

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Donor Darah**

##### **2.1.1 Pengertian Donor Darah**

Donor darah merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memberikan darah secara sukarela, kemudian diproses kelayakannya dan ditransfusikan kepada seseorang yang membutuhkan. Dalam proses donor darah terdapat beberapa tindakan medis contohnya penyadapan darah dengan menggunakan jarum sebagai saluran untuk menyalurkan darah dari pembuluh darah kedalam kantong darah. Tindakan medis tersebut akan memberikan efek samping pada pendonor yaitu rasa sakit akibat dari penyadapan darah melalui jarum. Karena hal ini masih banyak masyarakat takut akan donor darah (Marsya & Anggraita, 2016).

Aktivitas donor darah merupakan salah satu kewajiban setiap masyarakat sebagai bentuk kepedulian kepada orang lain. Akan tetapi masih banyak sekali masyarakat yang kurang mengerti manfaat dari donor darah itu sendiri. Bahkan terdapat beberapa orang yang enggan mendonorkan darahnya karena khawatir terhadap efek samping yang ditimbulkannya. Padahal jika seseorang melakukan donor darah maka sel-sel darah didalam tubuhnya akan menjadi lebih cepat berganti dengan sel-sel darah yang baru (Anisya & Sonita, 2019)

### 2.1.2 Syarat Donor Darah

Sebelum seseorang melakukan donor darah maka ia diwajibkan untuk memenuhi beberapa persyaratan donor darah, guna menjaga keselamatannya. Adapun syarat-syarat donor darah menurut (Permenkes No. 91, 2015) yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Syarat Donor Darah.

<b>Kriteria</b>	<b>Persyaratan</b>
Usia	Usia minimal 17 tahun. Pendonor pertama kali dengan umur <60 tahun dan pendonor ulang umur >65 tahun dapat menjadi pendonor dengan perhatian khusus berdasarkan pertimbangan medis kondisi kesehatan.
Berat badan	Donor darah lengkap: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <math>\geq</math> 55 kilogram untuk penyumbangan darah 450 mL</li> <li>- <math>\geq</math> 45 kilogram untuk penyumbangan darah 350 mL</li> </ul> Donor darah apheresis: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <math>\geq</math> 55 kilogram</li> </ul>
Tekanan darah	Sistolik : 90 hingga 160 mmHg Diastolik : 60 hingga 100 mmHg Dan perbedaan antara sistolik dengan diastolik lebih dari 20 mmHg
Denyut nadi	50 hingga 100 kali per menit dan teratur
Suhu tubuh	36,5-37,5 °C
Hemoglobin	12,5-17 g/dl

### 2.1.3 Manfaat Donor Darah

Salah satu manfaat dari donor darah yaitu membantu mengurangi resiko terkena penyakit serangan jantung dan masalah jantung lainnya. Dalam sebuah penelitian menunjukkan, mendonorkan darah akan mengurangi kelebihan zat besi didalam tubuh. Kelebihan zat besi akan membuat kolesterol jahat (LDL) dan

membentuk antikoolesterol (plak lemak yang akan menyumbat pembuluh darah) (Arini, 2018).

Donor darah yang dilakukan rutin setiap tiga bulan sekali akan menyebabkan tubuh terpacu untuk memproduksi sel-sel darah merah baru. Fungsi dari sel-sel darah merah sendiri yaitu untuk oksigenisasi dan mengangkut sari-sari makanan. Dengan begitu fungsi darah menjadi lebih baik, sehingga donor menjadi lebih sehat. Selain itu, kesehatan seorang pendonor akan terus terpantau karena setiap kali donor akan dilakukan pemeriksaan kesehatan dan pemeriksaan uji saring darah terhadap infeksi menular lewat transfuse darah (Arini, 2018)

Manfaat lain dari donor darah yaitu pendonor akan mendapatkan kesehatan psikologis karena menyumbangkan hal yang tidak ternilai harganya terhadap seseorang yang sangat membutuhkan. Dalam sebuah penelitian didapatkan orang usia lanjut yang rutin melakukan donor darah akan merasakan tetap berenergi dan bugar (Arini, 2018)

