

# Sistem Chat Dan Call Center Informasi Obat Dalam Grup Tanya Obat With Apoteker Di Wilayah Bantul

**Andy Eko Wibowo<sup>1</sup>, Ingenida Hadning<sup>2</sup>, Aji Winata<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,  
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Bantul Yogyakarta, Telephone : (0274) 387656  
e-mail: andyew@umy.ac.id  
DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.53.1109>

## Abstrak

*Banyaknya informasi mengenai obat-obatan yang kurang tepat menjadikan suatu permasalahan di era digital ini. Masyarakat kesulitan mendapatkan informasi yang tepat dan akurat. Untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai obat-obatan maka diterapkan sistem chat dan call center informasi obat dalam grup tanya jawab dengan apoteker.*

*Mitra dalam program ini adalah IYPG (Indonesian Young Pharmacists Group). Program kemitraan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi obat dan alat kesehatan tanpa harus keluar ke pelayanan kesehatan atau mencari sendiri di internet dan membuat pusat informasi obat di Bantul.*

*Luaran yang diharapkan dengan diterapkannya sistem chat dan call center informasi obat bersama mitra kerja yaitu meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai obat-obatan secara tepat dan adanya tempat khusus dalam mendapatkan informasi mengenai obat-obatan.*

*Kata kunci: Call centre, Informasi Obat, Apoteker Bantul*

## Abstract

*The amount of information about medicines that is not appropriate makes a problem in this digital era. It is difficult for the public to obtain precise and accurate information. To increase public knowledge about medicines, a chat system and call center for drug information are implemented in a question and answer group with pharmacists.*

*The partner in this program is IYPG (Indonesian Young Pharmacists Group). This partnership program aims to provide convenience for the public in accessing drug information and medical devices without having to go out to health services or search for themselves on the internet and establish a drug information center in Bantul.*

*The expected outcomes with the implementation of a drug information chat and call center system with partners are increasing public knowledge about drugs appropriately and having a special place to get information about drugs.*

*Keyword: Call center, Drug Information, Bantul Pharmacist*

## Pendahuluan

Memasuki era globalisasi yang semakin maju, peran teknologi dan internet semakin berkembang. Menjadikan setiap kalangan masyarakat mampu mengakses apapun di internet, termasuk informasi mengenai obat-obatan dan alat kesehatan. Namun, tidak semua kalangan masyarakat mampu memilih informasi yang tepat dan benar di internet formasi yang salah akan berakibat fatal untuk masyarakat terutama informasi mengenai obat-obatan dan alat kesehatan. Kesehatan merupakan bagian terpenting dari kesejahteraan masyarakat. Pembangunan kesehatan adalah salah satu upaya pembangunan nasional yang dilaksanakan pada semua bidang kehidupan. Tujuan dari pembangunan kesehatan adalah untuk tercapainya hidup sehat bagi setiap masyarakat dan mewujudkan derajat kesehatan yang optimal. Obat memiliki peranan penting dalam mewujudkan derajat kesehatan di masyarakat, karena obat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam penyembuhan. Obat dapat menyembuhkan namun dapat pula menimbulkan keracunan hingga kematian. Oleh karena itu, obat harus digunakan dengan tepat agar memberikan efek yang baik dan sesuai dengan harapan<sup>1</sup>. Sebagai bentuk jawaban dari permasalahan tersebut, kami berinisiatif dengan menggandeng IYPG untuk membuat pusat informasi obat di kabupaten Bantul dengan sistem call center dan chat sehingga diharapkan masyarakat mendapatkan informasi obat yang akurat, terpercaya dan mudah dijangkau.

Hoaks secara sederhana dimaknai sebagai berita bohong, berita yang tidak sesuai dengan kenyataan. Biasanya, berita tersebut tampil dengan kalimat bombastis, cenderung dibesar-besarkan. Seolah mengandung informasi yang benar, padahal kenyataannya tidak. Ali (2017) menuliskan bahwa meningkatnya persebaran hoaks di Indonesia adalah ketika media sosial

semakin banyak digunakan oleh masyarakat.

