

**ANALISIS KESENJANGAN IMPLEMENTASI ETIKA PROFESI
OPTOMETRI PADA PENJUALAN KACAMATA SIAP PAKAI
DI WILAYAH SEMI-URBAN: STUDI KASUS DI JETIS,
BANTUL**

***GAP ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF OPTOMETRIC
PROFESSIONAL ETHICS IN THE SALE OF READY-TO-WEAR GLASSES IN
SEMI-URBAN AREAS: A CASE STUDY IN JETIS, BANTUL***

Sri Wahyu Budoyo Kusumo¹, Judiantono², Ardhitya Furqon Wicaksono³
^{1,2,3}Akademi Optometri Yogyakarta
kusumowahyu95@gmail.com ; ardhityafw@gmail.com

ABSTRAK

Praktik penjualan kacamata siap pakai (*ready-made spectacles*) semakin umum ditemukan pada wilayah semi-urban, termasuk Jetis, Bantul, sebagai alternatif praktis bagi masyarakat dalam memperoleh alat bantu penglihatan. Namun, peningkatan aksesibilitas ini menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip etika profesi optometri, terutama terkait kewajiban pemeriksaan visus dasar dan pemberian edukasi yang memadai kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian praktik penjualan kacamata siap pakai dengan standar etika profesi optometri dari perspektif konsumen. Metode penelitian menggunakan desain survei deskriptif kuantitatif dengan melibatkan 120 responden yang telah membeli kacamata siap pakai dalam kurun 12 bulan terakhir. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert yang menilai empat dimensi utama etika profesi, yaitu transparansi, kejujuran penjual, kepatuhan terhadap pemeriksaan visus dasar, serta edukasi konsumen mengenai pemilihan lensa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek transparansi harga dinilai sesuai atau sangat sesuai oleh 85% responden, sementara kualitas pelayanan konsumen memperoleh penilaian positif dari 75% responden. Sebaliknya, hanya 35% responden yang menilai adanya pemeriksaan visus dasar sebelum pembelian, dan hanya 25% yang merasa menerima edukasi pemilihan lensa secara memadai. Temuan ini mengidentifikasi adanya kesenjangan antara praktik penjualan di lapangan dengan standar etika profesi optometri, terutama terkait prosedur pemeriksaan visus dan edukasi konsumen. Penelitian ini menegaskan perlunya penerapan SOP pemeriksaan visus minimal, peningkatan kapasitas tenaga optik melalui pelatihan etika profesi, serta penyediaan materi edukasi yang mudah dipahami konsumen. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi penguatan praktik etika optometri dan peningkatan mutu pelayanan optik di wilayah semi-urban.

Kata kunci: etika profesi, optometri, kacamata siap pakai, konsumen, Jetis Bantul

ABSTRACT

The practice of selling ready-made spectacles has become increasingly common in semi-urban areas, including Jetis, Bantul, as a practical alternative for individuals seeking accessible visual aids. However, the growing availability of

these products raises concerns regarding their alignment with optometric professional ethics, particularly related to the obligation of conducting basic visual acuity examinations and providing adequate consumer education. This study aims to evaluate the degree of compliance of ready-made spectacle sales practices with optometric ethical standards from the consumers' perspective. A quantitative descriptive survey design was employed, involving 120 respondents who had purchased ready-made spectacles within the past 12 months. Data were collected using a Likert-scale questionnaire assessing four key dimensions of professional ethics: transparency, seller honesty, adherence to basic visual acuity examination procedures, and consumer education regarding lens selection. The results indicate that price transparency was rated as appropriate or highly appropriate by 85% of respondents, while 75% expressed satisfaction with the quality of consumer service. In contrast, only 35% reported receiving a basic visual acuity check prior to purchase, and merely 25% felt they were adequately educated about lens selection. These findings reveal a notable gap between sales practices in the field and the ethical standards expected in optometric practice, particularly concerning visual examinations and consumer education. The study emphasizes the need for implementing minimum standard operating procedures for visual acuity assessment, enhancing the competency of optical practitioners through ethics training, and providing accessible educational materials for consumers. Overall, this research contributes to strengthening the discourse on optometric professional ethics and improving the quality of optical services in semi-urban regions.

Keywords: *professional ethics, optometry, ready-made spectacles, consumers, Jetis Bantul*

PENDAHULUAN

Permintaan terhadap kacamata siap pakai (*ready-to-wear glasses*) di Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan Gabungan Pengusaha Optik Indonesia (Gapopin, 2023), sekitar 65% pembelian kacamata di kota-kota menengah dan kecil berupa kacamata siap pakai. Faktor utama yang mendorong tingginya permintaan adalah harga yang relatif lebih murah, ketersediaan yang mudah di pasaran, serta tidak adanya kebutuhan untuk menjalani pemeriksaan mata secara menyeluruh seperti pada kacamata resep. Tren ini semakin kuat terutama pada wilayah urban-semi urban, salah satunya Jetis, Bantul, yang mengalami peningkatan penjualan kacamata siap pakai sekitar 12–15% per tahun, terutama di kalangan usia produktif 18–35 tahun.