## **2.2 Pelayanan Donor Darah**

### **2.2.1 Pengertian Pelayanan Donor Darah**

Pelayanan transfusi darah merupakan upaya pelayanan kesehatan yang memanfaatkan darah manusia sebagai bahan dasar dengan tujuan kemanusiaan dan tidak untuk tujuan komersial. Darah dilarang diperjual belikan dengan dalih apapun. Pelayanan transfusi darah sebagai salah satu upaya kesehatan dalam rangka penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan sangat membutuhkan ketersediaan darah atau komponen darah yang cukup, aman, mudah diakses dan terjangkau oleh masyarakat. Pemerintah bertanggung jawab atas pelaksanaan

pelayanan transfusi darah yang aman, bermanfaat, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Permenkes RI, No 91, Tahun 2015).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang kedokteran khususnya dalam teknologi pelayanan darah, pengolahan komponen darah dan pemanfaatannya dalam pelayanan kesehatan harus memiliki landasan hukum sebagai konsekuensi asas negara berlandaskan hukum. Oleh karena itu dalam rangka memberikan perlindungan kepada masyarakat, pelayanan darah hanya dilakukan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kompetensi dan kewenangan, dan hanya dilaksanakan pada fasilitas pelayanan kesehatan yang memenuhi persyaratan (Permenkes RI, No 91, Tahun 2015).

Pelayanan yang baik terhadap pelayanan donor darah harus dilakukan oleh petugas yang dinyatakan kompeten. Hal ini dilakukan agar pendonor darah bersedia menjadi donor darah sukarela yang rutin melakukan donor darah, sehingga kebutuhan darah di Indonesia akan terus terpenuhi. Strategi yang dapat digunakan petugas yaitu melakukan pelayanan yang aman dan meminimalisir resiko. Pelayanan yang memuaskan ini akan meningkatkan ketersediaan donor darah sukarela (Astuti & Artini, 2019).

### **2.2.2 Pelayanan Donor Darah di Indonesia**

Dalam penelitian yang berjudul “*Hubungan Komunikasi Efektif dengan Kepuasan Pendonor Darah dalam Pelayanan Seleksi Donor di Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia Kota Yogyakarta*” kepuasan pendonor dapat diwujudkan oleh pelayanan yang bermutu yang dilakukan oleh petugas kesehatan. Dalam dimensi mutu, dimensi informasi merupakan salah satu komponen yang

wajib dipenuhi agar pelayanan bisa dikatakan baik dan bermutu. Komunikasi efektif merupakan salah satu cara meningkatkan persepsi pendonor tentang pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh petugas. Dalam penelitian tersebut masih terdapat 50% penerapan komunikasi efektif yang dilakukan oleh petugas. Padahal bentuk pelayanan tersebut mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pendonor (Astuti & Artini, 2019)

### **2.2.3 Karakteristik Pelayanan Jasa**

Menurut Kolter dan Keller (2009:1) terdapat beberapa karakteristik pelayanan jasa yaitu :

1. Intangible (tidak berwujud) artinya produk yang dihasilkan tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum dibeli
2. Inseparability (tidak terpisahkan) artinya jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Karena klien juga hadir pada saat jasa dihasilkan, interaksi antara penyedia jasa dan klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa
3. Variability (bervariasi) artinya siapa, kapan dan dimana jasa diberikan sangat bervariasi.
4. Perishability (tidak tahan lama) artinya jasa tidak dapat disimpan.

### **2.2.4 Etika Pelayanan**

Etika dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan kebiasaan yang mengarah terhadap perbuatan yang benar. Sebagai penjual jasa masyarakat membutuhkan pelayanan yang baik melalui sikap ramah dan sopan dari para

petugas. Adapun ketentuan yang diatur dalam etika secara umum anatar lain (Nurhadi, 2018):

1. Sikap dan perilaku yang baik. Sikap dan perilaku merupakan bagian terpenting dalam etika pelayanan. Dalam praktiknya sikap dan perilaku harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.
2. Penampilan. Arti penampilan secara keseluruhan yaitu dimulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak gerik, sikap dan perilaku.
3. Cara berpakaian. Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian nercis dan rapi. Petugas diwajibkan memakai seragam jika telah diberikan oleh perusahaan.
4. Cara bicara. Cara bicara merupakan bentuk komunikasi petugas terhadap konsumen. Hal ini penting karena karyawan harus berbicara tentang apa yang diinginkan konsumen.
5. Gerak gerik. Gerak gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, pergerakan anggota badan, dan pergerakan kaki
6. Cara bertanya. Petugas harus kreatif dalam bebrbicara sehingga konsumen berkenan untuk berkomunikasi.

## **2.3 Kualitas Pelayanan**

### **2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan ukuran bagi pelanggan untuk menilai seberapa bagus layanan yang diberikan dan sesuai dengan intensi pelanggan. Kualitas pelayanan harus melayani pelanggan dengan memenuhi

kebutuhan/keperluan dan kemauan pelanggan serta penyampaian yang tepat dalam menyampaikan intensi pelanggan (Indrasari, 2017).

