis sediaan pengujian obat tradisional yaitu rajangan, serbuk, pil, dodol / jenang, pastiles, kapsul, tablet, cairan obat dalam, sari jamu, parem; pilis dan tapel, koyok, cairan obat luar, salep / krim	Kotak C
2.	<i>Place (P₂)</i>		
	a. Jarak		
	< 10 km atau waktu tempuh < 30 menit	10 km atau waktu tempuh < 30 menit	Kotak B
	b. Transportasi		
	Jumlah sarana : 3-4 Jenis sarana : kendaraan umum, mobil pribadi, sepeda motor, mobil perusahaan	Jumlah sarana : 3-4 Jenis sarana : kendaraan umum, mobil pribadi, sepeda motor, becak dan sepeda	Kotak B
3.	<i>Promotion (P₃)</i>		
	a. Sosialisasi kepada konsumen		
	Sosialisasi melalui seminar, frekuensi 2 kali dalam 1 tahun	Belum melakukan sosialisasi	Kotak A

dilanjutkan ke halaman berikutnya

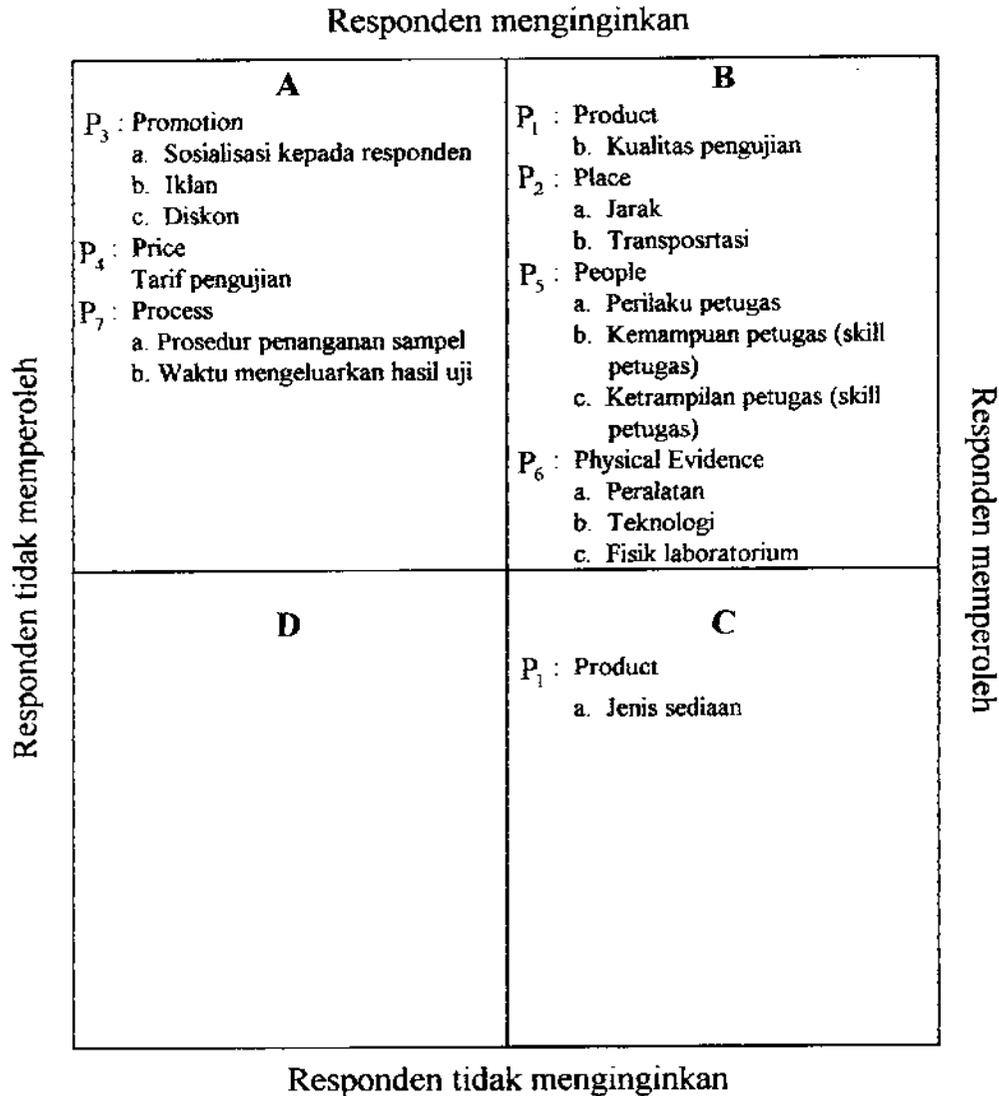
No.	Kebutuhan dan Harapan Responden	Laboratorium yang Tersedia	Posisi Pada Jendela Pelanggan
1	2	3	4
	b. Iklan		
	Iklan di surat kabar, majalah, buletin, frekuensi : 2-3 kali dalam 1 tahun	Belum mengiklankan	Kotak A
	c. Diskon		
	Diskon > 50% dari tarif pengujian saat ini	Belum memberikan diskon	Kotak A
4.	<i>Price (P₄)</i>		
	Tarif pengujian		
	< Rp. 500.000,- per jenis sediaan	> Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan	Kotak A
5.	<i>People (P₅)</i>		
	a. Perilaku petugas		
	Responden datang segera dilayani dan diterima dengan ramah	Responden datang dilayani dan diterima dengan ramah	Kotak B
	b. Kemampuan petugas (skill petugas)		
	Mampu menguji 75% sampel sesuai permintaan	Mampu menguji 75% sampel sesuai permintaan	Kotak B
	c. Ketrampilan petugas (skill petugas)		
	Mampu menguji 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur	Mampu menguji 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur	Kotak B
6.	<i>Physical Evidence (P₆)</i>		
	a. Peralatan		
	Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%	Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%	Kotak B

dilanjutkan ke halaman berikutnya

No.	Kebutuhan dan Harapan Responden	Laboratorium yang Tersedia	Posisi Pada Jendela Pelanggan
1	2	3	4
	b. Teknologi		
	Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1%	Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%	Kotak B
	c. Fisik laboratorium		
	Ruang tunggu tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak ber AC tetapi ventilasi cukup	Ruang tunggu tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak ber AC tetapi ventilasi cukup.	Kotak B
7.	<i>Process (P₇)</i>		
	a. Prosedur penanganan sampel		
	Konsumen datang membawa sampel, diterima TU Balai Besar POM Surabaya, konsumen diberi kepastian waktu mengambil hasil uji, kemudian konsumen datang mengambil hasil uji.	Konsumen datang membawa sampel, diterima TU Balai Besar POM Surabaya, pengantar dibawa ke Kabid pengujian, sampel dikirim ke laboratorium, hasil uji dibawa ke Kabid pengujian untuk ditandatangani, dikembalikan ke TU Balai Besar POM Surabaya, baru konsumen mengambil hasil uji	Kotak A
	b. Waktu mengeluarkan hasil uji		
	1 – 2 minggu		Kotak A

Sumber : data primer, Juli 2002

5.4.7 Analisis Kebutuhan dan Harapan Responden vs Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini Berdasarkan Aspek 7P (*Product, Place, Promotion, Price, People, Physical Evidence, Process*) dengan Alat Jendela Pelanggan



Sumber : data primer, Juli 2002

Gambar 5.1 Jendela Pelanggan Kebutuhan dan Harapan Responden vs Kondisi Laboratorium Pada Saat ini Berdasarkan Aspek 7 P

b. Iklan

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum mengiklankan mengenai laboratorium kepada responden padahal responden mengharapkan iklan melalui surat kabar, majalah dan buletin dengan frekuensi 2-3 kali dalam 1 tahun.

c. Diskon

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum memberikan diskon tarif pengujian padahal responden mengharapkan adanya diskon > 50% dari tarif pengujian saat ini, karena responden menganggap tarif pengujian saat ini sangat mahal yaitu > Rp. 1.000.000 per jenis sediaan.

3. *Price*

Tarif pengujian

Tarif pengujian rata-rata di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya saat ini > Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan, padahal responden mengharapkan tarif pengujian rata-rata < Rp. 500.000,- per jenis sediaan.

4. *Process*

a. Prosedur penanganan sampel

Prosedur penanganan sampel di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya saat ini sangat rumit, padahal responden mengharapkan prosedur penanganan sampel yang sederhana yaitu :

Konsumen datang membawa sampel, diterima TU Balai Besar POM Surabaya, petugas memberi kepastian waktu mengambil hasil uji kemudian konsumen datang untuk mengambil hasil uji

b. Waktu mengeluarkan hasil uji

Waktu mengeluarkan hasil uji di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya saat ini > 3 minggu, padahal responden mengharapkan waktu mengeluarkan hasil uji 1-2 minggu.

5.6 Focus Group Discussion (FGD)

Tahap kedua dari penelitian ini adalah dilakukan FGD, dengan tujuan untuk mendapatkan masukan, saran dan komentar atas isu strategis yang muncul dari hasil analisis kebutuhan dan harapan responden berdasarkan aspek 7P dengan alat jendela pelanggan pada tahap pertama.

Dari hasil analisis penelitian tahap pertama dilakukan FGD dan disusun rekomendasi FGD seperti tersebut pada tabel sebagai berikut :

Tabel 5.36 Hasil *Focus Group Discussion* (FGD)

No.	Aspek 7P yang Menjadi Isu Strategis	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini	Harapan Responden	Rekomendasi FGD
1	2	3	4	5
1.	<i>Product</i> :			
	Jenis sediaan	13 jenis sediaan pengu- jian obat tradisional	10 jenis sediaan pe- ngujian obat tradisio- nal	Menganggap bahwa ke- lebihan 3 jenis sediaan yaitu pastiles, sari jamu, koyok tidak ada masalah tetapi supaya diinformasikan kepada responden
2.	<i>Promotion</i> :			
	a. Sosialisasi	Belum melakukan sociali- sasi tentang laboratorium	Sosialisasi melalui se- minar, 2 kali dalam 1 tahun	Sebaiknya Balai Besar POM Surabaya melakukan sosialisasi tentang laboratorium melalui seminar yang berisi informasi tentang manfaat dan persyara- tan pengujian, frekuensi sesuai kebutuhan

dilanjutkan ke halaman berikutnya

sambungan tabel 5.36

No.	Aspek 7P yang Menjadi Isu Strategis	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini	Harapan Responden	Rekomendasi FGD
1	2	3	4	5
	b. Iklan	Belum pernah mengiklan-kan tentang laboratorium	Iklan yang dimuat di surat kabar, majalah, buletin, 2 – 3 kali dalam 1 tahun	Agar Balai Besar POM Surabaya mulai memi- kirkan untuk meng- iklankan tentang labo- ratorium dalam bentuk leaflet, brosur, frekuen- si sesuai kebutuhan
	c. Diskon	Belum memberikan diskon tarif pengujian	Diskon : > 50% dari tarif pengujian saat ini	Walaupun tarif sudah ditentukan oleh Badan POM, namun diharap- kan pejabat Balai Besar POM Surabaya mem- beri masukan kepada Badan POM agar memberikan diskon karena tarif pengujian saat ini dianggap sangat mahal oleh konsumen
3.	<i>Price :</i> Tarif pengujian	> Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan	< Rp. 500.000,- per jenis sediaan	Balai Besar POM Surabaya mulai meng- hitung unit <i>cost</i> per jenis sediaan, dari perhitungan unit <i>cost</i> ini dipakai sebagai dasar untuk memberi masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini dan memberi kemudahan mempero- leh nomor registrasi (ijin edar) bagi respon- den yang mengujikan di Balai Besar POM Surabaya.

dilanjutkan ke halamam berikutnya

BAB VI PEMBAHASAN

BAB 6

PEMBAHASAN

6.1 Pembahasan Analisis Faktor Konsumen

1. Kesadaran responden untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya meliputi :

1.1 Kesadaran responden terhadap perlunya pengujian jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Berdasarkan tabel 5.1 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden memiliki tingkat kesadaran sedang terhadap perlunya pengujian. Hal ini disebabkan karena status sosial ekonomi (pendidikan, pendapatan) dan persepsi responden terhadap arti pentingnya pengujian. Pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya rata-rata berpendidikan rendah, tingkat sosial ekonominya tergolong ekonomi lemah dan persepsinya terhadap pengujian kurang perlu sehingga kesadarannya tentang perlunya pengujian masih di tingkat kesadaran sedang. Hal ini sesuai dengan model pemanfaatan pelayanan kesehatan dari Alan Dever (1984) yang menyebutkan bahwa pemanfaatan pelayanan kesehatan dipengaruhi oleh status sosial ekonomi, sosio psikologis. Untuk itu perlu adanya upaya peningkatan tingkat kesadaran responden misalnya melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, adanya iklan yang berisikan arti pentingnya pengujian, tata cara dan persyaratan pengujian.