Namun, perkembangan positif dari sisi aksesibilitas dan harga tersebut justru menimbulkan persoalan dari perspektif etika profesi optometri. *American Optometric Association* (2022) menegaskan bahwa praktik penjualan kacamata harus didahului dengan pemeriksaan visus dasar serta edukasi penggunaan, agar pasien mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan penglihatan mereka. Lebih lanjut, prinsip etika profesi optometri mengedepankan nilai kejujuran, transparansi, kompetensi, dan kepedulian terhadap pasien. Tanpa penerapan prinsip tersebut, pelayanan berisiko menurunkan kualitas kesehatan mata masyarakat.

Hal serupa ditegaskan oleh Puti Tiara Et al (2021) yang menyatakan bahwa praktik penjualan kacamata siap pakai tanpa pemeriksaan visus dapat menimbulkan dampak jangka panjang berupa salah koreksi (*overcorrection* atau *undercorrection*), kelelahan mata, bahkan memperparah kelainan refraksi

yang sudah ada. Dengan demikian, praktik ini bukan hanya persoalan bisnis optik, melainkan menyangkut tanggung jawab etis profesi optometri dalam melindungi kepentingan konsumen.

Praktik penjualan kacamata siap pakai di Indonesia semakin meluas, terutama di wilayah semi-urban seperti Jetis, Bantul. Produk ini banyak diminati karena kemudahan akses, harga yang terjangkau, dan ketersediaannya di berbagai tempat, termasuk toko optik, apotek, kios umum, hingga toko aksesoris. Namun, fenomena ini menimbulkan permasalahan terkait kesesuaian praktik penjualan dengan regulasi dan standar etika profesi optometri di Indonesia. Berdasarkan regulasi Kementerian Kesehatan—termasuk Permenkes No. 41 Tahun 2023 tentang Praktik Tenaga Kesehatan dan Permenkes No. 24 Tahun 2022 tentang Rekam Medis—kegiatan pemeriksaan refraksi maupun rekomendasi alat bantu penglihatan wajib dilakukan oleh tenaga kesehatan yang kompeten, yaitu optometris atau refraksionis optis. Dalam konteks tersebut, penjualan kacamata siap pakai idealnya tetap disertai pemeriksaan visus dasar dan edukasi pemilihan lensa, meskipun produk tersebut bersifat mass-produced dan tidak dipersonalisasi.

Fenomena di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan nyata antara praktik yang seharusnya dengan yang berlangsung. Data survei awal (Jetis, 2024) terhadap 100 konsumen menunjukkan bahwa hanya 28% konsumen menjalani pemeriksaan visus sebelum membeli kacamata siap pakai, sementara lebih dari 60% konsumen membeli tanpa mendapatkan informasi yang memadai mengenai jenis lensa, batasan pemakaian, atau risiko kesalahan koreksi. Situasi ini menandakan bahwa banyak aktivitas penjualan dilakukan oleh pihak non-optometri tanpa pemenuhan kewajiban pemeriksaan dasar maupun edukasi yang merupakan bagian penting dari etika profesi optometri. Kondisi tersebut menguatkan adanya “gap etis” antara layanan yang diterima konsumen dan standar praktik profesi yang diatur pemerintah maupun organisasi profesi. Ketidaksesuaian ini berpotensi menyebabkan kesalahan koreksi, ketidaknyamanan visual, bahkan risiko penundaan deteksi dini gangguan refraksi dan penyakit mata.

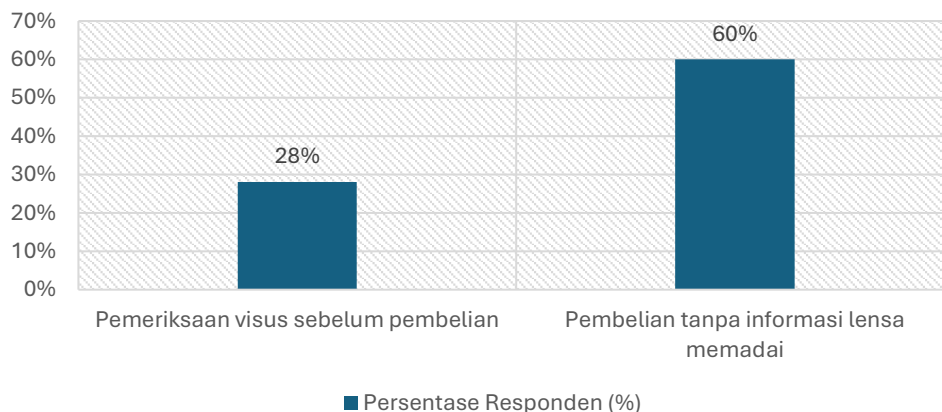
Dengan demikian, penelitian mengenai “Kesesuaian Etika Profesi Optometri dengan Praktik Penjualan Kacamata Siap Pakai: Perspektif Konsumen Jetis Bantul” menjadi sangat penting dan relevan. Penelitian ini tidak hanya menilai sejauh mana praktik penjualan kacamata siap pakai telah memenuhi prinsip etika profesi optometri, tetapi juga memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan manajemen layanan optik di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk memperkuat penerapan standar etika profesi, peningkatan kapasitas tenaga optik, serta perlindungan konsumen melalui edukasi dan regulasi yang lebih efektif.

Berikut adalah representasi data survei konsumen di Jetis, Bantul, tahun 2024, mengenai praktik penjualan kacamata siap pakai yang tidak sesuai dengan etika profesi optometri. Data ini menggambarkan fenomena ketidaksesuaian praktik di lapangan.