Terdapat banyak jenis media sosial, misalkan Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp. Media sosial, atau dalam hal ini media berbasis aplikasi percakapan instan (WhatsApp misalnya), juga menjadi arena persebaran hoaks. Pertanyaan yang sering muncul adalah bagaimana menangkal hoaks atau informasi bohong di era yang bergerak sedemikian cepat ini? Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan, di antaranya meningkatkan literasi masyarakat melalui peran aktif pemerintah, pemuka masyarakat dan komunitas, menyediakan akses yang mudah kepada sumber informasi yang benar atas setiap isu hoaks, melakukan edukasi yang sistematis, dan berkesinambungan serta tindakan hukum yang efektif bagi penyebarannya (Rahadi, 2017).

Pada kajian yang lebih luas, literasi media dipercaya sebagai solusi atas masalah hoaks. Jalan utama untuk menanggulangi hoaks adalah dengan membangun kompetensi publik dalam menghadapi banjir informasi. Usaha membangun kompetensi publik dilakukan melalui literasi media (Gumilar, Adiprasetyo, & Maharani, 2017). Misalkan, literasi media dapat diberikan kepada setiap orang yang duduk di bangku SMA, sebagai kelompok usia yang menggunakan gawai secara intens. Untuk penelitian ini digunakan media call centre dan WA group dengan Apoteker agar masyarakat dalam menyaring informasi yang beredar dan meminimalisir berita hoaks tersebar. Hal ini kami lakukan demi kesehatan masyarakat dan demi kepuasan pelanggan di apotek.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2016) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan kinerja atau hasil suatu produk dalam memberikan tingkat kenikmatan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan (konsumen).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang suatu barang atau jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen walaupun tidak mutlak merupakan hasil kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) definisi dari loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut : "Komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau repatronize produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perilaku switching." Demi kepuasan pelanggan di apotek dan kebutuhan masyarakat maka kami memadahi call center sebagai tempat masyarakat dan pelanggan apotek dapat bertanya mengenai obat-obatan yang beredar.

Call center adalah layanan yang banyak disediakan oleh perusahaan, institusi atau organisasi tertentu untuk menerima telepon, menjawab berbagai pertanyaan pelanggan serta sebagai sarana yang mampu menjembatani perusahaan, institusi atau organisasi dengan para pelanggannya terhadap berbagai informasi yang tersedia dan dibutuhkan oleh pelanggan sekaligus sebagai upaya perusahaan mendekatkan diri pada pelanggan dengan menyediakan sarana interaksi yang tersedia setiap saat.

Berdasarkan analisa situasi pada latar belakang, beberapa hal yang perlu ditangani antara lain:

1. Pengetahuan tentang informasi obat-obatan yang tidak tepat

2. Kesulitan dari masyarakat mendapatkan informasi obat yang tepat
3. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk memperhatikan label pada obat

Berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian memberikan beberapa solusi. Solusi yang diberikan berupa pelayanan chat dan call center untuk mendapatkan informasi mengenai obat maupun alat kesehatan. Sistem chat mudah digunakan setiap orang dan hampir semua masyarakat bisa menggapainya. Sedangkan untuk sistem call center atau pusat panggilan digunakan untuk memberikan kemudahan bukan hanya untuk masyarakat tetapi juga untuk perusahaan atau instansi besar di sekitar Bantul untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai obat dan dengan sistem call center menjadi pusat kontak multichannel yang dapat beroperasi *standby* sehari penuh.

Solusi yang diberikan ini diharapkan memberikan hasil sebagai berikut:

- a. Masyarakat Bantul mendapatkan informasi-informasi akurat terkait obat-obatan, yaitu: cara penggunaan, pantangan dalam mengkonsumsi obat, lama waktu penggunaan, cara penyimpanan yang tepat dll.
- b. Masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi obat atau saat ada pertanyaan mengenai obat atau alat kesehatan, masyarakat mampu mendapatkannya dengan cepat tepat dan terpercaya.

Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memperhatikan label pada obat dan tidak mudah percaya dengan informasi-informasi dan belajar mencari informasi yang benar dan tepat.

### **Metode Pelaksanaan**

Sasaran dalam program ini adalah masyarakat umum di Kabupaten Bantul. Dalam pelaksanaan program ini, hal yang dilakukan adalah pembuatan nomor WhatsApp dan handphone untuk pelayanan sistem chat yang akan dipegang oleh customer service dari para apoteker yang memiliki apotek di bawah naungan IYPG. Database masyarakat dikenalkan dengan program ini, dengan mengirimkan pesan perkenalan kepada masyarakat melalui SMS dan chat WhatsApp. Database yang ada dikumpulkan dalam satu *group* WhatsApp. Setiap dua minggu, akan diadakan seminar dari berbagai kalangan apotek dan akan diberikan informasi mengenai kesehatan dengan media zoom sehingga masyarakat semakin mengenal program ini dan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan dengan memberikan informasi-informasi. Seminar ini dilaksanakan setiap Jumat di minggu kedua dan keempat setiap bulan kepada masyarakat. Seminar ini akan disebarluaskan di *group* WhatsApp dan diikuti oleh pelanggan apotek. Setelah pelaksanaan seminar, kami akan memberikan beberapa kuis terkait dengan materi untuk memastikan bahwa pemahaman mereka sudah sesuai dengan materi yang kita sampaikan. Pelayanan chat diberi rentang waktu kerja yaitu dari jam 07.00 - 21.00 WIB. Sedangkan untuk sistem call center dibuka 24 jam. Kedua sistem ini berada di bawah pantauan Apoteker Penanggung Jawab Apotek untuk memastikan setiap informasi-informasi yang diberikan adalah tepat dan benar.

### **Hasil dan Pembahasan**

Program pengabdian masyarakat yang berjudul “Sistem Chat Dan Call Center Informasi Obat Dalam Grup Tanya Obat With Apoteker Di Wilayah Bantul” ini dilaksanakan sejak April 2022 sampai dengan Januari 2023. Tim pengabdian bekerja sama dengan mitra, yaitu organisasi

Indonesian Young Pharmacists Group (IYPG). Tim pengabdian terdiri atas apt. Andy Eko Wibowo, M.Sc., apt. Ingenida Hadning, M.Sc., dan apt. Aji Winata, M.Sc yang merupakan staf pengajar di Program Studi Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian dan mitra pengabdian mengadakan seminar rutin setiap 2 minggu sekali, setiap hari Jumat di minggu kedua dan keempat.

Kegiatan ini dimulai dengan mengumpulkan para pemateri dari berbagai kalangan owner apotek yang bersedia menjadi pemateri seminar. Terdapat 17 Apotek yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini, yaitu :

Table 1. Daftar Pemateri Seminar

No	Nama Apotek
1	Apotek Berkah Farma
2	Apotek Rejeki Farma
3	Apotek Tugu Lilin
4	Apotek Mitra Sehat Plus
5	Apotek Zainab
6	Apotek Krio Group
7	Apotek Pasadena farma
8	Apotek Pardasuka; Apotek Happy Farma
9	Apotek Esti Farma
10	Apotek Tito
11	Apotek PATRA FARMA
12	Apotek Agradece
13	Apotek Bangun Sari
14	Apotek Kusamba
15	Apotek Lia
16	Apotek Wahdah
17	Apotek Amorita

Berikut ini adalah beberapa contoh leaflet pemateri yang akan disebarluaskan kepada masyarakat :



Figure 1. Gambar poster pemateri

Adapun jadwal pemberian materi dari setiap apotek adalah sebagai berikut :

