

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Donor Darah

2.1.1 Definisi

Donor darah adalah tindakan pengambilan darah dari tubuh kita untuk di transfusikan kepada orang lain¹. Tranfusi darah diberikan untuk orang yang mengalami cedera berat maupun orang yang akan melakukan operasi. Tranfusi darah juga bisa digunakan untuk penyembuhan penyakit dan orang yang tidak bisa memproduksi darah dengan benar. Darah yang ditranfusikan untuk pasien bisa berbentuk darah lengkap atau komponen darah. Unit Transfusi Darah yang disingkat UTD adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan donor darah, penyediaan darah, dan pendistribusian darah di Indonesia¹.

2.1.2 Syarat Donor Darah

Seleksi donor darah dilakukan dengan tujuan untuk melindungi kesehatan donor dengan memastikan bahwa donasi tersebut tidak berbahaya bagi kesehatannya, dan melindungi pasien dari resiko penyakit menular atau efek merugikan lainnya². Pemeriksaan pendonor harus dilakukan secara rahasia melalui pengisian kuisioner dan juga pemeriksaan fisik yang dilakukan oleh tenaga kesehatan. Kriteria seleksi donor yang relevan dengan kondisi masyarakat harus dibuat dan dikaji ulang secara teratur sesuai dengan hasil surveilans epidemiologi populasi

pendonor yang berkesinambungan dan penilaian atas ancaman terhadap keamanan darah di tingkat lokal dan internasional yang baru³.

a. Usia

Usia minimal pendonor 17 tahun dan maksimal 65 tahun. Pendonor pertama dengan umur <60 tahun menjadi pendonor dengan perhatian khusus dan juga dilihat dari kondisi kesehatan.

b. Berat Badan

≥45 kilogram volume darah yang di donorkan 350ml.

≤45 kilogram volume darah yang di donorkan 450ml.

≥55 kilogram untuk donor darah apheresis .

c. Tekanan Darah

Sistolik 90 mm Hg - 160 mm Hg.

Diastolik 60 mm Hg - 100 mm Hg.

d. Denyut Nadi

Untuk denyut nadi 50 sampai 100 kali per menit dan denyut nadi harus teratur.

e. Suhu Tubuh

Untuk suhu tubuh 36,5 – 37,5° C .

f. Hemoglobin

Minimal hemoglobin 12,5 g/dL.

Maksimal hemoglobin 17 g/Dl.

g. Kondisi Donor

Kondisi pendonor yang tidak diperbolehkan untuk melakukan donor darah adalah pendonor yang mengalami Anemia, sianosi, jaundice, dispepsia, minum alkohol.

2.1.3 Jenis Donor Darah

Menurut Permenkes, 2015 jenis pendonor darah dibedakan berdasarkan motivasi donor hanya terdapat empat jenis donor yang diperbolehkan³:

a. Donor sukarela

Donor sukarela adalah pendonor yang memberikan darah, plasma atau komponen darah lainnya atas kehendaknya dan tidak menerima pembayaran, baik dalam bentuk tunai atau hal lainnya sebagai pengganti uang. Hal ini termasuk izin tidak masuk kerja, kecuali jika diperlukan waktu yang masih dianggap wajar untuk perjalanan ke tempat penyumbangan darah. Pendonor sukarela dapat diberikan hadiah kecil, makanan dan minuman serta penggantian biaya transportasi langsung dalam keadaan tertentu.

b. Donor keluarga/pengganti

Donor pengganti adalah pendonor yang memberikan darahnya ketika dibutuhkan oleh anggota keluarganya atau masyarakat.³

c. Donor bayaran

Donor pengganti adalah pendonor yang memberikan darahnya ketika dibutuhkan oleh anggota keluarganya atau masyarakat.³

d. Donor plasma khusus

Donor plasma khusus adalah pendonor plasmapheresis untuk memenuhi kebutuhan bahan baku pembuatan derivat plasma melalui fraksionasi. Pendonor merupakan pendonor sukarela namun dapat diberikan kompensasi berupa penggantian biaya transportasi langsung dan/atau pelayanan pemeliharaan kesehatan.³

2.1.4 Manfaat Donor Darah

- a. Donor darah dapat menimbulkan kesenangan dan kepuasan batin bagi pendonor karena telah menjadi penolong sesama (Infodatin RI.18).
- b. Mengetahui kesehatan pendonor secara rutin setiap kali menyumbangkan darah. Pemeriksaan kesehatan meliputi pemeriksaan kadar hemoglobin, tekanan darah, keadaan umum, serta kemungkinan tertular terhadap infeksi HIV, Hepatitis B, Hepatitis C dan Sifilis (Infodatin RI, 2018).
- c. Menjaga kadar zat besi di dalam tubuh tetap normal,berlebihnya zat besi di dalam tubuh dapat bersifat radikal bebas yang dapat memicu berbagai penyakit (Infodatin RI, 2018).
- d. Meregenerasi sel-sel darah baru yang memiliki kapasitas pengangkutan oksigen lebih baik lagi (Infodatin RI, 2018).