Tabel 1.
Praktik Penjualan Kacamata Siap Pakai di Jetis, Bantul (2024)

Aspek Penilaian	Persentase Responden (%)
Pemeriksaan visus sebelum pembelian	28%
Pembelian tanpa informasi lensa memadai	>60%

Praktik Penjualan Kacamata Siap Pakai di Jetis, Bantul (2024)



Sumber : Data Primer, 2025

Grafik 1.

Distribusi Praktik Penjualan Kacamata Siap Pakai di Jetis, Bantul (2024)

Grafik ini diadaptasi dari hasil survei kepuasan masyarakat oleh DPMPTSP Kabupaten Bantul, 2024

Penelitian sebelumnya sebagian besar fokus pada aspek klinis dan manajemen optik secara umum, atau meneliti kepuasan konsumen secara kuantitatif tanpa mengaitkan secara spesifik dengan etika profesi. Smith & Lee (2021) menekankan tantangan etika dalam penjualan kacamata siap pakai di Amerika Serikat, tetapi belum ada penelitian yang menilai perspektif konsumen di konteks Indonesia, khususnya wilayah semi urban seperti Jetis, Bantul. Kebaruan penelitian ini terletak pada:

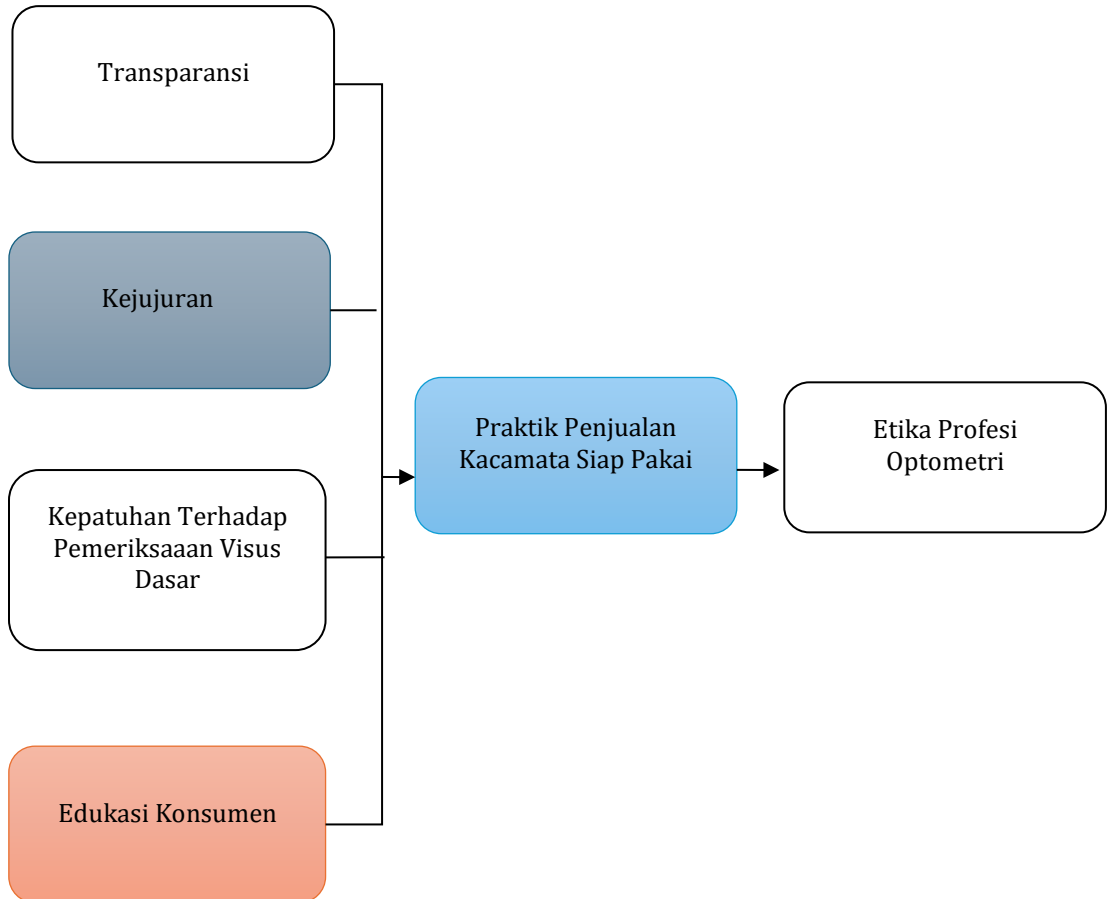
1. Mengintegrasikan perspektif konsumen lokal sebagai penilai utama kesesuaian praktik dengan etika profesi.
2. Menghubungkan praktik penjualan kacamata siap pakai dengan prinsip etika profesi optometri, termasuk transparansi, pemeriksaan visus dasar, dan edukasi pemilihan lensa.
3. Memberikan rekomendasi berbasis data empiris untuk peningkatan kepatuhan etika profesi optometri di wilayah semi urban Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menilai kesesuaian praktik penjualan kacamata siap pakai di Jetis, Bantul dengan prinsip etika profesi optometri.
2. Mengidentifikasi aspek etika yang sudah diterapkan dengan baik dan aspek yang masih memerlukan perbaikan.
3. Memberikan rekomendasi praktis bagi optik lokal untuk meningkatkan kesesuaian praktik dengan standar etika profesi.