2.1 Kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan baru

Berdasarkan tabel 5.2 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden memiliki tingkat kesadaran tinggi untuk mengujikan jenis sediaan baru. Hal ini disebabkan karena sebelum mengajukan nomor registrasi atau ijin edar jenis sediaan baru harus diujikan terlebih dahulu. Oleh karena itu tingkat kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan baru adalah tinggi.

1.3 Kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan lama yang sudah memiliki nomor registrasi

Berdasarkan tabel 5.3 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden memiliki tingkat kesadaran sedang untuk mengujikan jenis sediaan lama. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor antara lain persepsi responden terhadap arti pentingnya pengujian masih kurang, status sosial ekonomi responden yang rata-rata masih rendah, adanya obat tradisional yang dicampur bahan kimia obat (BKO) misalnya dexamethason, antalgin, fenilbuthason dan lain-lain, yang kemungkinan juga menurunkan tingkat kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan lama karena responden takut petugas mengetahui bahwa responden mencampur bahan kimia obat (BKO) ke dalam obat tradisional yang diproduksi, maka akan diberi sanksi. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan tingkat kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan lama. Upaya tersebut misalnya penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin, peringatan-peringatan melalui leaflet, borsur-brosur yang berisikan tentang arti pentingnya pengujian, menjaga mutu

dan keamanan obat tradisional baik sebelum maupun sesudah diedarkan bahkan penerapan sanksi bagi yang tidak pernah mengujikan produknya.

1.4 Kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan lama secara periodik

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dipelajari bahwa sebanyak 50,0% responden memiliki tingkat kesadaran sedang untuk mengujikan jenis sediaan lama secara periodik. Hal ini disebabkan kemungkinan oleh persepsi responden yang menganggap bahwa tanpa diuji secara periodik obat tradisional tidak membahayakan kesehatan, belum ada batasan waktu mengenai masa berlaku pengujian, kondisi sosial ekonomi responden yang rata-rata masih rendah. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan tingkat kesadaran responden untuk mengujikan jenis sediaan lama secara periodik. Upaya tersebut bisa melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin, dan lain-lain.

Berdasarkan tabel 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat kesadaran sedang untuk mengujikan jenis sediaan yang diproduksi. Dalam model respon perilaku (Kinneer T.C dan Taylor J.R, 1997) menghipotesiskan bahwa konsumen melewati tahap-tahap menyadari, mengetahui, menyenangkan, memilih, niat membeli, membeli. Disini nampak bahwa menyadari merupakan tahap paling awal dalam proses pembelian. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan tingkat kesadaran responden terhadap pengujian jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Upaya-upaya tersebut bisa melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin yang berisi tentang arti pentingnya pengujian, persyaratan pengujian,

menjaga mutu dan keamanan obat tradisional baik sebelum maupun sesudah diedarkan.

2. Kebutuhan responden untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya meliputi :

2.1 Kebutuhan responden untuk mengujikan semua jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Berdasarkan tabel 5.6 dapat dipelajari bahwa sebanyak 80,0% responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan semua jenis sediaan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karena belum adanya peraturan yang mengharuskan semua jenis sediaan untuk diujikan sehingga responden merasa belum perlu untuk mengujikan semua jenis sediaan yang diproduksinya. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan tingkat kebutuhan ini. Upaya tersebut bisa melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin yang berisikan arti pentingnya pengujian, persyaratan pengujian, bahkan perlu adanya peraturan yang mengharuskan pengujian terhadap semua jenis sediaan yang diproduksi oleh responden.

2.2 Kebutuhan responden untuk mengujikan setiap item jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Berdasarkan tabel 5.7 dapat dipelajari bahwa sebanyak 53,3% responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan setiap item jenis sediaan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karena belum adanya peraturan yang mengharuskan setiap item jenis sediaan untuk diujikan, selain itu belum

tingginya tingkat kesadaran responden untuk mengujikan produknya juga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kebutuhan responden yaitu melalui pemberian penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin yang berisi tentang arti pentingnya pengujian, persyaratan pengujian, bahkan perlu adanya peraturan yang mengharuskan pengujian terhadap setiap item jenis sediaan yang diproduksi oleh responden.

2.3 Kebutuhan responden untuk mengujikan sesuai jenis sediaan yang diproduksi di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Berdasarkan tabel 5.10 dapat dipelajari bahwa sebanyak 31,9% responden memproduksi serbuk. Dari sini terlihat bahwa jenis sediaan serbuk banyak diminati oleh pengguna obat tradisional. Oleh karena itu jenis sediaan serbuk perlu terus dipertahankan bahkan kalau bisa dikembangkan. Sehingga kebutuhan responden untuk mengujikan sesuai jenis sediaan yang diproduksinya, yang terbanyak adalah serbuk.

2.4 Kebutuhan responden untuk mengujikan produk lama di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

Berdasarkan tabel 5.8 dapat dipelajari bahwa sebanyak 76,7% responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan produk lama di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh belum adanya peraturan yang mengharuskan produk lama untuk diujikan secara periodik, belum adanya ketentuan-ketentuan masa berlakunya pengujian dan kurangnya kesadaran responden terhadap arti pentingnya pengujian. Oleh karena

itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan tingkat kebutuhan responden ini misalnya melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin yang berisikan tentang arti pentingnya pengujian, persyaratan pengujian, pentingnya menjaga mutu dan keamanan obat tradisional.

Berdasarkan tabel 5.6, 5.7, 5.8, 5.10 dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat kebutuhan sedang untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan tingkat kebutuhan responden ini. Upaya-upaya tersebut misalnya melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin, peraturan yang mengharuskan diujikannya produk lama secara periodik, batas waktu pengujian dan lain-lain.

3. Harapan responden terhadap pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya meliputi aspek *7P* (*product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*)

3.1 Harapan responden terhadap *product*, meliputi kualitas pengujian

Berdasarkan tabel 5.11 dapat dipelajari bahwa masing-masing sebanyak 26,7% mengharapkan kualitas pengujian akurat, tepat waktu. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gaspersz (2000) yang mengatakan bahwa pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*) dalam penelitian ini adalah tepat waktu, lebih baik (*better*) dalam penelitian ini adalah akurat.

3.2 Harapan responden terhadap *place*, meliputi jarak dan transportasi

3.2.1 Harapan responden terhadap jarak

Berdasarkan tabel 5.12 dapat dipelajari bahwa sebanyak 60,0% responden mengharapkan jarak antara perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya < 10 km atau waktu tempuh < 30 menit. Menurut Alan Dever (1984) pada model pemanfaatan pelayanan kesehatan salah satu faktor yang mempengaruhi pemanfaatan pelayanan kesehatan adalah faktor organisasional, di mana didalamnya menyangkut faktor keterjangkauan lokasi yang diukur dengan jarak dan waktu tempuh. Pada penelitian ini jarak < 10 km atau waktu < 30 menit dikategorikan dekat, sedangkan pada kenyataannya jarak antara perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya adalah dekat. Hal ini karena letak Balai Besar POM Surabaya yang strategis.

3.2.2 Harapan responden terhadap transportasi

Berdasarkan tabel 5.13 dan 5.14 dapat dipelajari bahwa masing-masing sebanyak 43,3% mengharapkan jumlah sarana transportasi yang bisa digunakan untuk menuju ke Laboratorium Balai Bear POM Surabaya 3 – 4 sarana dan jenis transportasi yang digunakan adalah kendaraan umum. Pada penelitian ini jumlah sarana transportasi 3 – 4 sarana dikategorikan mudah dan jenis sarana transportasi kendaraan umum adalah yang paling murah. Hal ini sesuai dengan pernyataan Gaspersz (2000) yang menyatakan bahwa pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih murah (*cheaper*).

3.3 Harapan responden terhadap *promotion*, meliputi sosialisasi kepada responden, iklan, diskon

3.3.1 Harapan responden terhadap sosialisasi

Bersarkan tabel 5.15 dan 5.16 dapat dipelajari bahwa masing-masing 43,3% responden mengharapkan cara sosialisasi melalui seminar dan frekuensi sosialisasi 2 kali dalam 1 tahun. Menurut Payne (2001) salah satu unsur dalam memperkenalkan produk jasa adalah sosialisasi. Melalui sosialisasi organisasi jasa dapat berkomunikasi dengan pasar sasarnya. Untuk itu apabila produk jasa ingin dikenal dan diminati maka harus disosialisasikan kepada konsumen. Caranya bisa melalui penyuluhan, seminar, pertemuan rutin dan lain-lain. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini belum melakukan sosialisasi. Oleh karena itu perlu diupayakan adanya sosialisasi kepada responden melalui seminar dengan frekuensi 2 kali dalam 1 tahun.

3.3.2 Harapan responden terhadap iklan

Berdasarkan tabel 5.17 dan 5.18 dapat dipelajari bahwa masing-masing sebanyak 50,0% dan 46,7% responden mengharapkan adanya iklan melalui surat kabar, majalah, buletin dengan frekuensi 2 – 3 kali dalam 1 tahun. Menurut Payne (2001) promosi jasa mencakup sejumlah bidang utama, bidang ini meliputi unsur antara lain periklanan. Jadi iklan merupakan salah satu alat untuk memperkenalkan produk jasa. Sedangkan menurut Gaspersz (2000) komunikasi melalui iklan sangat diperlukan dalam pemasaran, namun iklan yang berlebihan dan secara aktual tidak memenuhi harapan responden akan

memberikan dampak negatif. Sedangkan kondisi Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini belum pernah mengiklankan tentang laboratorium. Oleh karena itu perlu diupayakan adanya iklan mengenai laboratorium melalui surat kabar, majalah, buletin, brosur, leaflet dengan frekuensi pemuatan atau penerbitan 3 kali dalam 1 tahun.

3.3.3 Harapan responden terhadap diskon

Berdasarkan tabel 5.19 dapat dipelajari bahwa sebanyak 56,7% responden mengharapkan diskon tarif pengujian sebesar $> 50\%$ dari tarif pengujian saat ini. Menurut Payne (2001) promosi jasa mencakup sejumlah bidang utama, bidang ini meliputi unsur antara lain promosi penjualan. Promosi penjualan bisa dengan cara pemberian diskon. Sedangkan kondisi Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini belum memberikan diskon tarif pengujian, hal ini disebabkan oleh karena tarif pengujian sudah ditentukan Badan POM. Namun perlu diupayakan agar pejabat Balai Besar POM Surabaya memberi masukan kepada Badan POM agar memberikan diskon tarif pengujian.

3.4 Harapan responden terhadap *price*, meliputi tarif pengujian

Berdasarkan tabel 5.20 dapat dipelajari bahwa sebanyak 56,7% responden mengharapkan besarnya tarif pengujian $< \text{Rp. } 500.000,-$ per jenis sediaan. Namun Sutojo (2001) harga adalah bagian terpenting dan tidak terpisahkan dari bauran pemasaran. Meskipun pada produk jasa, harga bersifat inelastic namun harga yang terlalu tinggi akan menurunkan minat konsumen

untuk menggunakan jasa tersebut. Karena konsumen akan menghitung tentang apa yang mereka peroleh sebagai balasan dari apa yang mereka berikan atau mereka bayar. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini tarif pengujian > Rp. 1.000.000,- per jenis sediaan. Hal ini disebabkan oleh karena tarif pengujian sudah ditentukan oleh Badan POM. Namun perlu diupayakan menghitung unit *cost* per jenis sediaan, dari penghitungan unit *cost* ini akan dipakai sebagai dasar untuk memberikan masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian yang ada pada saat ini atau apabila tarif pengujian tetap maka sebaiknya Balai Besar POM Surabaya memberikan *value added* kepada responden yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabayaseperti misalnya membantu menguruskan nomor registrasi (ijin edar), mengambil sampel dan mengantar hasil uji tanpa dipungut biaya.

3.5 Harapan responden terhadap *people*, meliputi : perilaku petugas, kemampuan dan ketrampilan petugas (*skill* petugas)

3.5.1 Harapan responden terhadap perilaku petugas

Berdasarkan tabel 5.21 dan 5.22 dapat dipelajari bahwa masing-masing sebanyak 56,7% dan 73,3% responden mengharapkan konsumen datang segera dilayani dan diterima dengan ramah. Menurut Yazid (1999) dalam pemasaran jasa perlu adanya kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera. Sedangkan menurut Gaspersz (2000) pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*) oleh karena itu perlu diupayakan agar konsumen datang segera

dilayani. Hal ini perlu untuk meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh responden.