**Table 2. Jadwal Pemberian Materi Seminar**

N o	Nama Anda	Nama Apotek Anda	Tanggal	Judul Materi Seminar
1	Tri Sulistyaningsih	Apotek Berkah Farma	15/04/2022	Penggunaan Obat saat Berpuasa
2	Innez Wulandari	Apotek Rejeki Farma	29/04/2022	Puasa me-Restart Tubuhmu oleh dr. Mukhlis NP
3	haslinda	apotek Tugu Lilin	13/05/2022	Beyond Use date (seberapa lama waktu menyimpan obat setelah dibuka?)
4	Desy Suryani	Mitra Sehat Plus	27/05/2022	Menyikapi pemakaian Antibiotik
5	Fatma	Apotek Zainab	10/6/2022	Penggunaan antibiotik yang rasional
6	Krio Budi Handoyo	Apotek Krio Group	24/6/2022	Bijak dan Cerdaslah dalam menggunakan Tetes Mata
7	Ana fithria	Apotek Pasadena farma	8/7/2022	Antinyeri
8	Ferani Ari Perdani	Apotek Pardasuka; Apotek Happy Farma	22/07/2022	Obat dan Diet Nutrisi pada Diabetes, Hipertensi dan Hiperlipidemia
9	Esti Handayani	Esti Farma	12/8/2022	Penggunaan berbagai antibiotika yang aman
10	Apt. Suwartini, M.Kes.	Apotek Tito	26/08/2022	Up salling dan cross saling vitamin dan suplemen
11	apt. Ika Larasati, S. Si	Apotek PATRA FARMA	9/9/2022	Pentingnya menjaga kadar gula darah tubuh
12	Asep Purnama	Apotek Agradece	14/10/2022	Hidup "Manis" Bersama Kencing Manis
13	apt. Hadianti Deliana Rifqi, S. Farm.	Apotek Bangun Sari	11/11/2022	Cara penggunaan obat yang baik dan benar
14	Yulia Rahmawati	Apotek Kusamba	13/01/2023	DM

Pemberian seminar ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat untuk mengikuti seminar secara gratis dan memperoleh data pasien untuk dimasukkan *group* tanya jawab dengan apoteker. Masing-masing apotek memiliki *group* yang berisi apoteker dan pasien sehingga diharapkan dengan adanya *group* ini dapat menjadi wadah komunikasi antara apoteker dan pasien dalam menyaring informasi kesehatan.

Seminar ini dilaksanakan secara online melalui zoom meeting dengan tema yang berbeda beda setiap pertemuan. Pertemuan ini dilaksanakan setiap Jumat di minggu kedua dan keempat setiap bulannya. Dengan pelaksanaan yang rutin diharapkan pasien akan menanti-nanti seminar yang akan diberikan sehingga pasien dapat meluangkan waktunya untuk mengikuti seminar gratis tersebut. Promosi seminar dilakukan oleh masing-masing apotek baik secara aktif maupun pasif. Secara aktif yang dimaksud adalah menawarkan secara langsung melalui personal chat ke pasien pasien. Sedangkan secara pasif yang dimaksud adalah *share* poster seminar di story WhatsApp maupun Instagram. Saat ini peserta yang mengikuti seminar telah mencapai 180 peserta dan masih akan terus bertambah. Berikut beberapa *group* peserta seminar yang telah mendapatkan peserta :