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki arti yang sangat beragam. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya

sesuatu, sedangkan menurut Joseph Juran dalam (Agustina, 2015) mendefinisikan kualitas sebagai “fitness for purpose” definisi ini didasari oleh definisi kualitas itu sendiri, dimana dapat diartikan sebagai “memenuhi persyaratan ”atau“ kesesuaian terhadap kebutuhan”. Pengertian lain menyebutkan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (full customer satisfaction) yang dikemukakan oleh Feigenbaum dalam (Agustina, 2015) pendapat tersebut mengandung arti bahwa suatu layanan akan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan. Kemudian menurut The International Standards Organization (ISO), kualitas adalah "totalitas fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik dari produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu atau kebutuhan yang tersirat".⁴Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian kebutuhan konsumen yang di nilai dari ketepatan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

2.2.2 Tujuan Kualitas Pelayanan

Pelayanan terhadap konsumen sangatlah berpengaruh bagi suatu instansi.

Tujuan dari sebuah pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut :

- a. Memberi kepercayaan terhadap konsumen dengan produk yang kita tawarkan agar mendapat hasil yang sesuai dengan harapan kitan dan konsumen.
- b. Menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.

- c. Memenuhi kebutuhan konsumen.
- d. Untuk mempertahankan konsumen.

Sedangkan Moenir (1998:26) menyatakan bahwa hakekat pelayanan adalah serangkaian kegiatan, karena itu ia merupakan proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.⁵

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi mutu pelayanan kesehatan menurut (Iman & Lena, 2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dengan enam dimensi sebagai berikut :

- a. Aman dan Keselamatan(patient safety)

Suatu tindakan yang memberikan rasa aman dalam kebutuhan pelayanan kesehatan yang meminimalkan risiko dan mengutamakan keselamatan pengguna layanan (Iman & Lena, 2017).

- b. Efektifitas (effectiveness)

Pemberian pelayanan kesehatan harus berdasarkan pada ilmu pengetahuan, berbasis bukti dan hasil dalam peningkatan hasil kesehatan yang lebih baik untuk individu dan masyarakat, berdasarkan pada kebutuhan (Iman & Lena, 2017).

- c. Berpusat pada pasien (patient centerdness)

Suatu tindakan pelayanan kesehatan yang berpusat pada pasien harus didasarkan pada rasa respek, responsif, kecenderungan pasien

sebagai individu, kebutuhan pasien dan nilai-nilai sebagai pasien adalah sebagai pedoman untuk segala keputusan klinis (Iman & Lena, 2017).

d. Tepat waktu / dapat diakses (acesible)

Suatu tindakan pelayanan kesehatan yang diberikan dengan tepat waktu saat pasien membutuhkan dan disertai dengan keterampilan dan sumber daya sesuai dengan pengaturan medis yang dibutuhkan yang sesuai dengan prosedur (Iman & Lena, 2017).

e. Efisiensi(efficient)

Penghindaran dari tindakan pemborosan, termasuk peralatan, sumberdaya, suplai, ide-ide dan energi. Dalam sistem pelayanan kesehatan yang efisien, sumber daya digunakan untuk mendapatkan nilai terbaik dari pengeluaran / uang yang dibelanjakan (Iman & Lena, 2017).

f. Keadilan (equity)

Suatu tindakan yang mampu memberikan perawatan kesehatan bagi semua orang tidak memandang karakteristik pribadi seperti jenis kelamin, ras, etnis, lokasi geografis, atau status sosial ekonomi (Iman & Lena, 2017).

2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Yulianto (2017). Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Keterampilan dan profesionalisme

Tingkat kemampuan, keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada konsumen.

2. Perilaku dan sikap karyawan

Sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.

3. Flexibilitas dan kenyamanan

Kenyamanan lingkungan seperti kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada konsumennya.

4. Kepercayaan dan kehandalan

Kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan memuaskan konsumen.

5. Pemulihan layanan

Kemampuan dan kemudahan petugas dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para konsumennya.

6. Cakupan layanan

Fasilitas-fasilitas pendukung yang disediakan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para konsumen.