Menurut Parasuraman (1991) salah satu faktor dalam kualitas jasa adalah adanya tanggapan (*responsiveness*), sedangkan keramahan adalah salah satu unsur dalam tanggapan. Oleh karena itu sikap ramah ini perlu terus dikembangkan dalam pelayanan jasa.

3.5.2 Harapan responden terhadap kemampuan petugas (*skill* petugas)

Berdasarkan tabel 5.23 dapat dipelajari bahwa sebanyak 63,3% responden mengharapkan kemampuan petugas untuk menguji > 75% sampel obat tradisional sesuai permintaan konsumen. Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) salah satu unsur bauran pemasaran jasa adalah *people*, yang bisa dinilai dari pendidikannya, kemampuannya, ketrampilannya, kerjasamanya. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini adalah petugas mampu menguji 75% sampel obat tradisional sesuai permintaan konsumen. Oleh karena itu sudah ada kesesuaian antara harapan responden dengan kondisi laboratorium pada saat ini. Namun untuk lebih meningkatkan kemampuan petugas sebaiknya petugas diberi pelatihan-pelatihan, kursus-kursus insentif, *bench marketing*.

3.5.3 Harapan responden terhadap ketrampilan petugas (*skill* petugas)

Berdasarkan tabel 5.24 dapat dipelajari bahwa sebanyak 66,7% responden mengharapkan petugas mampu menguji > 75% sampel obat tradisional secara tepat waktu dan tepat prosedur. Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) salah satu unsur bauran pemasaran jasa adalah *people*, yang bisa

dinilai dari pendidikannya, kemampuannya, ketrampilannya, kerjasamanya. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini adalah petugas mampu menguji 75% sampel obat tradisional secara tepat waktu dan tepat prosedur. Oleh karena itu sudah ada kesesuaian antara harapan responden dengan kondisi laboratorium pada saat ini. Namun untuk lebih meningkatkan ketrampilan petugas sebaiknya petugas diberi pelatihan-pelatihan, kursus-kursus insentif, *bench marketing*.

3.6 Harapan responden terhadap *physical evidence*, meliputi : peralatan, teknologi, fisik laboratorium

3.6.1 Harapan responden terhadap peralatan

Berdasarkan tabel 5.25 dapat dipelajari bahwa sebanyak 53,3% responden mengharapkan peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel obat tradisional dengan kesalahan hasil uji < 1%. Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) salah satu unsur bauran pemasaran jasa adalah *physical evidence*, dimana didalamnya menyangkut peralatan. Peralatan yang digunakan bisa mempengaruhi keakuratan hasil uji. Oleh karena itu pada pelayanan jasa peralatan perlu diperhatikan. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini menggunakan peralatan canggih yang sudah dikalibrasi dan divalidasi dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%. Hal ini berarti sudah ada kesesuaian antara harapan responden dengan kondisi laboratorium pada saat ini.

3.6.2 Harapan responden terhadap teknologi

Berdasarkan tabel 5.26 dapat dipelajari bahwa sebanyak 53,3% responden mengharapkan teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel obat tradisional dengan mengharapkan teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel obat tradisional dengan kesalahan hasil uji < 1%. Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) salah satu unsur bauran pemasaran jasa adalah *physical evidence*, dimana di dalamnya menyangkut teknologi. Teknologi yang digunakan bisa mempengaruhi keakuratan hasil uji. oleh karena itu pada pelayanan jasa teknologi juga perlu diperhatikan. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini menggunakan teknologi tinggi yang bisa dipakai untuk sampel obat tradisional dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%. Hal ini berarti sudah ada kesesuaian antara harapan responden dengan kondisi laboratorium pada saat ini.

3.6.3 Harapan responden terhadap fisik laboratorium

Berdasarkan tabel 5.27 dan 5.28 dipelajari bahwa masing-masing sebanyak 63,3% dan 50,0% mengharapkan rugin tunggu tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah dan tidak ber AC tapi ventilasi cukup. Menurut Zetihaml dan Bitner (1996) salah satu aspek 7P adalah *physical evidence*, yang dalam penelitian ini diwakili oleh kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu. Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini adalah ruang tunggu bersih, tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak ber AC tetapi ventilasi cukup. Hal ini berarti sudah

ada kesesuaian antara harapan responden dengan kondisi laboratorium pada saat ini.

3.7 Harapan responden *process*, meliputi : prosedur penanganan sampel, waktu mengeluarkan hasil uji

3.7.1 Harapan responden terhadap prosedur penanganan sampel

Berdasarkan tabel 5.29 dapat dipelajari bahwa sebanyak 60,0% responden mengharapkan prosedur penanganan sampel yang di dalamnya memberi kepastian waktu mengambil hasil uji. Sedangkan kondisi Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini prosedurnya rumit dan tidak memberi kepastian waktu mengambil hasil uji. oleh karena itu perlu diupayakan untuk menyederhanakan prosedur penanganan sampel dan memberi kepastian waktu mengambil hasil uji. hal ini sesuai dengan pernyataan Zeithaml dan Bitner (1996) yang mengatakan bahwa pada umumnya konsumen mengharapkan prosedur yang sederhana.

3.7.2 Harapan reponden terhadap waktu mengeluarkan hasil uji.

Berdasarkan tabel 5.30 dapat dipelajari bahwa sebanyak 73,3% responden mengharapkan waktu mengeluarkan hasil uji 1 – 2 minggu. Menurut Gaspersz (2000) pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*). Sedangkan kondisi laboratorium pada saat ini adalah waktu mengeluarkan hasil uji > 3 minggu. Oleh karena itu perlu diupayakan agar waktu mengeluarkan hasil uji dipercepat menjadi 1 – 2

minggu misalnya segera menguji sampel yang masuk ke laboratorium, memotong jalur birokrasi yang panjang, segera mengirim hasil uji ke TU.

6.2 Pembahasan Identifikasi Faktor Pesaing

Yang dimaksud pesaing pada penelitian ini adalah laboratorium kesehatan lain milik pemerintah yang memiliki produk sama dan pangsa pasar yang sama dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

Berdasarkan tabel 5.31 dapat dipelajari bahwa sebanyak 70,0% responden pernah mengujikan ke laboratorium lain. Ini berarti bahwa 70,0% responden pernah mengujikan produknya ke pesaing, sedangkan 40,0% responden mengujikan ke Labkesda, sedangkan alasan mengujikan ke laboratorium lain sebanyak masing-masing 30,0% mengatakan waktu pengujian lebih cepat, tarif lebih murah. Sedangkan dari segi jumlah pesaing, sebanyak 46,7% responden mengatakan sebanyak 2-3 sarana. Ini berarti bahwa jumlah pesaing Laboratorium Balai Besar POM Surabaya bisa dikategorikan sedikit, namun jika ini tidak diwaspadai maka pada masa yang akan datang jumlah responden yang mengujikan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya akan terus menurun. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan jumlah responden yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Upaya tersebut misalnya memberi masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian pada saat ini, memperpendek waktu pengujian, memberi *value added* misalnya membantu menguruskan nomor registrasi (ijin edar), mengambil sampel dan mengirimkan hasil uji tanpa dipungut biaya tambahan dan lain-lain.

6.3 Pembahasan Analisis Faktor Provider

Pada penelitian ini analisis faktor provider ditampilkan oleh kondisi laboratorium pada saat ini yang meliputi aspek 7P (*product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*) seperti pada tabel 5.32 masing-masing P dibahas sebagai berikut :

1. *Product*

Jenis Sediaan

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan ada 13 jenis sediaan jasa pengujian yang tersedia saat ini. Hal ini jika dikaitkan dengan kebutuhan responden pada tabel 5.7, yang butuh mengujikan 10 jenis sediaan, terdapat kelebihan 3 jenis sediaan jasa pengujian yang tidak dibutuhkan oleh responden. Oleh karena itu sebaiknya 3 jenis sediaan jasa pengujian ini diiadakan atau diinformasikan lebih intensif kepada responden. 3 jenis sediaan tersebut adalah pengujian untuk pastiles, sari jamu dan koyok.

2. *Place*

Transportasi

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 93,8% responden mengatakan ada 3-4 sarana transportasi yang bisa digunakan ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Sebanyak 100,0% responden mengatakan bisa menggunakan sarana transportasi antara lain mobil pribadi, kendaraan umum, sepeda motor, becak dan sepeda. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden terhadap jumlah dan jenis transportasi seperti pada tabel 5.13 dan 5.14 tidak ada

masalah karena letak Laboratorium Balai Besar POM Surabaya cukup strategis sehingga mudah dijangkau dengan jumlah dan jenis sarana transportasi yang ada.

3. *Promotion*

a. Sosialisasi kepada konsumen

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan belum pernah melakukan sosialisasi. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden terhadap sosialisasi seperti pada tabel 5.15 dan 5.16 tidak sesuai oleh karena responden mengharapkan adanya sosialisasi melalui seminar dengan frekuensi dua kali dalam satu tahun. Oleh karena itu sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya mulai memikirkan melakukan sosialisasi kepada responden.

b. Iklan

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan belum pernah mengiklankan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden seperti pada tabel 5.17 dan 5.18 tidak sesuai oleh karena responden mengharapkan adanya iklan melalui surat kabar, majalah dan buletin dengan frekuensi 2-3 kali dalam satu tahun. Oleh karena itu sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya mengiklankan tentang laboratorium melalui majalah, surat kabar, buletin, brosur, leaflet dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.

c. Diskon

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan belum memberikan diskon tarif pengujian. Hal ini jika dikaitkan

dengan harapan responden terhadap sosialisasi seperti tersebut pada tabel 5.19 tidak sesuai oleh karena responden mengharapkan adanya diskon tarif pengujian > 50% dari tarif yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa tarif yang ada saat ini sangat mahal. Oleh karena itu sebaiknya pejabat Balai Besar POM Surabaya memberi masukan kepada Badan POM agar memberi diskon tarif pengujian atau memberi kemudahan untuk mendapatkan nomor registrasi (ijin edar).

4. *Price*

Tarif pengujian

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan tarif pengujian rata-rata per jenis sediaan > Rp. 1.000.000,-. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden seperti tersebut pada tabel 5.20 tidak sesuai. Oleh karena responden mengharapkan tarif pengujian rata-rata per jenis sediaan < Rp. 500.000,-. Oleh karena itu sebaiknya pejabat Balai Besar POM Surabaya memberi masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini atau memberi kemudahan untuk memperoleh nomor registrasi (ijin edar).

5. *People*

Pada *people* responden tidak diberikan pertanyaan di kuesioner, melainkan dilakukan pengamatan langsung oleh peneliti dengan menggunakan ceklist pengamatan.

6. *Physical evidence*

a. Peralatan

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan menggunakan peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1-10%. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden seperti tersebut pada tabel 5.25 sudah sesuai oleh karena responden juga mengharapkan peralatan yang bisa digunakan untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%. Namun sebaiknya perlu dipikirkan untuk menggunakan peralatan yang lebih canggih.

b. Teknologi

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 93,8% responden mengatakan memakai teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji 1-10%. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden seperti tersebut pada tabel 5.26 sudah sesuai oleh karena responden juga mengharapkan teknologi yang bisa digunakan untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%. Namun sebaiknya perlu dipikirkan untuk menggunakan teknologi yang lebih canggih.

c. Fisik laboratorium

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan bahwa ruang tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak ber AC tetapi ventilasi cukup. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden

seperti pada tabel 5.28 sudah cukup sesuai, namun perlu dipikirkan lagi untuk memakai AC dan pengharum ruangan agar responden lebih merasa nyaman.

7. *Process*

a. Prosedur pengujian

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan prosedur pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya sangat rumit. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden seperti tersebut pada tabel 5.28 tidak sesuai karena responden mengharapkan prosedur yang mudah. Untuk mengatasi kesenjangan ini perlu adanya penyederhanaan prosedur pengujian sesuai dengan harapan responden yaitu :

Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → kepastian waktu mengambil hasil uji → konsumen datang mengambil hasil uji.

b. Waktu mengeluarkan hasil uji

Berdasarkan tabel 5.32 dapat dipelajari bahwa sebanyak 100,0% responden mengatakan waktu mengeluarkan hasil uji pada saat ini > 3 minggu. Hal ini jika dikaitkan dengan harapan responden seperti tersebut pada tabel 5.30 tidak sesuai karena responden mengharapkan waktu mengeluarkan hasil uji 1 – 2 minggu. Untuk mengatasi kesenjangan ini perlu diupayakan adanya percepatan waktu misalnya segera menguji sampel yang masuk di laboratorium, memotong jalur birokrasi yang panjang, segera mengirim hasil uji ke TU.

