

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pelayanan Transfusi Darah

2.1.1 Pengertian Pelayanan Transfusi Darah

Menurut Kemenkes RI (2015) dalam Permenkes no 91 tahun 2015 menjelaskan “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.

Pelayanan kesehatan harus memiliki landasan hukum sebagai konsekuensi asas negara. Oleh karena itu dalam 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. Pengamanan pelayanan transfusi darah harus dilakukan pada tiap tahap kegiatan mulai dari pengarahan seleksi donor dan peledstarian pendonor darah, pengambilan dan pelabelan darah pendonor, penyimpanan darah dan pemusnahan darah, pendistribusian darah, penyaluran dan penyerahan darah, serta tindakan medis pemberian darah kepada pasien.

2.1.2 Prosedur Umum Pelaksanaan Transfusi Darah

Berikut ini langkah-langkah yang sebaiknya diikuti petugas medis yang bertugas dalam pelaksanaan transfusi darah:

1. Tidak dilakukan pada malam hari, kecuali darurat.
2. Pemberian semua komponen darah harus menggunakan transfusion set.
3. Pasang tranfusion set dan salin sebelum minta darah donor.
4. Siapkan rekam medik transfusi dan isilah dengan lengkap.
5. Cocokkan identitas pasien dan label kantong darah dikerjakan oleh dua orang perawat senior.
6. Ukur tanda vital dan catat di rekam medik transfusi, perawat pelaksana menulis nama terang dan tanda tangan.
7. Dalam 30 menit darah donor keluar dari lemari pendingin bank darah, transfusi harus sudah dilaksanakan.
8. Kantong darah donor dibolak-balikkan dan tidak perlu dihangatkan, kecuali pada transfusi masif.
9. Perawat menerangkan tanda dan gejala reaksi transfusi, bila gejala muncul pasien atau keluarga lapor kepada perawat.
10. Dalam 15 menit pertama kecepatan 10 tetes per menit dan perawat tetap menunggu pasien untuk mengamati gejala reaksi transfusi yang mungkin muncul.
11. Bila muncul gejala reaksi transfusi, hentikan transfusi, periksa dan catat tanda vital di rekam medik, dan lapor ke dokter.
12. Bila aman, tidak ada hipovolemia dan jantung baik kecepatan 20-40 tetes per menit, 1 kantong darah (PRC/WB) selesai dalam 2-3 jam, maksimal 4 jam.

2.2. Seleksi Donor

1.2.1 Pengertian Seleksi Donor

Seleksi donor adalah suatu kegiatan yang dilakukan pendonor ketika akan melakukan donor darah. Pada seleksi donor, pendonor mengisi data pada formulir kuesioner donor yang telah disediakan. Formulir tersebut berisi biodata pendonor dan riwayat kesehatan calon pendonor berupa kuesioner (Permenkes no. 91 tahun 2015).

1.2.2 Tujuan Seleksi Donor

Tujuan diadakannya seleksi donor yaitu untuk melindungi kesehatan donor, dan melindungi resipien dari resiko penyakit menular dan efek merugikan lainnya.

1.2.3 Sarana dan Prasarana yang diperlukan

Perlengkapan yang dibutuhkan saat seleksi donor darah antara lain: timbangan badan, tensi meter, alat periksa HB, alat periksa golongan darah, ruangan yang nyaman, formulir, alat tulis, kursi, meja.

1.2.4 Standart Prosedur Seleksi Donor

1. Pendonor mengisi formulir, kuisisioner, dan inform consent
2. Pendonor melakukan registrasi
3. Pemeriksaan dokter yang meliputi : berat badan, pemeriksaan sederhana (HB, tekanan darah), dan memastikan pendonor memahami dan menandatangani *inform consent*.

2.2.5. Kriteria Seleksi Donor Darah

Ditetapkan kriteria seleksi donor yang berfungsi melindungi baik donor maupun resepien, antara lain:

1. Usia minimal 17 thn, maksimal 65 thn

2. Berat badan \pm 55 kilogram untuk penyumbang darah 450mL, \pm 45 kilogram untuk penyumbang darah 350mL
3. Tekanan darah: sistolik 90-160 mm Hg, diastolik 60-100 mm Hg
4. Denyut nadi 50-100 kali permenit dan teratur
5. Suhu 36,5 – 37,5°C
6. Hemoglobin 12,5 hingga 17 g/dL

2.3. Kepuasan

1.3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan adalah inti dari pemasaran yang berorientasi kepada pelanggan. Pelayanan yang memuaskan dan berkualitas akan membentuk loyalitas pelanggan, dan kepuasan sangat erat hubungannya dengan "*word of mouth*", maka pelayanan yang memuaskan tersebut juga akan mendatangkan pelanggan baru. Efek selanjutnya akan berlanjut pada proses terbentuknya citra unit yang meningkat (Rangkuti, 2006).

1.3.2 Manfaat Kepuasan

Beberapa manfaat kepuasan menurut Irene (2009) adalah:

1. Kepuasan pelanggan merupakan sarana untuk menghadapi kompetisi dimasa yang akan datang.
2. Kepuasan pelanggan merupakan promosi terbaik.
3. Kepuasan pelanggan merupakan aset perusahaan terpenting.
4. Kepuasan pelanggan menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

5. Pelanggan makin kritis dalam memilih produk.
6. Pelanggan puas, akan datang kembali.
7. Pelanggan yang puas mudah memberikan referensi.

1.3.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan salah satu topik penelitian yang sangat populer dalam paruh kedua dekade 1980an hingga paruh waktu pertama dekade 1990an. Selama periode itu banyak pula berkembang jasa konsultasi dalam hal penelitian dan pengukuran kepuasan pelanggan.¹⁸ Sifat kepuasan sangat bersifat subjektif, sehingga sulit sekali untuk mengukurnya. Namun, walaupun demikian, tentu saja kita harus tetap berupaya memberikan perhatian kepada pelanggan dengan segala daya.¹⁹ Berikut beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2000): Complaint and suggestion system (Sistem keluhan dan Saran). Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganannya. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

1. Customer satisfaction surveys (survey kepuasan pelanggan), dalam hal perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.
2. Ghost shopping (pembeli bayangan), dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli

misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dari informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri

1.3.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi

Kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan. Pelayanan adalah semua upaya yang dilakukan karyawan untuk memenuhi keinginan pelanggannya dengan jasa yang akan diberikan. Suatu pelayanan dikatakan baik oleh pelanggan, ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan menggunakan persepsi pelanggan tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan). Berikut ada 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.

2. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.

3. Harga

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

4. Faktor Situasional

Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendalipenyedia jasa.

5. Faktor Personal/emotional faktor

Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

1.3.5 Indikator Kepuasan

Kepuasan pelanggan yaitu mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan di bawah harapan maka hasilnya mereka tidak puas dan apabila pelayanan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1999) ada lima indikator kepuasan:

1. Bukti Langsung (*Tangibles*), yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Perhatian (*Empathy*), yaitu berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
3. Keandalan (*Reliability*), yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka,

serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

5. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.