7. Kredibilitas dan reputasi

Kemampuan penyedia layanan untuk memuaskan konsumennya, sehingga selalu dipertimbangkan konsumen untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

2.3 Kepuasan Pendorong

2.3.1 Definisi Kepuasan

Kepuasan merupakan salah satu konsep utama dalam bidang pemasaran. Menurut (Oliver R. L., 1980) kepuasan merupakan keadaan psikologis ketika harapan bertemu dengan perasaan yang dialami oleh konsumen atas pengalaman mereka dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau layanan jasa. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang mampu berdampak terhadap sikap pelanggan, dan ini akan berlanjut mempengaruhi perilaku pembelian secara berulang (Oliver R. L., 1980). Menurut (S. C. Chen, 2012) semakin tinggi kepuasan seseorang maka semakin positif sikap yang dimiliki konsumen.⁵

Menurut Kotler dan Keller (dalam Tangguh, 2018), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diperoleh ataupun dirasakan oleh pelanggan, sementara itu menurut Kotler dan Keller (dalam Tangguh, 2018) “Merek adalah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing”. Sementara itu citra merek didefinisikan sebagai pandangan atau penilaian oleh setiap individu tentang suatu produk atau merek.⁶

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pendonor adalah respon yang diberikan berupa perasaan senang maupun tidak dari hasil perbandingan.

2.4. Pengukuran Kepuasan

kepuasan pendonor dapat diukur setelah mereka merasakan setelah menggunakan barang atau jasa. Hal tersebut dapat di ketahui sejauh mana harapan konsumen terpenuhi. Menurut Kotler dan Amstrong (2012), ada empat caranya yang bisa diperlukan untuk pengukuran rasa puas konsumen ialah:

a. Sistem keluhan dan saran

Bagi para pengguna layanan diberikan kesempatan untuk menyampaikan keluhan, pendapat maupun saran pada pihak penyedia layanan secara langsung oleh

b. Survei kepuasan pelanggan

Hal paling umum yang paling banyak dilaksanakan dengan tujuan untuk tahu tingkatan rasa puas konsumen. Metode survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan survei, baik melalui pos, telepon, email.

c. Ghost Shopping

Salah satu bentuk observasi yang memakai jasa orang yang menyamar sebagai pelanggan atau pesaing untuk dapat memperhatikan aspek - aspek kualitas pelayanan.

d. Analisa pelanggan yang hilang (Lost Costumes Analisis)

Pelaksanaannya ialah dengan menghubungi kembali pelanggan yang sudah beberapa waktu tak mengunjungi atau menggunakan jasa layanan pada perusahaan itu dikarenakan sudah beralih ke pesaing, selain itu perusahaan bisa memberikan pernyataan alasan beralihnya pelanggan itu.

2.5 Dimensi kepuasan

Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam Bustami (2011) terdapat lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan pemberi pelayanan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpati dan dengan akurasi yang tinggi, memberikan informasi yang akurat. Sehingga keterampilan, kemampuan dan penampilan dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan sesuai dengan apa yang ditetapkan sehingga menimbulkan rasa percaya pasien terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Assurance (Kepastian/Jaminan) yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki petugas kesehatan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Asuransi diartikan sebagai salah satu kegiatan menjaga kepastian atau menjamin keadaan dari apa yang dijamin atau suatu indikasi yang menimbulkan rasa kepercayaan.
3. Tangible (Penampilan Fisik) atau Kemampuan pemberi pelayanan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, dimana penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan disekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yaitu meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) dan penampilan pegawai serta media komunikasi.

Penampilan fisik (Tangible) ini berkaitan dengan fasilitas dan peralatan seperti penampilan fisik fasilitas kesehatan, petugas maupun sarannya, kenyamanan, kebersihan, kelengkapan alat periksa, ruangan, obat yang diberikan merupakan faktor penting untuk menarik pasien yang dapat menjamin kelangsungan berobat.

4. Empathy (Kemampupahaman) yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pasien. Disamping itu, empati dapat diartikan sebagai harapan pasien yang dinilai berdasarkan kemampuan petugas dalam memahami dan menempatkan diri pada keadaan yang dihadapi atau dialami pasien. Sikap petugas yang sabar dan telaten dalam menghadapi pasien cukup memberikan harapan yang baik kepada pasien, disamping itu petugas memiliki rasa hormat, bersahabat, memahami keadaan yang dialami pasien dengan baik merupakan harapan para pasien.
5. Responsiveness (Ketanggapan), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat pada pasien, dengan menyampaikan informasi yang jelas, jangan membiarkan pasien menunggu tanpa adanya suatu alasan yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.⁷

2.6 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Hayaza (2013) menyatakan adapun beberapa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain:

a. Karakteristik Pelanggan

Karakteristik pelanggan berupa nama, umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, ras, suku bangsa, agama, pekerjaan dan lain sebagainya.

b. Sarana Fisik

Seperti gedung pelengkapan, seragam petugas dan sarana komunikasi yang menjadi bukti fisik yang dapat dilihat pelanggan.

c. Jaminan

Sikap yang dimiliki oleh petugas dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pengetahuan yang dimilikinya, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya serta komunikasi yang baik.

d. Kepedulian

Suatu tindakan yang memahami kebutuhan pasien dengan membangun komunikasi yang baik.

e. Kehandalan

Pemberian pelayanan yang cepat dan tanggap serta memuaskan pelanggan.