6.4 Pembahasan Analisis Kebutuhan dan Harapan Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya dengan alat Jendela Pelanggan

6.4.1 Analisis kebutuhan responden terhadap jenis sediaan.

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya mempertahankan kelebihan 3 jenis sediaan dengan cara memberikan informasi lebih intensif kepada responden tentang manfaat 3 jenis sediaan tersebut.

6.4.2 Analisis harapan responden meliputi 7P (*product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*)

6.4.2.1 Analisis harapan responden terhadap *product*, meliputi kualitas pengujian

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya kondisi ini tetap dipertahankan bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi, misalnya hasil uji lebih tepat waktu dan lebih akurat.

6.4.2.2 Analisis harapan responden terhadap *place*, meliputi jarak, transportasi

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya kondisi ini tetap dipertahankan bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi, misalnya mengambil sampel dan mengantar hasil uji tanpa dipungut biaya tambahan.

6.4.2.3 Analisis harapan responden terhadap *promotion*, meliputi sosialisasi kepada responden, iklan, diskon.

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya melakukan :

1. Sosialisasi kepada konsumen melalui penyuluhan, seminar, pertemuan rutin dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.
2. Mengiklankan tentang laboratorium melalui surat kabar, majalah, buletin, brosur, leaflet dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.
3. Memberi masukan kepada Badan POM agar memberikan diskon tarif pengujian atau memberi kemudahan untuk memperoleh nomor registrasi (ijin edar).

6.4.2.4 Analisis harapan responden terhadap *price*, meliputi tarif pengujian

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya melakukan penghitungan unit *cost* per jenis sediaan. Hasil penghitungan unit *cost* ini dipakai sebagai dasar untuk memberikan masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini. Tetapi apabila tarif tidak bisa diturunkan lagi maka sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya memberikan *value added* kepada konsumen misalnya membantu menguruskan nomor registrasi atau ijin edar, mengambil sampel dan mengantar hasil uji tanpa dipungut biaya tambahan.

6.4.2.5 Analisis harapan responden terhadap *people*, meliputi perilaku petugas, kemampuan dan ketrampilan petugas (*skill* petugas)

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya kondisi ini tetap dipertahankan bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi, misalnya untuk meningkatkan *skill* petugas maka petugas sering diberi pelatihan-pelatihan, kursus-kursus intensif, *benchmarking*.

6.4.2.6 Analisis harapan responden terhadap *physical evidence*, meliputi peralatan, teknologi, fisik laboratorium

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya kondisi ini tetap dipertahankan bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi, misalnya perlu dipikirkan untuk menggunakan peralatan yang lebih canggih, teknologi yang lebih tinggi, pemasangan AC dan pengharum ruangan di ruang tunggu.

6.4.2.7 Analisis harapan responden terhadap *process*, meliputi prosedur penanganan sampel, waktu mengeluarkan hasil uji

Melihat analisis jendela pelanggan maka sebaiknya Laboratorium Balai Besar POM Surabaya melakukan :

1. Penyederhanaan prosedur penanganan sampel, misalnya memotong jalur birokrasi yang panjang.
2. Mempercepat waktu mengeluarkan hasil uji, misalnya segera menguji sampel yang masuk ke laboratorium, segera mengirim hasil uji ke TU bila pengujian telah selesai.

6.5 Upaya-upaya Meningkatkan Pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya adalah sebagai berikut :

1. *Product*

a. Jenis sediaan

Diupayakan agar kelebihan 3 jenis sediaan (sari jamu, pastiles, koyok) tetap dipertahankan, dengan cara memberikan informasi lebih intensif kepada responden tentang manfaat 3 jenis sediaan tersebut.

2. *Promotion*

a. Sosialisasi

Diupayakan adanya sosialisasi mengenai laboratorium melalui penyuluhan-penyuluhan, seminar, pertemuan rutin dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.

b. Iklan

Diupayakan adanya iklan mengenai laboratorium melalui surat kabar, majalah, buletin, leaflet, brosur dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.

c. Diskon

Diupayakan agar Balai Besar POM Surabaya memberi masukan kepada Badan POM agar memberikan diskon tarif pengujian atau jika tidak mungkin memberikan diskon maka sebaiknya Badan POM memberi kemudahan memperoleh nomor registrasi atau ijin edar bagi pengusaha yang mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

3. *Price*

Tarif pengujian

Diupayakan agar Balai Besar POM Surabaya melakukan perhitungan unit *cost* per jenis sediaan. Hasil penghitungan unit *cost* dipakai sebagai dasar untuk memberi masukan kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini atau jika tarif tidak bisa diturunkan maka diharapkan Balai Besar POM Surabaya memberi *value added* misalnya membantu menguruskan nomor registrasi atau ijin edar, mengambil sampel dan mengirim hasil uji tanpa dipungut biaya tambahan.

4. *Process*

a. Prosedur penanganan sampel

Diupayakan agar prosedur penanganan sampel lebih disederhanakan dan responden diberi kepastian waktu mengambil hasil uji. penyederhanaan prosedur penanganan sampel dapat dilakukan misalnya memotong jalur birokrasi yang panjang.

b. Waktu mengeluarkan hasil uji

Diupayakan agar waktu mengeluarkan hasil uji 1 – 2 minggu, misalnya segera menguji sampel yang masuk ke laboratorium, segera mengirim hasil uji ke TU bila pengujian telah selesai.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada Bab 5 dan pembahasan pada bab 6, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Responden memiliki kesadaran sedang untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
2. Responden memiliki kebutuhan sedang untuk mengujikan produknya di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
3. Responden memiliki harapan terhadap pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya sebagai berikut :
 - a. Hasil uji laboratorium akurat, tepat waktu, terakreditasi.
 - b. Jarak antara perusahaan dengan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya bisa ditempuh dalam waktu < 30 menit atau dengan jarak < 10 kilometer dengan menggunakan sarana transportasi yang ada baik dari segi jumlah maupun jenisnya.
 - c. Adanya iklan mengenai laboratorium yang dimuat dalam surat kabar, majalah, buletin dengan frekuensi permuatan 2-3 kali dalam 1 tahun.
 - d. Adanya diskon tarif pengujian sebesar > 50% dari tarif pengujian saat ini.
 - e. Tarif pengujian laboratorium < Rp. 500.000,- per jenis sediaan.
 - f. Responden datang segera dilayani dan diterima dengan ramah.
 - g. Petugas laboratorium mampu menguji > 75% sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
 - h. Petugas mampu menguji > 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur.

- i. Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menggunakan peralatan yang bisa dipakai untuk menguji obat tradisional dengan kesalahan hasil uji < 1%.
 - j. Laboratorium Balai Besar POM Surabaya menggunakan teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji < 1%.
 - k. Ruang tunggu di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya tidak berdebu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah, tidak harus ber AC asal ventilasi cukup.
 - l. Prosedur penanganan sampel yang mudah yaitu konsumen datang membawa sampel diterima TU Balai Besar POM Surabaya, petugas memberi kepastian waktu mengambil hasil uji, kemudian konsumen datang mengambil hasil uji.
 - m. Waktu mengeluarkan hasil uji 1 – 2 minggu.
4. Hasil analisis kebutuhan dan harapan responden dengan kondisi laboratorium yang tersedia saat ini dengan alat jendela pelanggan dan setelah dilakukan FGD maka dapat direkomendasikan sebagai berikut :
- a. Kelebihan pengujian 3 jenis sediaan (sari jamu, pastiles, koyok) sebaiknya tetap dipertahankan dengan cara memberi informasi lebih intensif kepada responden tentang manfaat 3 jenis sediaan tersebut.
 - b. Perlu diupayakan sosialisasi khusus mengenai laboratorium melalui seminar, penyuluhan-penyuluhan, pertemuan rutin dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.
 - c. Perlu diupayakan adanya iklan mengenai laboratorium melalui surat kabar, majalah, buletin, leaflet, brosur, dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.
 - d. Perlu diupayakan adanya masukan dari pejabat Balai Besar POM Surabaya kepada Badan POM agar memberikan diskon tarif pengujian.
 - e. Perlu diupayakan adanya masukan dari pejabat Balai Besar POM Surabaya kepada Badan POM agar meninjau kembali tarif pengujian saat ini.

- f. Perlu adanya penyederhanaan prosedur penanganan sampel dan kepastian waktu mengambil hasil uji.
 - g. Perlu adanya percepatan waktu mengambil hasil uji yaitu 1-2 minggu.
5. Upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya berdasarkan aspek 7P (*product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*) adalah sebagai berikut :
- a. Mempertahankan kelebihan pengujian 3 jenis sediaan (sari jamu, pastiles, koyok) dengan cara memberi informasi lebih intensif kepada responden tentang manfaat 3 jenis sediaan tersebut.
 - b. Melakukan sosialisasi tentang laboratorium melalui seminar, penyuluhan-penyuluhan dengan frekuensi 3 kali dalam setahun.
 - c. Melakukan pemuatan iklan tentang labopratorium di surat kabar, majalah, bulletin, leaflet, brosur dengan frekuensi 3 kali dalam setahun.
 - d. Para pejabat Balai Besar POM Surabaya memberikan masukan kepada Badan POM agar memberikan diskon tarif pengujian.
 - e. Balai Besar POM Surabaya menghitung unit cost pengujian tiap jenis sediaan sebagai dasar untuk memberi masukan kepada Badan POM untuk meninjau kembali tarif pengujian saat ini.
 - f. Menyederhakan prosedur penanganan sampel dan memberi kepastian waktu mengambil hasil uji.
 - g. Mempercepat waktu mengeluarkan hasil uji menjadi 1-2 minggu.

7.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka perlu disampaikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

- a. Agar memberikan informasi kepada responden mengenai Laboratorium Balai Besar POM Surabaya melalui seminar, penyuluhan-penyuluhan, pertemuan rutin, penayangan / pemuatan iklan disurat kabar, majalah, buletin, brosur, leaflet dengan frekuensi 3 kali dalam 1 tahun.
- b. Menyederhanakan prosedur penanganan sampel dan memberi kepastian waktu mengambil hasil uji, caranya adalah memotong jalur birokrasi yang panjang misalnya segera mengirim hasil uji dari laboratorium ke TU Balai Besar POM Surabaya apabila hasil uji telah selesai tanpa harus kembali dulu ke Kabid Pengujian.
- c. Mempercepat waktu mengeluarkan hasil uji menjadi 1-2 minggu, caranya adalah segera menguji sampel yang masuk ke laboratorium sehingga waktu pengujian dilaboratorium lebih pendek dari 10 hari menjadi 5-7 hari.

2. Bagi Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya

- a. Agar lebih memanfaatkan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya karena jasa pengujian yang tersedia sangat lengkap dan sudah terakreditasi.
- b. Agar mempunyai kesadaran yang tinggi untuk mengujikan produknya baik sebelum diedarkan maupun setelah diedarkan di pasaran.
- c. Agar senantiasa memiliki tanggung jawab moral kepada masyarakat pengguna obat tradisional dengan cara menjaga mutu, keamanan dan kemanfaatan obat tradisional yang diproduksinya.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini untuk dapatnya dipakai sebagai bahan guna melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya yang sesuai dengan tujuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Sampurno, Badan Pengawas Obat dan Makanan (2001) *Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 05018/SK/K BPOM tentang Organisasi dan Pelaksana Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan*, Jakarta.
- Aspan Ruslan, Badan Pengawas Obat dan Makanan (2001) *Pedoman Perhitungan Biaya Pengujian*. Pusat Pengujian Obat dan Makanan Nasional, Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (2001) *Profile Badan POM*, Jakarta.
- Budiarto, W. (1996) Analisis Permintaan (Demand Analysis) Pelayanan Kesehatan Puskesmas di Kabupaten Mojokerto. *Buletin Penelitian Kesehatan*, Volume 24, No. 1 hal. 35 – 44.
- Bryant, C. et. al. (1998) *Increasing Consumer Satisfaction*. Marketing Health Service, Winter, pp. 5 – 17.
- Damayanti, N.A. (2001) *Manajemen Mutu*. Diktat Kuliah. Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya.
- Adhyatma, Departemen Kesehatan RI (1990) *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 246/Menkes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Pendaftaran Obat Tradisional*, Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI (1992) *Undang-undang Kesehatan RI Nomor 23 tentang Kesehatan*, Jakarta.
- Dever, G.A. (1984) *Epidemiology in Health Service Management : the Epidemiology of Health Service Utilization*. Rocville Maryland, An Aspen Publication.
- Drewke, K. (1999) *The Healthcare You Never Knew*. The Business Word Inc. March, p. 25.
- Faria, N.K. (2001) *Strategi Peningkatan Pelayanan Kesehatan di Puskesmas Melalui Analisis Penilaian Masyarakat*. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya.
- Foster, T.V.R. (2001). *101 Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan III. Penerbit : PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.