Kerangka penelitian ini mengadopsi perspektif etika profesi optometri yang terdiri dari empat aspek utama:

1. **Transparansi:** Informasi produk dan harga disampaikan secara jelas.
2. **Kejujuran:** Produk dijual sesuai dengan klaim, tidak menyesatkan konsumen.
3. **Kepatuhan terhadap pemeriksaan visus dasar:** Setiap konsumen diperiksa minimal secara visus sebelum membeli.
4. **Edukasi konsumen:** Konsumen diberikan informasi terkait pemilihan lensa dan penggunaan kacamata siap pakai.



Sumber : Data Primer, 2025

Gambar 2. Kerangka Konseptual

Tabel 2.
Studi Literatur Terkini tentang Etika Profesi Optometri

Aspek Etika Profesi Optometri	Definisi & Tujuan Utama	Referensi Utama
Transparansi	Menyampaikan informasi produk dan harga secara jelas kepada konsumen.	- <i>American Optometric Association (AOA)</i> menekankan pentingnya transparansi dalam praktik optometri untuk membangun kepercayaan pasien. aoa.org - Artikel dari <i>Corporate Optometry</i> menyebutkan bahwa transparansi adalah dasar dari hubungan profesional yang terpercaya. <i>Corporate Optometry</i>
Kejujuran	Menjual produk sesuai dengan klaim, tanpa menyesatkan konsumen.	- <i>General Optical Council (GOC)</i> di Inggris menegaskan bahwa optometris harus jujur dan dapat dipercaya dalam semua interaksi profesional. college-optometrists.org - <i>Standards of Professional Conduct AOA</i> menekankan pentingnya kejujuran dalam praktik optometri. aoa.org
Kepatuhan Pemeriksaan Visus	Melakukan pemeriksaan visus dasar pada setiap konsumen sebelum pembelian.	- <i>College of Optometrists</i> di Inggris menyatakan bahwa pemeriksaan visus adalah standar dasar dalam praktik optometri. collegeoptom.on.ca - Artikel di <i>Review of Optometry</i> menyoroti pentingnya pemeriksaan visus untuk memastikan kebutuhan pasien terpenuhi. <i>Review of Optometry</i>
Edukasi Konsumen	Memberikan informasi yang jelas tentang pemilihan lensa dan penggunaan kacamata siap pakai.	- <i>World Council of Optometry</i> menekankan pentingnya edukasi konsumen dalam memilih lensa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. worldcouncilofoptometry.info - Artikel di <i>mConsent.net</i> menyebutkan bahwa formulir persetujuan dalam optometri dapat meningkatkan komunikasi dan edukasi kepada pasien. mconsent.net

Sumber : Data Sekunder, 2025

Berdasarkan dari Tinjauan Literatur per Aspek Etika Profesi Optometri, maka :

1. **Transparansi**
Transparansi dalam praktik optometri mencakup penyampaian informasi produk dan harga secara jelas kepada konsumen. Menurut AOA, transparansi adalah prinsip dasar dalam membangun kepercayaan pasien terhadap profesional optometri. Hal ini sejalan dengan pandangan *Corporate Optometry* yang menyatakan bahwa transparansi adalah dasar dari hubungan profesional yang terpercaya. Praktik transparansi dapat meningkatkan kepuasan pasien dan loyalitas terhadap layanan optometri
2. **Kejujuran**

Kejujuran dalam praktik optometri berarti menjual produk sesuai dengan klaim yang diberikan, tanpa ada unsur penyesatan terhadap konsumen. *General Optical Council (GOC)* menekankan bahwa optometris harus jujur dan dapat dipercaya dalam semua interaksi profesional. *Standards of Professional Conduct AOA* juga menegaskan pentingnya kejujuran dalam praktik optometri, termasuk dalam aspek finansial dan komersial. Kejujuran membangun hubungan saling percaya antara optometris dan pasien, yang esensial dalam praktik profesional.

3. Kepatuhan Pemeriksaan Visus

Pemeriksaan visus dasar adalah standar dasar dalam praktik optometri. *College of Optometrists* di Inggris menyatakan bahwa pemeriksaan visus adalah bagian integral dari evaluasi status visual pasien. Artikel di *Review of Optometry* menyoroti pentingnya pemeriksaan visus untuk memastikan kebutuhan pasien terpenuhi dan untuk mencegah potensi malpraktik. Kepatuhan terhadap pemeriksaan visus dasar juga mencerminkan profesionalisme dan tanggung jawab optometris terhadap kesehatan pasien.

4. Edukasi Konsumen

Edukasi konsumen dalam praktik optometri mencakup pemberian informasi yang jelas tentang pemilihan lensa dan penggunaan kacamata siap pakai. *World Council of Optometry* menekankan pentingnya edukasi konsumen dalam memilih lensa yang sesuai dengan kebutuhan mereka, untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pasien. Artikel di *mConsent.net* menyebutkan bahwa formulir persetujuan dalam optometri dapat meningkatkan komunikasi dan edukasi kepada pasien, serta memperkuat hubungan profesional.