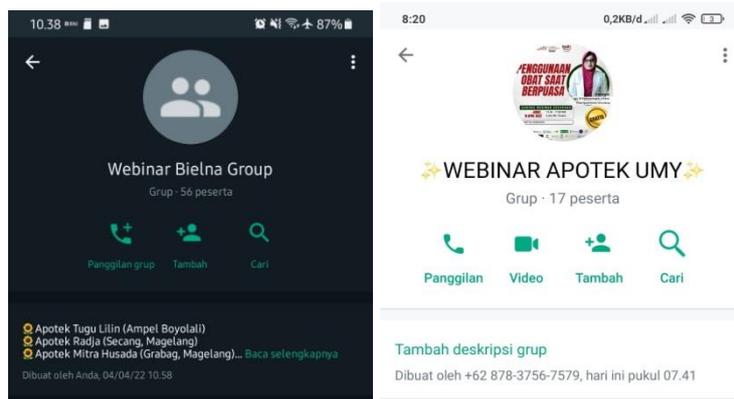


Figure 2. Group whatsapp seminar di beberapa apotek

Pada akhir acara kami membagikan post test untuk mengetahui tingkat pemahaman dari peserta. Untuk post test kami berikan dalam bentuk google form yang berisi beberapa pertanyaan :

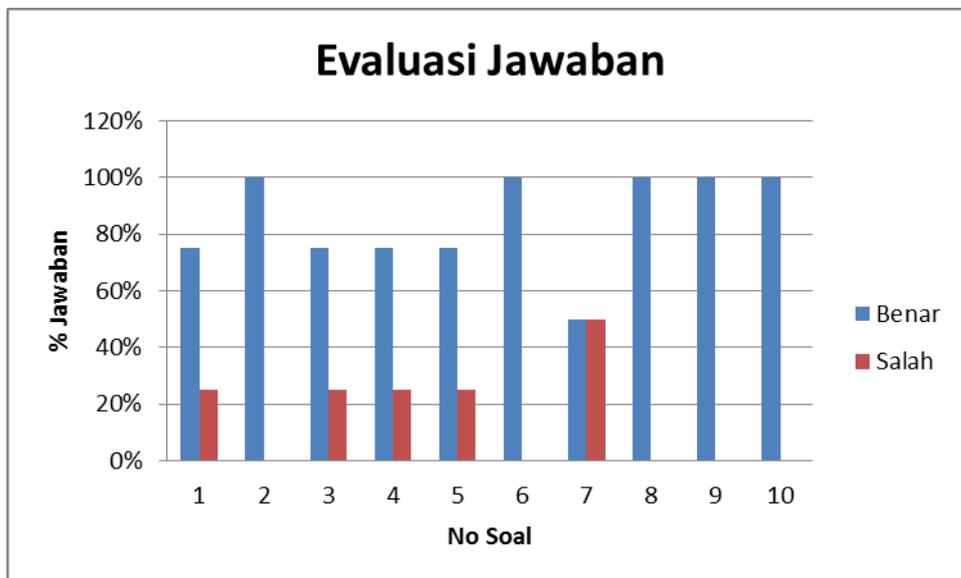


Figure 3. Evaluasi Post test

Mayoritas peserta sudah menjawab dengan benar sehingga materi yang disampaikan dapat dipahami oleh peserta. Dengan seminar ini diharapkan adanya peningkatan kesadaran akan kesehatan oleh masyarakat dan masyarakat lebih bijak dalam menyaring informasi kesehatan terutama di bidang obat-obatan.

## **Simpulan**

Dengan diterapkannya sistem chat dan call center informasi obat bersama mitra kerja dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai obat-obatan secara tepat dan adanya tempat khusus dalam mendapatkan informasi mengenai obat-obatan.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh mitra apotek, kepada mitra IYPG, dan kepada seluruh staff yang telah mambantu mensukseskan pengabdian ini.

## **Daftar Pustaka**

1. Nurmala, S., Ambarwati, R, & Oktaviani, E. (2019). Peningkatan Keingintahuan Masyarakat Mengenai Penggunaan Obat Yang Baik dan Benar. *Dharmakarya*, 8(2),137.
2. Ali, M. (2017). Antara Komunikasi, Budaya dan Hoax. In A. Wahyudin & M. Sunuantari (Eds.), *Melawan Hoaks di Media Sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media Publishing & Askopis Press.
3. Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58-70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
4. Gumilar, G., Adiprasetyo, J., & Maharani, N. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35-40.
5. Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education, Inc.