- Gaspersz, V. (2000) *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*. Edisi Revisi dan Perluasan. Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gaspersz, V. (2001) *Total Quality Management*. Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Handoko, T.H. (2000) *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi II. Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Kinncar T.C, Taylor J.R. (1987) *Marketing Research An Applied Approach*, Third Edition, Mc Graw – Hill, inc.
- Mangkunegara, P.A.A. (1988) *Perilaku Konsumen*. Cetakan I. Penerbit : PT. Eresco, Bandung.
- Manullang, M. (1996) *Dasar-dasar Manajemen*. Cetakan XV. Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Martoyo, S. (1998) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi III. Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Parasuraman, A. (1991) *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*. The Free Prese, New York.
- Payne, A. (2001) *Service Marketing*. Edisi I. Penerbit : Andi, Yogyakarta.
- Pierey, N.F. Harris, L.C. Lane, N. (2002) Market Orientation and Retail Operatives 'Expectations'. *Journal of Business Research*, Number 55, pp. 261 – 273.
- Pudjirahardjo, W.J., Poernomo, H., Machfoed, M.H. (1995) *Metode Penelitian dan Statistik Terapan*. Penerbit : Airlangga University Press, Surabaya.
- Qomarudin, M.B. (1998) *Fokus Grup Diskusi*. Pusat Penelitian Kependudukan Pembangunan Universitas Airlangga.
- Robine, J.M. Romieu, I. & Cambois, E. (1999) Health Expectancy Indicators. *Bulletin of The World Health Organization*, Volume 77, Number 2, pp. 181 – 185.
- Rudolph, B. Homburg, C. (2001) Customer Satisfaction in Industrial Markets : Dimensional and Multiple Role Issues, *Journal of Business Research*, Number 52, pp. 15 – 33.
- Setijanto, D. (2001) *Sampling*. Diktat Kuliah. Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya.

- Singarimbun, M., Effendi, S. (1989) *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Penerbit : LP3FS, Jakarta.
- Sukirno, S. (1999) *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Edisi II. Cetakan XI. Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Supriyanto, S. (2001) *Metodologi Penelitian*. Diktat Kuliah. Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya.
- Sutojo, S. (2001) *Menyusun Strategi Harga*. Cetakan I. Seri Manajemen No. 4. Penerbit : PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Thabrany, H. (1999) Penetapan dan Simulasi Tarif Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, Volume 1, Nomor 1, hal. 5 – 16.
- Wijono, D. (1999) *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Vol. 1. Penerbit : Airlangga University Press, Surabaya.
- Wolinsky, F.D. (1980) *The Sociology of Health*. Boston. Toronto, Little Brown and Company.
- Yazid (1999) *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasinya* Edisi I. Penerbit : Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Zainuddin, M. (2000) *Metodologi Penelitian*. Diktat Kuliah. Surabaya.
- Zeithaml, V.A. Bitner, M.J. (1996) *Marketing Service : Expanded Marketing Mix for Service*. The Graw-Hill Companies, Inc.

LAMPIRAN

Lampiran 1**KUESIONER KONSUMEN**

**Kuesioner ini dalam rangka pengumpulan data penelitian dengan judul
ANALISIS KEBUTUHAN DAN HARAPAN PENGUSAHA KECIL
OBAT TRADISIONAL DI SURABAYA SEBAGAI DASAR
MENYUSUN UPAYA MENINGKATKAN PEMANFAATAN
LABORATORIUM BALAI BESAR POM SURABAYA**

Untuk menyusun upaya peningkatan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya melalui analisis kebutuhan dan harapan konsumen, mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini.

Isilah kuesioner ini dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya. Hasil kuesioner ini hanya untuk penelitian, kerahasiaan dijamin oleh peneliti.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

Nomor Responden : Tanggal Survei :

Petugas Survei : Tanda tangan :

I. Identitas Responden

Nama Responden:

Alamat / Telpon :

- Kelurahan :

- Kecamatan :

Nama Industri Kecil Obat Tradisional :

Alamat Industri / Kantor / Telpon :

Pilihlah jawaban yang tepat menurut Bapak/Ibu/Saudara dengan cara melingkari pada pilihan jawaban yang tersedia.

II. Kesadaran Konsumen

1. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, Apakah perlu pengujian laboratorium terhadap sampel obat tradisional baru untuk kelengkapan pengajuan nomor registrasi maupun sampel obat tradisional lama yang sudah memiliki nomor registrasi ?
 - a. Sangat perlu
 - b. Perlu
 - c. Tidak perlu
 - d. Sangat tidak perlu
2. Apakah Bapak/Ibu/Saudara mempunyai kemauan untuk mengujikan semua sampel obat tradisional produk baru untuk kelengkapan pengajuan nomor registrasi ?
 - a. Ya, semua
 - b. Ya, sebagian
 - c. Tidak
3. Apakah Bapak/Ibu/Saudara mempunyai kemauan untuk mengujikan semua sampel obat tradisional produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi ?
 - a. Ya, semua
 - b. Ya, sebagian
 - c. Tidak
4. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, apakah perlu pengujian secara periodik terhadap sampel obat tradisional produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi ?
 - a. Sangat perlu

- b. Perlu
- c. Tidak perlu
- b. Sangat tidak perlu

III. Kebutuhan Konsumen

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara sudah mengujikan semua jenis sediaan yang Bapak/Ibu/Saudara produksi ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?
 - a. Sudah, semua
 - b. Sudah, sebagian
 - c. Belum
2. Apakah Bapak/Ibu/Saudara butuh mengujikan setiap item jenis sediaan yang Bapak/Ibu/Saudara produksi di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?
 - a. Sangat butuh
 - b. Butuh
 - c. Kurang butuh
 - d. Tidak butuh
3. Beri tanda (\checkmark) pada kolom "ya" atau "tidak" sesuai dengan jenis produk yang diproduksi, jenis produk yang sudah diuji dan jenis produk yang butuh untuk diuji di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya. Jawaban bisa lebih dari 1.

No.	Jenis Produk	Jenis produk yang diproduksi		Jenis produk yang sudah diujikan		Jenis produk yang butuh untuk diujikan	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Rajangan						
2.	Serbuk						

No.	Jenis Produk	Jenis produk yang diproduksi		Jenis produk yang sudah diujikan		Jenis produk yang butuh untuk diujikan	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	2	3	4	5	6	7	8
3.	Pil						
4.	Dodol / Jenang						
5.	Pastiles						
6.	Kapsul						
7.	Tablet						
8.	Cairan obat dalam						
9.	Sari jamu						
10.	Parem, pilis dan tapel						
11.	Koyok						
12.	Cairan obat luar						
13.	Salep / krim						

4. Berapa persen produk lama yang sudah memiliki nomor registrasi, yang sudah diujikan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?
- 100%
 - 75%
 - 50%
 - 25%
 - < 25%

IV. Harapan Konsumen

- Apakah yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan mengenai kualitas pengujian di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?

- a. Hasil uji memenuhi syarat pengujian.
 - b. Hasil uji laboratorium akurat dan tepat waktu
 - c. Hasil uji laboratorium tepat waktu
 - d. Hasil uji terakreditasi
 - e. Lain-lain
 -
2. Jarak berapa kilometer atau waktu tempuh berapa lama untuk menuju Laboratorium balai Besar POM Surabaya, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. < 10 km atau waktu tempuh < 30 menit
 - b. 10 km – 20 km atau waktu tempuh 30 menit – 45 menit
 - c. 21 km – 30 km atau waktu tempuh 46 menit – 60 menit
 - d. > 30 km atau waktu tempuh > 60 mneit
 - e. Lain-lain
3. Ada berapa sarana transportasi untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. > 4 sarana transportasi
 - b. 3 – 4 sarana transportasi
 - c. 2 sarana transportasi
 - d. 1 sarana transportasi
 - e. Lain-lain
4. Sarana transportasi apa yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?
- a. Mobil pribadi
 - b. Kendaraan umum
 - c. Sepeda motor

- d. Sepeda, becak
 - e. Lain-lain
5. Cara sosialisasi kepada konsumen yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Tidak mengharapkan sosialisasi
 - b. Melalui penyuluhan
 - c. Melalui seminar
 - d. Melalui pertemuan rutin
 - e. Lain-lain
6. Berapa kali dalam 1 tahun sosialisasi yang dilakukan oleh petugas pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, yang Bapak/Ibu/Saudara diharapkan ?
- a. > 4 kali
 - b. 3 - 4 kali
 - c. 2 kali
 - d. 1 kali saja
 - d. Lain-lain
7. Media iklan yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Tidak mengharapkan iklan
 - b. Iklan yang ditayangkan di TV
 - c. Iklan yang dimuat di surat kabar, majalah, bulletin
 - d. Brosur-brosur berwarna
 - e. Lain-lain

8. Berapa kali dalam 1 tahun iklan mengenai Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- > 5 kali
 - 4 – 5 kali
 - 2 – 3 kali
 - 1 kali saja
 - Lain-lain
9. Berapa persen besarnya diskon tarif pengujian yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- Tidak mengharapkan diskon tarif pengujian.
 - > 50% dari tarif pengujian yang ada.
 - 25 – 50% dari tarif pengujian yang ada.
 - 10% - 24% dari tarif pengujian yang ada.
 - < 10% dari tarif pengujian yang ada.
 - Lain-lain
10. Berapa besarnya tarif pengujian Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan untuk per jenis produk ?
- < Rp. 500.000,- per jenis produk
 - Rp. 500.000 - Rp. 750.000,- per jenis produk
 - Rp. 751.000 - Rp. 1.000.000,- per jenis produk
 - > Rp. 1.000.000 per jenis produk
 - Lain-lain
11. Cara menunjukkan perhatian yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan dari petugas pengujian ?

- a. Tidak mengharapkan perhatian petugas.
 - b. Konsumen datang segera dilayani.
 - c. Konsumen diberi informasi mengenai persyaratan uji
 - d. Lain-lain
12. Cara menunjukkan keramahan yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan dari petugas pengujian ?
- a. Tidak mengharapkan keramahan petugas
 - b. Konsumen datang diterima dengan ramah
 - c. Konsumen diterima biasa-biasa saja
 - d. Lain-lain
13. Kemampuan petugas menguji sampel obat tradisional yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Tidak mengharapkan kemampuan petugas
 - b. Petugas mampu menguji > 75% sampel sesuai permintaan
 - c. Petugas mampu menguji sampel sesuai keahliannya
 - d. Lain-lain
14. Ketrampilan petugas yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Tidak mengharapkan ketrampilan petugas
 - b. Petugas mampu menguji > 75% sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur.
 - c. Petugas bisa menguji semua sampel yang diujikan.
 - d. Lain-lain
15. Peralatan uji yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?

- a. Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$.
 - b. Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
 - c. Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji semua sampel.
 - d. Lain-lain
16. Teknologi yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$
 - b. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel sesuai dengan permintaan konsumen.
 - c. Teknologi yang bisa digunakan untuk menguji semua sampel.
 - d. Lain-lain
17. Kebersihan ruang tunggu yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Tidak mengharapkan kebersihan ruang tunggu
 - b. Tidak ada debu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah
 - c. Ruang tunggu yang lantainya bersih tapi tidak licin.
 - d. Lain-lain
18. Kenyamanan ruang tunggu yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Tidak mengharapkan kenyamanan ruang tunggu

- b. Ada AC, ventilasi cukup, diberi pengharum ruangan
 - c. Ruang tunggu yang tidak perlu ber AC tapi ventilasi cukup.
 - d. Lain-lain
19. Prosedur pengujian yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → konsumen datang mengambil hasil uji.
 - b. Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → kepastian waktu mengambil hasil uji → konsumen datang mengambil hasil uji.
 - c. Konsumen datang membawa sampel → petugas loket → TU Balai Besar POM Surabaya → 1 minggu → hasil uji bisa diambil.
 - d. Lain-lain
20. Berapa lama waktu mengeluarkan hasil uji yang Bapak/Ibu/Saudara harapkan ?
- a. < 1 minggu
 - b. 1 – 2 minggu
 - c. 3 minggu
 - d. > 3 minggu
 - e. Lain-lain

V. Faktor Lingkungan

Pesaing

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara pernah mengujikan ke laboratorium selain Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?

- a. Pernah
 - b. Tidak pernah (langsung ke nomor 4)
2. Ke laboratorium mana Bapak/Ibu/Saudara mengujikan selain Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?
- a. Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda)
 - b. Laboratorium Fakultas Farmasi UNAIR
 - c. Laboratorium Swasta
 - d. Lain-lain
3. Mengapa Bapak/Ibu/Saudara mengujikan ke laboratorium tersebut ?
- a. Waktu pengujian lebih cepat
 - b. Tarif pengujian lebih murah
 - c. Jaraknya lebih dekat
 - d. Hasilnya lebih akurat
 - e. Lain-lain
4. Ada berapa laboratorium selain Laboratorium Balai Besar POM Surabaya yang Bapak/Ibu/Saudara ketahui ?
- a. 1
 - b. 2 – 3
 - c. 4 – 5
 - d. > 5
 - e. Lain-lain

Diisi oleh peneliti atau surveyor.