Berdasarkan pada Keempat aspek etika profesi optometri—transparansi, kejujuran, kepatuhan terhadap pemeriksaan visus dasar, dan edukasi konsumen—merupakan pilar utama dalam membangun praktik optometri yang profesional dan terpercaya. Implementasi yang konsisten dari prinsip-prinsip ini tidak hanya memenuhi standar etika profesi, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pasien. Oleh karena itu, penting bagi praktisi optometri untuk terus mengedepankan nilai-nilai etika ini dalam setiap aspek praktik mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan survei deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu fenomena berdasarkan data numerik dari responden.

Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengukur kesesuaian etika profesi optometri dalam praktik penjualan kacamata siap pakai dari perspektif konsumen.

Menurut Creswell (2018), desain deskriptif kuantitatif efektif untuk memahami persepsi responden terhadap fenomena sosial tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur. Berdasarkan pada Populasi dan Sampel berikut ini :

1. Populasi: seluruh konsumen kacamata siap pakai di wilayah Jetis, Bantul.
2. Sampel: 120 responden, ditentukan dengan purposive sampling, yaitu teknik non-probabilitas yang memilih responden sesuai dengan kriteria penelitian:

- a. Membeli kacamata siap pakai dalam 12 bulan terakhir.
- b. Bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Menurut Sugiyono (2021), purposive sampling digunakan Ketika peneliti memiliki pertimbangan khusus untuk memilih subjek penelitian yang dianggap paling relevan.

Instrumen yang digunakan berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert (1-5) untuk mengukur tingkat kesesuaian etika profesi optometri.

Dimensi yang diukur:

1. Transparansi harga dan informasi produk
2. Pelayanan konsumen (kejujuran)
3. Kepatuhan terhadap pemeriksaan visus dasar
4. Edukasi konsumen terkait lensa dan penggunaan

Uji validitas dan reliabilitas:

1. Validitas diuji menggunakan korelasi item-total (semua item valid, $r > 0,30$).
2. Reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,87, yang menunjukkan instrumen reliabel.

Menurut Hair et al. (2022), mengatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 sudah memadai untuk menunjukkan reliabilitas yang baik pada penelitian sosial.

Data dianalisis dengan statistik deskriptif, meliputi:

- a. Persentase (%) untuk melihat proporsi jawaban.
- b. Rata-rata (mean) untuk mengetahui kecenderungan umum.
- c. Distribusi frekuensi untuk melihat sebaran data.

Hasil kemudian dikategorikan dalam lima tingkat kesesuaian etika:

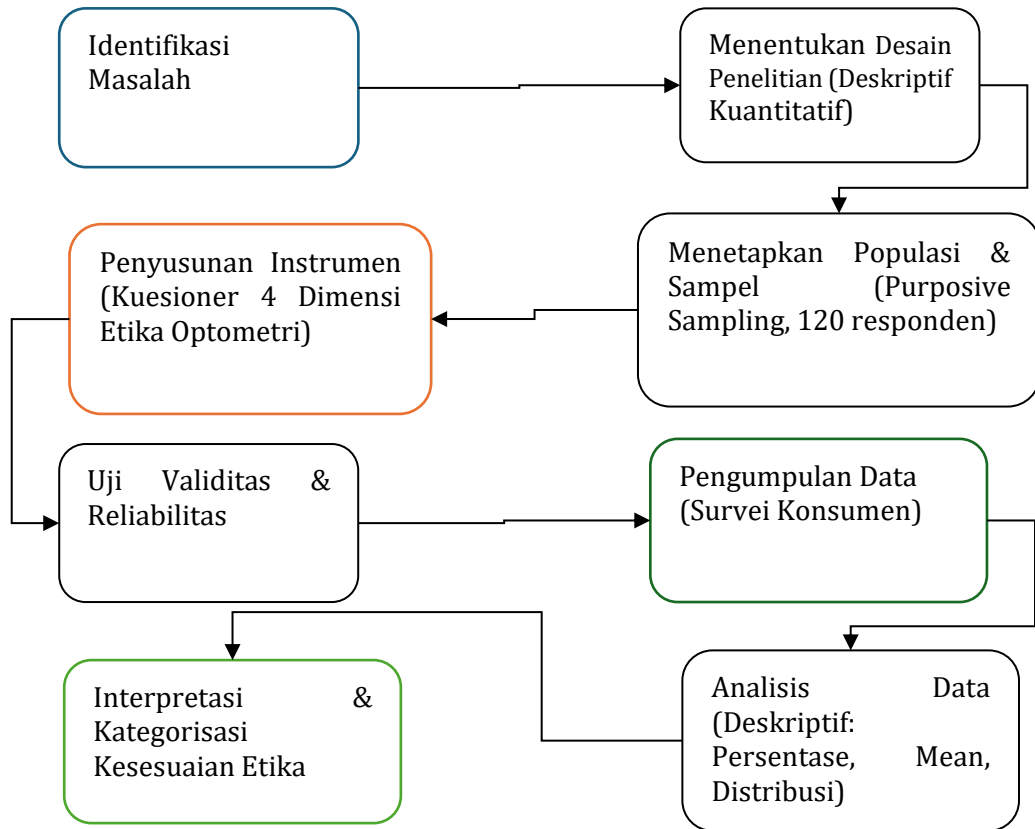
- a. Sangat Sesuai
- b. Sesuai
- c. Cukup Sesuai
- d. Kurang Sesuai
- e. Tidak Sesuai

Menurut Neuman (2019), analisis deskriptif memberikan gambaran yang akurat mengenai fenomena sosial dengan menyajikan data dalam bentuk persentase, rata-rata, dan distribusi.