Terdapat tiga factor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yang pertama yaitu petugas harus menjaga dan memperhatikan pelanggan dan dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh para pelanggan. Selanjutnya yang kedua yaitu spontanitas seorang petugas dalam menunjukkan keinginannya untuk menyelesaikan sebuah masalah yang sedang dihadapi oleh pelanggan. Dan yang terakhir yaitu petugas mampu menyelesaikan masalah sesuai dengan standart yang ditetapkan oleh perusahaan (Indrasari, 2017).

### **2.3.2 Aspek Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen, instansi mampu mengukur tingkat kinerja petugas yang telah dicapai. Terdapat lima aspek kualitas layanan yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yaitu (Sasongko et al., 2013):

1. Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan seorang petugas dalam memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dimensi ini merupakan bentuk skil petugas yang baik sesuai dengan janji perusahaan
2. Assurance (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan seorang petugas dalam memberikan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini sangat penting bagi penyelenggara

pelayanan jasa karena pelanggan memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi sehingga pelanggan akan merasa aman dan terjamin

3. Tangible (berwujud) yaitu berupa petugas, sarana dan prasarana. Dimensi ini menggambarkan sebuah wujud nyata dari sebuah pelayanan yang akan diterima oleh pelanggan.
4. Empathy (empati) yaitu kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh petugas kepada pelanggan. Dimensi ini menunjukkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan secara special dan kebutuhan pelanggan dapat dipahami dan terpenuhi
5. Responsiveness (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan seorang petugas dalam membantu pelanggan secara cepat. Dimensi ini menentukan sebuah perhatian dan ketepatan seorang petugas ketika mendapatkan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

### **2.3.3 Standart Kualitas Pelayanan**

Menurut Gronroos terdapat enam unsur menilai standart kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut (Sasongko et al., 2013):

1. Pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa (service provider), petugas, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang nantinya berguna dalam memecahkan masalah pelanggan secara professional
2. Pelanggan merasa bahwa petugas (contact personal) memberi perhatian terhadap mereka, dan petugas selalu berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka dengan senang hati



3. Pelanggan merasakan penyedia jasa, dan system operasionalnya terkonsep dan terealisasikan dengan mudah. Sehingga bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.
4. Pelanggan menyadari jika terjadi sesuatu maka dapat mempercayakannya kepada penyedia jasa
5. Pelanggan menyadari bahwa jika terdapat kesalahan maka penyedia jasa mampu mengambil tindakan secara cepat untuk mengendalikan situasi dan dapat memecahkan masalah tersebut dengan tepat
6. Pelanggan meyakini bahwa penyedia jasa dapat dipercaya

## **2.4 Kepuasan Pelayanan**

### **2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelayanan**

Kepuasan pelanggan adalah efek rasa yang timbul akibat membandingkan hasil kinerja yang diharapkan terhadap ekspektasi pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan terjadi jika kinerja yang didapatkan kurang dari harapan, dan kepuasan pelanggan bisa terjadi jika kinerja yang didapatkan sudah memenuhi dari harapan yang diinginkan. Perasaan sangat puas dan bahagia terjadi jika kinerja yang diperoleh pelanggan melebihi dari apa yang mereka harapkan. Tercapai atau tidaknya kepuasan terlihat dari ungkapan rasa senang atau kecewa dari pelanggan dengan cara membandingkan apa yang mereka harapkan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan (Indrasari, 2017).

Menurut (Nugroho dalam Lieana & Fuad, 2020) kepuasan pelanggan dianggap sangat penting dalam meningkatkan kinerja dalam instansi yang kompetitif. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam

meningkatkan kinerja pelayanan dalam suatu instansi. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas menggunakan pelayanan yang diberikan kembali dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal maka mendorong terciptanya loyalitas di hati pelanggan tersebut.

#### **2.4.2 Faktor Menentukan Tingkat Kepuasan**

Dalam PERMENPAN 14/17 untuk menentukan tingkan kepuasan terdapat beberapa faktor, yaitu :

1. Persyaratan

Persyaratan adalah syarat yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif

2. Sistem, Mekanisme, dan Prosedur

Prosedur adalah tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan

3. Waktu Penyelesaian

Waktu Penyelesaian adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan

4. Biaya/Tarif

Biaya/Tarif adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat.

5. Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan

Produk spesifikasi jenis pelayanan adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Produk pelayanan ini merupakan hasil dari setiap spesifikasi jenis pelayanan.