Beri tanda (✓) pada kolom 3 sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Rekapitulasi Jenis Produk di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya dengan Kebutuhan Konsumen.

No.	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini	Kebutuhan Konsumen	Keterangan
	Jenis Produk	Jenis Produk	
1	2	3	4
1.	Rajangan		
2.	Serbuk		
3.	Pil		
4.	Dodol / Jenang		
5.	Pastiles		
6.	Kapsul		
7.	Tablet		
8	Cairan Obat Dalam		
9	Sari Jamu		
10	Parem, Pilis dan Tapel		
11.	Koyok		
12.	Cairan Obat Luar		
13.	Salep / krim		

Lampiran 2**KUESIONER PROVIDER**

**Kuesioner ini dalam rangka pengumpulan data penelitian dengan judul
ANALISIS KEBUTUHAN DAN HARAPAN PENGUSAHA KECIL
OBAT TRADISIONAL DI SURABAYA SEBAGAI DASAR
MENYUSUN UPAYA MENINGKATKAN PEMANFAATAN
LABORATORIUM BALAI BESAR POM SURABAYA**

Untuk menyusun upaya peningkatan pemanfaatan laboratorium Balai Besar POM Surabaya melalui analisis kebutuhan dan harapan konsumen, mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini.

Isilah kuesioner ini dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya. Hasil kuesioner ini hanya untuk penelitian, kerahasiaan dijamin oleh peneliti.
--

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami mengucapkan terima kasih.
--

Nomor Responden : Tanggal Survei :

Petugas Survei : Tanda tangan :

I. Identitas Responden

Nama Responden :

Alamat instansi / Telpon :

.....

.....

Pilihlah jawaban yang tepat menurut Bapak/Ibu/Saudara dengan cara melingkari pada pilihan jawaban yang tersedia.

II. Kondisi laboratorium yang tersedia saat ini.

- Beri tanda (\surd) pada kolom "ya" atau "tidak" sesuai dengan kondisi riil di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya tentang bentuk sediaan obat tradisional yang bisa diuji pada saat ini. Jawaban bisa lebih dari 1.

No.	Jenis Produk (Bentuk Sediaan) Obat Tradisional	Jenis Produk Obat Tradisional yang Bisa Diuji	
		Ya	Tidak
1	2	3	4
1.	Rajangan		
2.	Serbuk		
3.	Pil		
4.	Dodol / jenang		
5.	Pastiles		
6.	Kapsul		
7.	Tablet		
8.	Cairan obat dalam		
9.	Sari jamu		
10.	Parem, pilis dan tapel		
11.	Koyok		
12.	Cairan obat luar		
13.	Salep / krim		

2. Ada berapa sarana transportasi yang bisa dipakai oleh konsumen untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya saat ini ?
 - a. > 4 sarana transportasi
 - b. 3 – 4 sarana transportasi
 - c. 2 sarana transportasi
 - d. 1 sarana transportasi
 - d. Lain-lain

3. Jenis transportasi apa saja yang bisa dipakai oleh konsumen untuk menjangkau Laboratorium Balai Besar POM Surabaya saat ini ?
(Jawaban boleh lebih dari 1)
 - a. Mobil pribadi
 - b. Kendaraan umum
 - c. Sepeda motor
 - d. Becak dan sepeda
 - e. Lain-lain

4. Cara sosialisasi yang bagaimana, yang dilakukan oleh laboratorium Bapak/Ibu/Saudara ?
 - a. Tidak pernah melakukan sosialisasi
 - b. Melalui penyuluhan
 - c. Melalui seminar
 - d. Melalui pertemuan rutin
 - e. Lain-lain

5. Berapa kali dalam 1 tahun laboratorium Bapak/Ibu/Saudaran melakukan sosialisasi baik kepada konsumen maupun calon konsumen ?
- Tidak pernah melakukan sosialisasi
 - > 4 kali
 - 3 – 4 kali
 - 2 kali
 - 1 kali saja
 - Lain-lain
6. Media iklan apa yang saat ini digunakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ?
- Tidak pernah mengiklankan
 - Iklan yang ditayangkan di TV
 - Iklan yang dimuat di surat kabar, majalah dan buletin
 - Dibuat brosur-brosur berwarna
 - Lain-lain
7. Berapa kali dalam 1 tahun iklan mengenai Laboratorium Balai Besar POM Surabaya ditayangkan / dimuat / dicetak ?
- > 5 kali
 - 4 – 5 kali
 - 2 - 3 kali
 - 1 kali saja
 - Lain-lain

8. Berapa persen besarnya diskon tarif pengujian saat ini yang diberikan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya kepada pelanggannya ?
- Tidak memberikan diskon tarif pengujian
 - $> 50\%$ dari tarif pengujian yang ada saat ini
 - $25\% - 50\%$ dari tarif pengujian yang ada saat ini
 - $10\% - 24\%$ dari tarif pengujian yang ada saat ini
 - $< 10\%$ dari tarif pengujian yang ada saat ini
 - Lain-lain
9. Berapa besarnya rata-rata tarif pengujian sampel obat tradisional per jenis produk saat ini ?
- $< \text{Rp. } 500.000,-$ per jenis produk
 - $\text{Rp. } 500.000 - \text{Rp. } 750.000,-$ per jenis produk
 - $\text{Rp. } 751.000 - \text{Rp. } 1.000.000,-$ per jenis produk
 - $> \text{Rp. } 1.000.000,-$ per jenis produk
 - Lain-lain
10. Peralatan yang bagaimana, yang saat ini digunakan di laboratorium Bapak/Ibu/Saudara ?
- Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$.
 - Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $1\% - 10\%$.
 - Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $11\% - 20\%$.

- d. Peralatan yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $> 20\%$.
- e. Lain-lain
-
11. Teknologi yang bagaimana, yang saat ini digunakan di laboratorium Bapak/Ibu/Saudara ?
- a. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$.
- b. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $1\% - 10\%$.
- c. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $11\% - 20\%$.
- d. Teknologi yang bisa dipakai untuk menguji sampel dengan kesalahan hasil uji $> 20\%$.
- e. Lain-lain
-
12. Bagaimana kondisi riil kebersihan ruang tunggu di laboratorium Bapak/Ibu/Saudara ?
- a. Tidak ada debu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah.
- b. Tidak ada debu dan tidak ada sampah berserakan.
- c. Ada debu tetapi tidak ada sampah berserakan atau sebaliknya.
- d. Ada debu dan ada sampah berserakan.
- e. Lain-lain

13. Bagaimana kondisi riil kenyamanan ruang tunggu di laboratorium Bapak/Ibu/Saudara ?

- a. Ada AC, ventilasi cukup dan ada pengharum ruangan
- b. Ada AC dan ventilasi cukup
- c. Tidak ada AC tetapi ventilasi cukup atau sebaliknya
- d. Tidak ada AC dan ventilasi tidak cukup bahkan tidak ada ventilasi
- e. Lain-lain

14. Bagaimana prosedur pengujian yang ada di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pada saat ini?

- a. Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → konsumen datang mengambil hasil uji.
- b. Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → Kabid pengujian → konsumen datang mengambil hasil uji.
- c. Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → Kabid pengujian → TU Balai Besar POM Surabaya → konsumen datang mengambil hasil uji.
- d. Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → Kabid pengujian → laboratorium → Kabid pengujian → TU Balai Besar POM Surabaya → konsumen datang mengambil hasil uji.
- e. Lain-lain

15. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk mengujikan sampel obat tradisional di laboratorium Bapak/Ibu/Saudara pada saat ini ?

- a. < 1 minggu
- b. 1 – 2 minggu
- c. > 3 minggu
- d. Lain-lain

Lampiran 3

Ceklist pengamatan terhadap kondisi laboratorium yang tersedia saat ini.

CEKLIST PENGAMATAN

Nama Instansi : Tanggal Pengamatan :

Nama Pengamat : Tanda tangan :

Keterangan :

Ceklist ini dipergunakan untuk mengamati kondisi Laboratorium di Balai Besar POM Surabaya.

1. Amatilah dan catat berapa waktu yang dibutuhkan untuk penanganan pengujian sampel obat tradisional mulai dari konsumen datang mengujikan sampai menerima hasil uji.

No.	Prosedur Pelayanan Pengujian	Waktu yang Dibutuhkan
1.	Konsumen datang ↓	
2.	TU Balai Besar POM Surabaya ↓	
3.	Kabid Pengujian ↓	
4.	Laboratorium Obat tradisional Mikrobiologi ↓	
5.	Kabid Pengujian ↓	
6.	TU Balai Besar POM Surabaya ↓	
7.	Konsumen	

II. *Product*

Bila pengamatan "Y" ($Y = Y_a$), maka setiap pertanyaan di beri :

Skor 4 artinya sangat akurat atau sangat tepat waktu atau terakreditasi

Skor 3 artinya akurat atau tepat waktu

Skor 2 artinya kurang akurat atau kurang tepat waktu atau belum terakreditasi

Skor 1 artinya tidak akurat atau tidak tepat waktu

Kondisi laboratorium yang tersedia saat ini :

Pengamatan

Skor

Y	T
---	---

1	2	3	4
---	---	---	---

Kualitas produk :

a. Hasil uji akurat

--	--

--	--	--	--

b. Hasil Uji tepat waktu

--	--

--	--	--	--

c. Hasil uji diakui secara nasional bahkan internasional atau terakreditasi

--	--

--	--	--	--

III. *Place*

Bila pengamatan "Y" ($Y = Y_a$), maka setiap pertanyaan diberi :

Skor 4 artinya Dekat (D)

Skor 3 artinya Sedang (S)

Skor 2 artinya Jauh (J)

Skor 1 artinya Sangat Jauh (SJ)

1. Jarak :

Dekat

--	--

--	--	--	--

2. Transportasi

Mudah

--	--

--	--	--	--

IV. People

Bila pengamatan "Y" ($Y - Y_a$), maka setiap pertanyaan diberi :

Skor 4 artinya Sangat Perhatian (SP) atau Sangat Ramah (SR)

Skor 3 artinya Perhatian(P) atau Ramah (R)

Skor 2 artinya Tidak Perhatian (TP) atau Tidak Ramah (TR)

Skor 1 artinya Sangat Tidak Perhatian (STP) atau Sangat Tidak Ramah (STR)

1. Perilaku petugas

a. Perhatian

--	--

--	--	--	--

b. Ramah

--	--

--	--	--	--

Skor 4 artinya Sangat Mampu (SM)

Skor 3 artinya Mampu (M)

Skor 2 artinya Tidak Mampu (TM)

Skor 1 artinya Sangat Tidak Mampu (STM)

2. Kemampuan petugas

Mampu menguji sesuai dengan permintaan

konsumen

--	--

--	--	--	--

Skor 4 artinya Sangat Trampil (STr)

Skor 3 artinya Trampil (Tr)

Skor 2 artinya Tidak Trampil (TTr)

Skor 1 artinya Sangat Tidak Trampil (STTr)

VI. *Process*

Bila pengamatan "Y" ($Y = Y_a$), maka setiap pertanyaan diberi :

Skor 4 artinya Sangat Mudah (SMu) atau Sangat Cepat (SCe)

Skor 3 artinya Mudah (Mu) atau Cepat (Ce)

Skor 2 artinya Rumit (Ru) atau Lambat (L)

Skor 1 artinya Sangat Rumit (SRu) atau Sangat Lambat (SL)

1. Prosedur penanganan samepl mudah

--	--

--	--	--	--

2. Waktu mengeluarkan hasil uji

--	--

--	--	--	--

Lampiran 4

Panduan pengisian ceklist

I. Isilah kolom "waktu yang dibutuhkan" dalam ukuran waktu, menit, jam, hari atau minggu sesuai dengan pengamatan.

II. *Product*

Kualitas produk

a. Hasil uji akurat diberi skor 4, artinya bila kesalahan hasil uji $< 1\%$.

Hasil uji sedang diberi skor 3, artinya bila kesalahan hasil uji $1\% - 10\%$.

Hasil uji tidak akurat diberi skor 2, artinya bila kesalahan hasil uji $11\% - 20\%$.

Hasil uji sangat tidak akurat diberi skor 1, artinya bila kesalahan hasil uji $> 20\%$.

b. Hasil uji tepat waktu diberi skor 4, bila waktu uji tepat.