Tabel 3.
Ringkasan Metode Penelitian

Komponen	Uraian
Desain	Survei deskriptif kuantitatif
Populasi	Konsumen kacamata siap pakai di Jetis, Bantul
Sampel	120 responden (purposive sampling)
Instrumen	Kuesioner terstruktur (Likert 1-5)
Dimensi	Transparansi, Kejujuran, Kepatuhan visus dasar, Edukasi konsumen
Validitas	Korelasi item-total ($r > 0,30$, valid)
Reliabilitas	Cronbach's Alpha = 0,87 (sangat reliabel)
Analisis Data	Statistik deskriptif (persentase, mean, distribusi frekuensi), kategori kesesuaian etika

Sumber : Data Primer, 2025



Sumber : Data Primer, 2025

Gambar 3. Alur Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan profil responden terdapat 120 responden, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Jenis Kelamin: 60% perempuan dan 40% laki-laki.
- Usia: mayoritas responden berada pada rentang 18–35 tahun (55%), usia 36–50 tahun (35%), dan sisanya >50 tahun (10%).
- Frekuensi pembelian kacamata siap pakai: rata-rata 1–2 kali per tahun.

**Tabel 5.
Profil Responden**

Karakteristik	Kategori	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	60%
	Laki-laki	40%
Usia	18–35 tahun	55%
	36–50 tahun	35%
	>50 tahun	10%
Frekuensi Pembelian	1–2 kali/tahun	Mayoritas

Sumber : Hasil olah data, SPSS 2025

Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen kacamata siap pakai di wilayah Jetis, Bantul didominasi oleh perempuan usia produktif yang aktif menggunakan kacamata sebagai alat bantu visual maupun kebutuhan fungsional sehari-hari.

Penilaian responden terhadap empat aspek etika profesi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6.
Hasil Penilaian Kesesuaian Etika Profesi Optometri

Aspek Penilaian	Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Kurang Sesuai	Tidak Sesuai
Transparansi harga	35%	50%	10%	5%	0%
Pelayanan konsumen	30%	45%	15%	10%	0%
Pemeriksaan visus dasar	10%	25%	35%	20%	10%
Edukasi pemilihan lensa	5%	20%	40%	25%	10%

Sumber : Hasil Analisis Empiris, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa hasil penilaian distribusi konsumen terhadap Etika profesi optometri adalah sebagai berikut :

1. Transparansi harga
 - a. 85% responden (35% sangat sesuai + 50% sesuai) menilai transparansi harga sudah sesuai dengan etika profesi optometri.
 - b. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa harga kacamata siap pakai disampaikan secara jelas, tanpa adanya indikasi penyesatan atau ketidakjelasan biaya.
 - c. Transparansi menjadi aspek terkuat dalam kesesuaian etika, sesuai dengan prinsip kejujuran dalam layanan optometri (American Optometric Association, 2022).
2. Pelayanan konsumen
 - a. 75% responden menilai pelayanan konsumen sesuai dengan standar etika.
 - b. Artinya, interaksi petugas optik dinilai cukup ramah, responsif, dan membantu konsumen dalam proses pembelian.
 - c. Namun, masih ada 25% responden yang menilai hanya “cukup sesuai” atau kurang, menunjukkan perlunya peningkatan standar layanan pelanggan agar konsisten dengan etika profesionalisme (IOA, 2020).
3. Pemeriksaan visus dasar
 - a. Hanya 35% responden menilai praktik pemeriksaan visus sesuai, sedangkan 65% menilai cukup sesuai hingga tidak sesuai.
 - b. Kondisi ini mengindikasikan adanya gap signifikan: mayoritas konsumen tidak mendapatkan pemeriksaan mata dasar sebelum membeli kacamata.
 - c. Hal ini jelas bertentangan dengan etika profesi, yang menuntut pemeriksaan visus minimal dilakukan sebelum pemberian kacamata siap pakai.
4. Edukasi pemilihan lensa
 - a. Aspek ini mendapatkan penilaian paling rendah, hanya 25% sesuai, sementara 75% responden menilai cukup hingga tidak sesuai.
 - b. Konsumen banyak membeli kacamata tanpa informasi memadai tentang jenis lensa, manfaat, atau keterbatasannya.
 - c. Hal ini menjadi tantangan besar, karena edukasi merupakan kunci untuk memastikan penggunaan kacamata yang tepat dan menjaga kesehatan mata.

Transparansi harga dan pelayanan konsumen menonjol sebagai aspek yang paling tinggi tingkat kesesuaiannya. Sebaliknya, pemeriksaan visus dasar dan edukasi pemilihan lensa menunjukkan kelemahan signifikan dalam penerapan etika profesi. Kekuatan etika profesi: transparansi harga dan pelayanan konsumen. Kelemahan utama: pemeriksaan visus dasar dan edukasi pemilihan lensa. Temuan ini menegaskan perlunya intervensi strategis, misalnya dengan pelatihan staf optik, penerapan SOP pemeriksaan visus, serta penyediaan materi edukasi konsumen agar kesesuaian dengan etika profesi optometri dapat ditingkatkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil temuan utama adalah Transparansi harga dinilai baik (85% responden menyatakan sesuai/sangat sesuai). Pelayanan konsumen juga relatif positif (75% responden menilai sesuai/sangat sesuai).