#### 6. Kompetensi Pelaksana

Kompetensi Pelaksana adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan pengalaman.

#### 7. Perilaku Pelaksana

Perilaku Pelaksana adalah sikap petugas dalam memberikan pelayanan.

#### 8. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan

Penanganan pengaduan, saran dan masukan, adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut

#### 9. Sarana dan prasarana

Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek). Sarana digunakan untuk benda yang bergerak (komputer, mesin) dan prasarana untuk benda yang tidak bergerak (gedung).

### **2.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan**

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku Total Quality Management ada terdapat metode yang dapat digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan, diantaranya (Indrasari, 2017):

1. Sistem Keluhan dan Saran

Dari metode tersebut perusahaan akan mendapatkan informasi dan dapat memberikan ide-ide untuk mengatasi permasalahan yang ada

2. Ghost Shopping

Dari metode ini perusahaan akan mendapatkan beberapa informasi dari pihak competitor dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi. Selain itu perusahaan dapat mengetahui cara penanganan setiap keluhan

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan sebaiknya menghubungi pelanggan yang berhenti menggunakan produk dari perusahaan untuk mendapatkan informasi yang nantinya bisa digunakan sebagai bahan evaluasi

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Dari metode ini perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan

### **2.4.4 Indikator Kepuasan Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam buku yang ditulis oleh Indrasari Pada umumnya kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yaitu (Indrasari, 2017):

1. Kesesuaian Harapan

Terpenuhinya harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasakan kepuasan dari suatu produk jasa atau barang yang diberikan

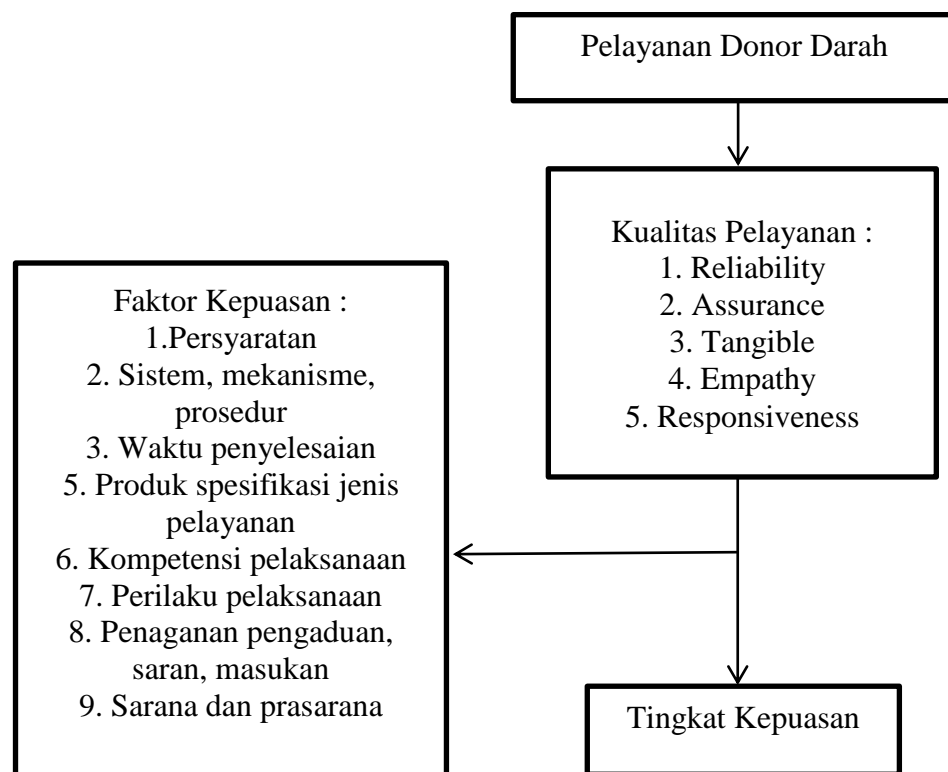
## 2. Minat Berkunjung Kembali

Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting yang perlu diperhatikan oleh penyedia layanan jasa karena mempunyai hubungan yang sangat positif dengan keberlangsungan hidup dari instansi yang dikelola dan hal ini juga dapat menarik pelanggan baru

## 3. Kesiediaan Merekomendasikan

Pelanggan yang senantiasa merekomendasikan pengalamannya untuk orang lain atas apa yang mereka peroleh dari kualitas produk, pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh instansi tersebut

## 2.5 Kerangka Teori



Gambar 2. 1 Kerangka Teori