Hasil uji sedang diberi skor 3, bila waktu uji lebih lama 1 hari.

Hasil uji lama diberi skor 2, bila waktu uji lebih lama 2 hari – 5 hari.

Hasil uji sangat lama diberi skor 1, bila waktu uji lebih lama > 5 hari.

c. Hasil uji terakreditasi diberi skor 4, bila hasil uji sudah terakreditasi

Hasil uji belum terakreditasi diberi skor 2, bila hasil uji belum terakreditasi

III. *Place*

1. Jarak

Diukur dalam kilometer atau waktu tempuh

Dikatakan dekat, diberi skor 4 bila kilometer < 10 km atau waktu tempuh < 30 menit.

Dikatakan sedang, diberi skor 3 bila kilometer 10 km – 20 km atau waktu tempuh 30 menit – 45 menit.

Dikatakan jauh, diberi skor 2 bila kilometer 21 km – 30 km atau waktu tempuh 46 menit - 60 menit.

Dikatakan sangat jauh, diberi skor 1 bila kilometer > 30 km atau waktu tempuh > 60 menit.

2. Transportasi

Diukur dari jumlah dan jenis sarana transportasi.

Jenis sarana transportasi tidak diberi skor.

Jumlah sarana transportasi diberi skor sebagai berikut :

Dikatakan mudah, diberi skor 4 bila ada > 4 sarana transportasi.

Dikatakan sedang, diberi skor 3 bila ada 3 - 4 sarana transportasi.

Dikatakan sulit, diberi skor 2 bila ada 2 sarana transportasi.

Dikatakan sangat sulit, diberi skor 1 bila hanya ada 1 sarana transportasi.

IV. *People*

1. Perilaku petugas

Diukur berdasarkan perhatian dan keramahan

a. Perhatian

Dikatakan sangat perhatian, diberi skor 4 bila konsumen segera dilayani.

Dikatakan perhatian, diberi skor 3 bila konsumen dilayani.

Dikatakan tidak perhatian, diberi skor 2 bila konsumen menunggu 30 menit – 60 menit.

Dikatakan sangat tidak perhatian, diberi skor 1 bila konsumen menunggu > 60 menit.

b. Keramahan

Dikatakan sangat ramah, diberi skor 4 bila konsumen datang segera diterima dengan sangat ramah.

Dikatakan ramah, diberi skor 3 bila konsumen diterima dengan ramah.

Dikatakan tidak ramah, diberi skor 2 bila konsumen datang diacuhkan saja.

Dikatakan sangat tidak ramah, diberi skor 1 bila konsumen datang diterima dengan kata-kata kasar.

2. Kemampuan petugas

Diukur berdasarkan kemampuan petugas menguji sampel sesuai dengan permintaan konsumen.

Dikatakan sangat mampu, diberi skor 4 bila mampu menguji > 75% sampel sesuai permintaan konsumen.

Dikatakan mampu, diberi skor 3 bila mampu menguji 50% - 75% sampel sesuai permintaan konsumen.

Dikatakan tidak mampu, diberi skor 2 bila mampu menguji 25% - 49% sampel sesuai permintaan konsumen.

Dikatakan sangat tidak mampu, diberi skor 1 bila hanya mampu menguji < 25% sampel sesuai permintaan konsumen.

3. Ketrampilan petugas

Diukur berdasarkan kemampuan petugas menguji sampel secara tepat waktu dan tepat prosedur.

Dikatakan sangat trampil, diberi skor 4 bila mampu menguji > 75% sampel tepat waktu dan tepat prosedur.

Dikatakan trampil, diberi skor 3 bila mampu menguji 60% - 75% sampel tepat waktu dan tepat prosedur.

Dikatakan tidak trampil, diberi skor 2 bila mampu menguji 45% - 59% sampel tepat waktu dan tepat prosedur.

Dikatakan sangat tidak trampil, diberi skor 1 bila hanya mampu menguji < 45% tepat waktu dan tepat prosedur.

V. *Physical Evidence*

1. Peralatan

Diukur berdasarkan kemampuan alat terhadap kesalahan hasil uji.

Dikatakan sangat canggih, diberi skor 4 bila bisa dipakai menguji dengan kesalahan hasil uji < 1%.

Dikatakan canggih, diberi skor 3 bila bisa dipakai menguji dengan kesalahan hasil uji 1% - 10%.

Dikatakan tidak canggih, diberi skor 2 bila bisa dipakai menguji dengan kesalahan hasil uji 11% - 20%.

Dikatakan sangat tidak canggih, diberi skor 1 bila bisa dipakai menguji dengan kesalahan hasil uji > 20%.

2. Teknologi

Diukur berdasarkan ketepatan teknologi terhadap sampel yang diuji.

Dikatakan sangat tinggi, diberi skor 4 bila tepat untuk menguji dengan kesalahan hasil uji $< 1\%$.

Dikatakan tinggi, diberi skor 3 bila tepat untuk menguji dengan kesalahan hasil uji $1\% - 10\%$.

Dikatakan rendah, diberi skor 2 bila tepat untuk menguji dengan kesalahan hasil uji $11\% - 20\%$.

Dikatakan sangat rendah, diberi skor 1 bila tepat untuk menguji dengan kesalahan hasil uji $> 20\%$.

3. Fisik laboratorium

Diukur berdasarkan kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu.

a. Kebersihan

Dikatakan sangat bersih, diberi skor 4 bila tidak ada debu, tidak ada sampah berserakan, ada keranjang sampah.

Dikatakan bersih, diberi skor 3 bila tidak ada debu, tidak ada sampah berserakan.

Dikatakan kotor, diberi skor 2 bila tidak ada debu tetapi ada sampah berserakan atau sebaliknya.

Dikatakan sangat kotor, diberi skor 1 bila ada debu dan ada sampah berserakan.

b. kenyamanan

Dikatakan sangat nyaman, diberi skor 4 bila ada AC, ventilasi cukup dan ada pengharum ruangan.

Dikatakan nyaman, diberi skor 3 bila ada AC dan ventilasi cukup.

Dikatakan tidak nyaman, diberi skor 2 bila ada AC tetapi ventilasi tidak cukup atau sebaliknya.

Dikatakan sangat tidak nyaman, diberi skor 1 bila tidak ada AC dan ventilasi tidak cukup dan tidak ada ventilasi.

VI. *Process*

1. Prosedur penanganan sampel

Diukur berdasarkan kerumitan prosedur.

Dikatakan mudah, diberi skor 4 bila prosedur sebagai berikut :

Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → konsumen datang mengambil hasil uji.

Diaktakan sedang, diberi skor 3 bila prosedur sebagai berikut :

Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → Kabid pengujian → konsumen datang mengambil hasil uji.

Diaktakan rumit, diberi skor 2 bila prosedur sebagai berikut :

Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → laboratorium → Kabid pengujian → TU Balai Besar POM Surabaya → konsumen datang mengambil hasil uji.

Diaktakan sangat rumit, diberi skor 1 bila prosedur sebagai berikut :

Konsumen datang membawa sampel → TU Balai Besar POM Surabaya → Kabid pengujian → laboratorium → Kabid pengujian → TU Balai Besar POM Surabaya → konsumen datang mengambil hasil uji.

2. Waktu mengeluarkan hasil uji

Diukur berdasarkan waktu yang dibutuhkan mulai dari sampel diterima sampai selesai diuji sesuai jenis sampelnya.

Diatakan sangat cepat, diberi skor 4 bila < 1 minggu.

Diatakan cepat, diberi skor 3 bila 1 - 2 minggu.

Diatakan lambat, diberi skor 2 bila 3 minggu.

Diatakan sangat lambat, diberi skor 1 bila > 3 minggu.

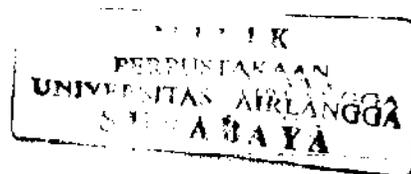
Lampiran 5

Diisi oleh peneliti atau surveyor.

Rakapitulasi Aspek 7P berdasarkan Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat Ini.

No.	Aspek 7P	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat ini	Harapan Konsumen	Keterangan
1	2	3	4	5
1.	<i>Product</i> a. Kualitas pengujian b. Jenis sediaan			
2.	<i>Place</i> a. Jarak b. Transportasi			
3.	<i>Promotion</i> a. Sosialisasi kepada Konsumen b. Iklan c. Diskon			
4.	<i>Price</i> Tarif pengujian			
5.	<i>People</i> a. Perilaku petugas b. Kemampuan petugas c. Ketrampilan petugas			
6.	<i>Physical evidence</i> a. Peralatan b. Teknologi c. Fisik laboratorium			

No.	Aspek 7P	Kondisi Laboratorium yang Tersedia Saat ini	Harapan Konsumen	Keterangan
1	2	3	4	5
7.	<i>Process</i> a. Prosedur penanganan sampel b. Waktu mengeluarkan hasil uji			



Lampiran 6

Panduan untuk FGD (*Focus Group Discussion*)

1. Tujuan FGD

- Untuk memperoleh masukan, komentar dan saran dari peserta FGD terhadap hasil penelitian tahap 1 yaitu analisis kebutuhan dan harapan pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya terhadap aspek 7P (*product, place, promotion, price, people, physical evidence, process*) dengan alat jendela pelanggan.
- Selanjutnya rekomendasi hasil FGD akan dipakai untuk melakukan penelitian tahap 2 yaitu menyusun upaya meningkatkan pemanfaatan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya oleh pengusaha kecil obat tradisional di Surabaya.

2. Tempat

Ruang kuliah 119 Pascasarjana Universitas Airlangga

3. Waktu

Selasa, 27 Agustus 2002

Jam : 09.00 – selesai

4. Peserta

- a. Kepala Subdin Farmakmin Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur
- b. Kepala Bidang Pengujian Balai Besar POM Surabaya
- c. Kepala Bidang Serlik Balai Besar POM Surabaya.
- d. Kepala Seksi Obat Tradisional dan Kosmetika Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur.
- e. Ketua Gabungan Pengusaha Jamu Surabaya
- f. Pengusaha Kecil Obat Tradisional di Surabaya
- g. Apoteker Penanggung Jawab Industri Kecil Obat Tradisional di Surabaya
- h. Pengguna obat tradisional

5. Materi

Isu strategis yang muncul dari hasil penelitian tahap 1 yaitu kelebihan pengujian 3 jenis sediaan yaitu sari jamu, pastiles dan koyok, belum adanya sosialisasi kepada konsumen mengenai Laboratorium Balai Besar POM Surabaya, belum adanya diskon, belum adanya iklan, tingginya tarif pengujian, rumitnya prosedur penanganan sampel, lamanya waktu mengeluarkan hasil uji. Dari isu strategis tersebut di atas disusun pertanyaan sebagai berikut :

- a. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, Apakah kelebihan pengujian 3 jenis sediaan perlu dikeluarkan ? Beri alasan pembenarannya !
- b. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, Apakah pengujian terhadap jenis sediaan di Laboratorium Balai Besar POM Surabaya sudah sesuai dengan harapan ?
- c. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, Apakah Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pernah melakukan sosialisasi ?
- d. Cara sosialisasi yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara anggap cocok ?
- e. Berapa kali dalam satu tahun sosialisasi yang Bapak/Ibu/Saudara usulkan ?
- f. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, Apakah Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pernah mengiklankan ?
- g. Media iklan yang bagaimana, yang Bapak/Ibu/Saudara anggap cocok ?
- h. Berapa kali dalam satu tahun iklan tentang laboratorium yang Bapak/Ibu/Saudara usulkan ?
- i. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, Apakah Laboratorium Balai Besar POM Surabaya pernah memberikan diskon tarif pengujian ?

- j. Perlukah Laboratorium Balai Besar POM Surabaya memberikan diskon ? Beri alasan pembenarannya !
- k. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu/Saudara tentang tarif pengujian saat ini ?
- l. Apa yang Bapak/Ibu/Saudara usulkan tentang tarif pengujian saat ini ?
- m. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu/Saudara tentang prosedur penanganan sampel saat ini ?
- n. Apakah Bapak/Ibu/Saudara mempunyai saran terhadap prosedur penanganan sampel saat ini ? Jelaskan !
- o. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu/Saudara tentang waktu mengeluarkan hasil uji saat ini ?
- p. Apakah Bapak/Ibu/Saudara mempunyai saran terhadap waktu mengeluarkan hasil uji saat ini ? Jelaskan !