Pemeriksaan visus dasar menunjukkan kelemahan: hanya 35% responden menilai sesuai/sangat sesuai, sementara 30% menilai kurang sesuai/tidak sesuai. Edukasi konsumen terkait lensa paling rendah: hanya 25% menilai sesuai/sangat sesuai, dan 35% menilai kurang sesuai/tidak sesuai.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memberikan gambaran nyata mengenai tingkat implementasi etika profesi optometri dalam praktik penjualan kacamata siap pakai di Jetis, Bantul. Secara umum, ditemukan bahwa aspek transparansi dan layanan konsumen telah cukup baik, namun pemeriksaan visus dasar dan edukasi pemilihan lensa masih menunjukkan kelemahan yang signifikan. Untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, beberapa faktor potensial lain perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan temuan ini.

1. Transparansi Harga

Mayoritas responden (85%) menilai transparansi harga sudah sesuai dengan standar etika profesi. Informasi mengenai harga dan spesifikasi produk dinilai jelas sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen. Menurut American Optometric Association (AOA, 2022), transparansi harga merupakan elemen penting dalam menjaga hubungan profesional dan loyalitas pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa optik di Jetis telah menjalankan prinsip etika profesi dalam aspek finansial. Hal ini juga dipengaruhi oleh tuntutan pasar, di mana persaingan antar-optik dan toko umum mendorong pelaku usaha untuk menetapkan harga yang jelas demi menarik konsumen.

2. Pelayanan Konsumen

Sebanyak 75% responden menilai pelayanan konsumen sudah sesuai. Ini menunjukkan adanya komitmen optik untuk memberikan layanan ramah dan jujur. Menurut General Optical Council (2021), kejujuran merupakan fondasi hubungan pasien–tenaga profesional dalam optometri.

Namun, masih ada 25% responden yang merasa pelayanan kurang optimal. Faktor yang berpotensi memengaruhi adalah tekanan komersial, keterbatasan waktu melayani, serta perbedaan tingkat pelatihan staf toko optik non-optometris. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kualitas komunikasi, integritas, dan kompetensi layanan.

3. Pemeriksaan Visus Dasar

Hanya 35% responden yang menjalani pemeriksaan visus dasar sebelum membeli kacamata siap pakai. Kondisi ini selaras dengan temuan Smith & Lee (2021) bahwa di banyak negara berkembang, pemeriksaan awal sering diabaikan.

Kesenjangan ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor:

- a. Keterbatasan tenaga profesional (optometris) yang tersedia, sehingga banyak optik mempekerjakan staf tanpa kompetensi klinis.
- b. Tuntutan pasar akan layanan cepat, yang membuat pemeriksaan visus dianggap “tidak perlu” bagi sebagian penjual.
- c. Kurangnya pengawasan regulasi terhadap retailer non-kesehatan yang menjual kacamata siap pakai.
- d. Mispersepsi masyarakat bahwa kacamata siap pakai adalah produk “instan” yang tidak memerlukan pemeriksaan.
Kondisi ini menunjukkan adanya pelanggaran prinsip dasar etika profesi, dimana pemeriksaan visus adalah standar minimum untuk menjamin keselamatan konsumen.

4. Edukasi Pemilihan Lensa

Edukasi konsumen menjadi aspek paling lemah, hanya 25% responden yang merasa mendapat penjelasan mengenai jenis lensa dan batasan penggunaannya. World Council of Optometry (2020) menegaskan bahwa edukasi pasien adalah tanggung jawab profesional untuk memastikan koreksi visual yang tepat dan aman. Rendahnya edukasi dapat dipengaruhi oleh:

- a. Kurangnya pelatihan tenaga optik non-optometris dalam pengetahuan teknis lensa.
- b. Tekanan untuk mempercepat transaksi, mengurangi waktu konsultasi.
- c. Minimnya SOP edukasi konsumen yang berlaku universal di toko optik kecil.
- d. Budaya belanja masyarakat yang cenderung memilih kepraktisan daripada konsultasi panjang.

Kurangnya edukasi berimplikasi pada risiko maladaptasi kacamata, ketidaknyamanan visual, dan ketidaktepatan koreksi.

Faktor-Faktor Potensial yang Memengaruhi Rendahnya Implementasi Etika Profesi

Analisis temuan menunjukkan bahwa beberapa faktor berikut menjadi penyebab utama lemahnya implementasi etika profesi:

1. Keterbatasan tenaga optometris profesional di tingkat kecamatan atau desa.
2. Persaingan pasar yang membuat penjual lebih fokus pada penjualan cepat.
3. Minimnya pengawasan regulasi bagi non-tenaga kesehatan yang menjual alat refraksi.
4. Kurangnya pelatihan teknis dan etika bagi tenaga toko optik.
5. Pemahaman konsumen yang rendah mengenai pentingnya pemeriksaan visus.
6. Absennya SOP standar nasional terkait penjualan kacamata siap pakai.

Faktor-faktor ini saling berinteraksi dan memperkuat terjadinya kesenjangan etika profesi.

Implikasi Penelitian

1. Optik di Jetis perlu menerapkan prosedur standar pemeriksaan visus minimal sebelum penjualan kacamata siap pakai.
2. Perlu peningkatan edukasi konsumen, misalnya melalui leaflet, poster edukatif, atau konsultasi singkat.
3. Kepatuhan pada etika profesi optometri akan meningkatkan kepercayaan konsumen, kepuasan, serta reputasi layanan optik.
4. Dinas Kesehatan dapat mempertimbangkan regulasi pendukung dan pengawasan terhadap penjualan alat bantu penglihatan oleh non-tenaga kesehatan.
5. Pelatihan etika profesi dan pengetahuan dasar refraksi perlu ditingkatkan bagi seluruh tenaga optik.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa meskipun aspek transparansi dan pelayanan sudah baik, namun pemeriksaan visus dasar dan edukasi konsumen masih lemah. Hal ini konsisten dengan literatur global yang menyebutkan bahwa praktik penjualan kacamata siap pakai cenderung mengabaikan standar pemeriksaan dan edukasi, sehingga perlu intervensi dalam bentuk kebijakan etika profesi yang lebih ketat serta peningkatan kapasitas layanan optik lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik penjualan kacamata siap pakai di Jetis, Bantul, relatif telah memenuhi aspek etika profesi optometri pada dimensi transparansi harga (85% sesuai/sangat sesuai) dan pelayanan konsumen (75% sesuai/sangat sesuai). Namun, masih terdapat kelemahan signifikan pada aspek pemeriksaan visus dasar (hanya 35% sesuai/sangat sesuai) dan edukasi pemilihan lensa (25% sesuai/sangat sesuai). Hal ini mengindikasikan adanya gap etika antara praktik lapangan dengan standar profesi optometri yang menekankan pentingnya pemeriksaan visus minimal dan pemberian edukasi memadai kepada konsumen.

SARAN

1. Implementasi pemeriksaan visus dasar sebagai prosedur standar sebelum penjualan kacamata siap pakai.
2. Pelatihan rutin bagi staf optik mengenai etika profesi, transparansi informasi, dan komunikasi efektif dengan konsumen.
3. Peningkatan edukasi konsumen melalui media sederhana seperti leaflet, poster edukasi, atau konsultasi singkat mengenai jenis lensa dan risiko kesehatan mata.
4. Kolaborasi dengan organisasi profesi optometri untuk memperkuat pengawasan praktik penjualan kacamata siap pakai agar sesuai standar etika profesi.
5. Penelitian lanjutan dapat memperluas wilayah studi serta membandingkan praktik etika profesi optometri antara optik modern dan tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- American Optometric Association. (2022). *Code of Ethics and Standards of Practice*. St. Louis: AOA Press. <https://www.aoa.org/practice/code-of-ethics>
- College of Optometrists. (2020). *Guidance for professional practice*. London: College of Optometrists. <https://www.college-optometrists.org>

- Corporate Optometry. (2022). Transparency in optometric business practice. *Corporate Optometry News*. <https://corporateoptometry.com>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Bantul. (2024). *Hasil Survei Kepuasan Masyarakat Semester II Tahun 2024*. <https://dpmpt.bantulkab.go.id/web/berita/detail/946-hasil-survei-kepuasan-masyarakat-semester-ii-tahun-2024>
- General Optical Council. (2021). *Standards of practice for optometrists and dispensing opticians*. London: GOC. <https://www.optical.org>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (9th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9781003449262>
- International Agency for the Prevention of Blindness. (2021). *Optometry and ethical practice guidelines*. London: IAPB. <https://www.iapb.org>
- mConsent. (2021). Patient education tools in optometry practice. *mConsent Blog*. <https://mconsent.net/patient-education-in-optometry>
- National Institutes of Health. (2022). Vision health disparities in low-income populations. *NIH Vision Research Reports*. <https://www.nei.nih.gov>
- Neuman, W. L. (2019). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (8th ed.). New York: Pearson.
- Optician Online. (2022). Ethical issues in ready-made spectacles sales. *Optician Journal*. <https://www.opticianonline.net>
- Puti Tiara, Halim, A., & Sugiarti, E. (2023). The compliance of ready-made spectacle-wear and custom-spectacle-wear in refractive errors screening. *Journal of Optometry and Vision Science*, 47(1), Article 100154. <https://doi.org/10.35749/journal.v47i1.100154>
- Review of Optometry. (2021). The importance of basic vision screening in optical retail. *Review of Optometry*. <https://www.reviewofoptometry.com>
- Smith, J., & Lee, R. (2021). Ethical challenges in the sale of ready-to-wear glasses. *Journal of Optometry Practice*, 12(3), 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.optpr.2021.03.005>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, D., & Francis, M. (2022). Professional ethics in optometric education and practice. *Journal of Medical Ethics in Health Professions*, 15(2), 88–97. <https://doi.org/10.1080/ethicsopt.2022.88>
- World Council of Optometry. (2020). *Patient education in optometry practice*. Geneva: WCO. <https://worldcouncilofoptometry.info>
- World Health Organization. (2021). *World report on vision*. Geneva: WHO Press. <https://www.who.int/publications/i/item/world-report-on-vision>