DAFTAR HADIR FGD (Focus Group Discussion)

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Agustus 2002

Jam : 09.00 – selesai

Tempat : Program Pascasarjana UNAIR

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	2	3	4
1.	Dra.Sri Wahyuni, Apt	Kasie OTRAD dan Kecepatan Bekerja Prop.Jatin	1.
2.	Dra.Sularyo, Apt	Kasid Pengajaran I IKPM Surabaya	2.
3.	Dra.Dwi Purnamasri, Apt	FT.Seger Haras	3.
4.	Dra.Dwi Astuti, Apt	FT.Keptasari Magui	4.
5.			5.
6.	Dra.Mustafa Helmi, KSe	Pengguna Obat Tradisional	6.
7.	Dra.Smarti, Apt	a.n Kasubdin Pengajaran Bekerja Prop.Jatin	7.
8.	Rahma Dwi Walandari, SIK, N.Kes	Staf Pengajar FK	8.
9.	Wahya, SSI, Apt	FT.Wibawa Patne K	9.
10.	Titik	FT.Kembang Bulan	10. titik
11.			11.
12.			12.

Lampiran 7

Pelaksanaan FGD (*Focus Group Discussion*)

1. Tujuan FGD

Untuk memperoleh masukan, komentar dan saran dari peserta FGD berdasarkan issue strategis yang muncul, rekomendasi FGD dipakai sebagai dasar untuk menyusun upaya meningkatkan pemantaaan Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

2. Tempat

Ruang kuliah 119 Program Pascasarjana Universitas Airlangga

3. Waktu

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Agustus 2002

Jam : 10.00 – 12.00 WIB

4. Peserta

4.1 Moderator

Staf Pengajar FKM UNAIR

4.2 Sekretaris

Staf Kepegawaian RSUD Dr. Soetomo

4.3 Peserta

- a. Kepala Subdin Farmakmin Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur atau yang mewakili.
- b. Kepala Bidang Pengujian I Balai Besar POM Surabaya.
- c. Kepala Seksi Obat Tradisional dan Kosmetika Dinas Kesehatan Propinsi Jawa Timur.
- d. Pengguna Obat Tradisional.
- e. Perusahaan Jamu PT. Seger Waras.
- f. Perusahaan Jamu PT. Heptasari Unggul.
- g. Perusahaan Jamu PT. Wibowo Padmo Koncono.
- h. Perusahaan Jamu PT. Kembang Bulan.

5. Proses Pelaksanaan FGD

5.1 Pembukaan

Focus Group Discussion dibuka oleh peneliti dengan menyampaikan :

- a. Salam dan ucapan terima kasih
- b. Menyerahkan waktu kepada moderator

5.2 Moderator menjelaskan maksud dan tujuan FGD Serta aturan melaksanakan FGD

5.3 Moderator mempersilahkan peneliti mempresentasikan hasil penelitian selama 10 menit.

5.4 Peneliti menyampaikan judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hasil penelitian, issue strategis yang muncul pada penelitian ini.

5.5 Moderator memberikan kesempatan kepada ke delapan peserta untuk mencari solusi atas issue strategis yang muncul sesuai dengan topik diskusi yaitu mencari penyelesaian atas issue strategis yang muncul pada penelitian ini.

5.6 Diskusi dilakukan per topik bahasan, yaitu :

a. *Product*

Jenis sediaan

Ada kelebihan 3 jenis sediaan (sari jamu, pastiles, koyok) yang disediakan oleh Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.

b. *Promotion*

1. Sosialisasi

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum melakukan sosialisasi kepada responden.

2. Iklan

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum pernah mengiklankan produk pengujiannya kepada responden.

3. Diskon

Laboratorium Balai Besar POM Surabaya belum pernah memberikan diskon tarif pengujian.

c. *Price*

Tarif penanganan sampel

Tarif pengujian yang ada saat ini > Rp. 1.000.000,- per jenis produk.

d. *Process*

1. Prosedur pengujian

Dianggap sangat rumit oleh responden.

2. Waktu mengeluarkan hasil uji

Waktu mengeluarkan hasil uji saat ini > 3 minggu (sangat lama).

6. Hasil FGD

6.1 Rekomendasi terhadap jenis sediaan.

- a. Dari PT. Heptasari Unggul, obat tradisional yang diujikan ke laboratorium pada dasarnya memiliki 2 tujuan yaitu untuk mengurus nomor registrasi dan untuk mengetahui kualitas produk sehingga kelebihan 3 jenis sediaan tidak ada masalah.
- b. Dari PT. Kembang Bulan, menurut pendapat saya kelebihan 3 jenis sediaan sebaiknya diinformasikan kepada industri kecil obat tradisional biar industri mengetahuinya.
- c. Dari PT. Seger Waras, menurut hemat saya kelebihan jenis sediaan tidak ada masalah karena bisa dipergunakan untuk mengantisipasi trend sediaan pada masa mendatang.
- d. Kami semua beranggapan bahwa tidak ada masalah terhadap kelebihan 3 jenis sediaan karena jumlah sediaan yang tersedia dianggap sudah sesuai dengan harapan responden.

6.2 Rekomendasi terhadap *promotion*, meliputi sosialisasi, iklan, diskon

6.2.1 Rekomendasi terhadap sosialisasi

- a. Dari Kasi Obat Tradisional dan Kosmetika Dinkes Propinsi Jawa Timur, sebaiknya ada sosialisasi kepada responden yang berisi tentang tata cara pengujian, manfaat pengujian dan persyaratan pengujian agar responden mengetahui tata cara pengujian.
- b. Dari a.n. Kasubdin Farmakmin Dinkes Propinsi Jawa Timur, sebenarnya sosialisasi itu sudah ada tapi hanya sebagian kecil mengenai laboratorium.
- c. Dari Kabid Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, sosialisasi mengenai laboratorium itu sendiri belum terpikirkan oleh karena tupoksi dari Balai Besar POM Surabaya sebagai pengawas, sedangkan jasa pengujian dari pengusaha kecil obat tradisional merupakan tugas tambahan.
- d. Dari PT. Wibowo Padmo Kencono, perlu adanya sosialisasi mengenai laboratorium melalui seminar, frekuensinya tergantung kebutuhan industri kecil obat tradisional.

6.2.2 Rekomendasi terhadap iklan

- a. Dari Kasi Obat Tradisional dan Kosmetika Dinkes Propinsi Jawa Timur, iklan dalam bentuk *leaflet*, brosur sudah pernah tapi untuk Balai Besar POM Surabaya sudah secara keseluruhan.
- b. Dari a.n Kasubdin Farmakmin Dinkes Propinsi Jawa Timur, iklan mengenai Balai Besar POM Surabaya secara keseluruhan sudah pernah ada waktu seminar.

- c. Dari Kabid Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, iklan mengenai laboratorium itu sendiri belum terpikirkan oleh karena tupoksi dari Balai Besar POM Surabaya sebagai pengawas, sedangkan jasa pengujian dari pengusaha kecil obat tradisional merupakan tugas tambahan.
- d. Dari PT. Wibowo Padmo Kencono, saya mengharapkan iklan melalui *leaflet*, yang berisi alur pengujian laboratorium, besarnya tarif, dan tulisan harga bisa berubah setiap saat dan masing-masing laboratorium ada loketnya.
- e. Dari PT. Heptasari Unggul, kalau memungkinkan perlu adanya iklan dalam bentuk *leaflet* ataupun brosur.

6.2.3 Rekomendasi terhadap diskon

- a. Dari Kabid Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, Laboratorium Balai Besar POM Surabaya tidak bisa berbuat apa-apa karena tarif sudah ditentukan dari pusat (Badan POM) selain itu tupoksi Balai Besar POM Surabaya sebagai pengawas jadi belum memikirkan memberikan diskon oleh karena pengujian dari pihak III pengusaha kecil obat tradisional hanya sebagai tugas tambahan.
- b. Dari pengguna obat tradisional, sebaiknya Balai Besar POM Surabaya itu memberikan diskon karena katanya teman saya tarifnya mahal sekali Rp. 600.000,- untuk pengujian mikro saja.
- c. Dari PT. Heptasari Unggul, karena tarif sekarang ini sangat mahal maka saya harapkan adanya diskon.

6.3 Rekomendasi terhadap *price*, meliputi tarif pengujian

- a. Dari PT. Seger Waras, saya menganggap tariff yang ada saat ini terlalu mahal sehingga saya memilih laboratorium lain yang tarifnya lebih murah, apalagi untuk memperoleh nomor registrasi semua item yang didaftarkan harus diujikan hal terlalu berat bagi pengusaha kecil obat tradisional yang kecil sehingga tarif sebaiknya ditinjau kembali.
- b. Dari PT. Heptasari Unggul, saya rasa tarif yang ada saat ini terlalu mahal. Supaya tidak mengujikan ke laboratorium lain maka sebaiknya tarifnya diturunkan karena banyak pengusaha kecil obat tradisional yang ingin mengujikan produknya untuk mengetahui kualitas.
- c. Dari pengguna obat tradisional, saya beranggapan bahwa Badan Besar POM Surabaya saat ini masih bersifat regulator bukan fasilitator artinya kalau ada laboratorium lain yang tarifnya lebih murah berikan saja kepada mereka, baru kalau tidak bisa menguji bisa ke Laboratorium Balai Besar POM Surabaya.
- d. Dari Kasi Obat Tradisional dan Kosmetika Dinkes Propinsi Jawa Timur, banyak konsumen yang menanyakan apakah bisa diujikan ke laboratorium lain selain Laboratorium Balai Besar POM Surabaya karena tarifnya sangat mahal.
- e. Dari a.n. Kasubdin Farmakmin Dinkes Propinsi Jawa Timur, tarif laboratorium Labkes Surabaya lebih murah karena mendapat subsidi dari Depkes.
- f. Dari Kabid Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, tarif sudah ditetapkan oleh pusat (Badan POM) sehingga Balai Besar POM Surabaya tidak bisa berbuat apa-apa, selain itu karena Laboratorium Balai Besar POM Surabaya

sudah terakreditasi sehingga metode yang digunakan adalah metode baku yang biayanya sangat tinggi oleh karena itu tarifnya mahal.

- g. Dari PT. Wibowo Padmo Kencono, kalau saya mengujikan ke Balai Besar POM Surabaya kok tarifnya mahal padahal di Labkes cuma Rp. 250.000,- kok banyak bedanya.

6.4 Rekomendasi terhadap *process*, meliputi prosedur penanganan sampel dan waktu mengeluarkan hasil uji.

6.4.1 Rekomendasi terhadap prosedur penanganan sampel

- a. Dari PT. Heptasai Unggul, saya pernah mengujikan mikrobiologi saja lamanya lebih dari 3 minggu, setelah saya cek di laboratorium mikrobiologi ternyata sudah selesai 1 minggu sebelumnya, namun hasilnya belum dikirim ke TU Balai Besar POM Surabaya, hal ini menunjukkan prosedur pengujian yang terlalu birokratif. Oleh karena itu untuk hasil uji yang menanda tangani tidak harus Kepala Balai tetapi cukup Kepala Bidang saja.
- b. Dari Kasi Obat Tradisional dan Kosmetika Dinkes Propinsi Jawa Timur, sebaiknya sampel langsung dimasukkan ke laboratorium baru hasil akhirnya ditanda tangani oleh Kepala Bidang supaya prosedurnya tidak panjang.
- c. Dari PT. Wibowo Padmo Kencono, prosedur terlalu rumit supaya disederhanakan.
- d. Dari Kabid Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, kalau dilihat dari luar prosedurnya sudah hampir sama dengan harapan responden namun belum bisa memberi kepastian waktu mengambil hasil uji, hal ini disebabkan oleh mental PNS pada umumnya dan petugas laboratorium pada khususnya yang

maunya ingin dilayani bukan melayani, namun sudah mulai ada perbaikan terhadap proses ini hanya saja membutuhkan waktu yang cukup lama.

- e. Dari PT. Segar Waras, prosedur penanganan sampel di Balai Besar POM Surabaya sangat rumit dan waktunya lama. Saya sampai sering telpon menanyakan hasilnya.

6.4.2 Rekomendasi terhadap waktu mengeluarkan hasil uji.

- a. Dari PT. Seger Waras, perlu adanya kepastian waktu mengambil hasil uji.
- b. Dari PT. Heptasari Unggul, perlu adanya kepastian waktu mengambil hasil uji.
- c. Dari Kabid Pengujian I Balai Besar POM Surabaya, lamanya waktu mengeluarkan hasil uji disebabkan oleh karena mental PNS pada umumnya dan petugas laboratorium pada khususnya yang hanya ingin dilayani bukan melayani, namun Balai Besar POM Surabaya sudah mulai melakukan perbaikan proses hanya saja membutuhkan waktu yang cukup lama.
- d. Dari PT. Wibowo Padmo Kencono, menurut saya waktu mengambil hasil uji itu 1 – 2 minggu kalau > 3 minggu saya mengujikan ke tempat lain saja.