

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN JASA KESEHATAN
(Studi Kasus di Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama Semarang)**

Edward Gagah Purwana Taunay *)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa kesehatan. Kualitas jasa dalam penelitian ini dibatasi hanya pada : Bukti Langsung (tangibles), Keandalan (reliability), Daya Tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), dan Empati (empathy). Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa kesehatan di rumah sakit Bhakti Wira Tamtama. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama pada bulan Februari 2005 sebesar 5747 orang.

Dalam metodologi penelitian menggunakan quota sampling. Metode analisis data adalah Indeks Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa : I K P pada dimensi tangible terutama pada indikator sarana area parkir luas dan nyaman dengan nilai terendah. I K P pada dimensi reliability terutama pada indikator dokter, perawat, petugas administrasi datang tepat waktu dengan nilai terendah. I K P pada dimensi responsiveness terutama pada indikator dokter tepat dalam memberikan resep kepada pasien dengan nilai terendah. IKP pada dimensi assurance terutama pada indikator dokter memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan profesinya dengan nilai terendah. I K P pada dimensi empathy terutama pada indikator dokter memberikan penjelasan tentang penyakit pasien dengan nilai terendah. Secara keseluruhan Indeks Kepuasan Pelanggan pada lima dimensi menunjukkan ketidakpuasan pasien rawat jalan terhadap kinerja Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama.

Kata kunci : Indeks Kepuasan Pelanggan, Bukti Langsung (tangibles), Keandalan (reliability), Daya Tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), dan Empati (empathy)

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Masalah kesehatan bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama, kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang prima. Seiring dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, maka semakin meningkat tuntutan masyarakat akan nilai-nilai kesehatan. Hal ini menjadikan lembaga kesehatan dituntut untuk meningkatkan kualitas akan pelayanan jasa kesehatan yang lebih baik, tidak saja pelayanan kesehatan yang bersifat menyembuhkan saja tetapi memberikan

*) Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran

kepuasan bagi konsumen.

Salah satu lembaga kesehatan adalah rumah sakit, fungsi rumah sakit dewasa ini bertambah kearah pelayanan kesehatan yang menyeluruh dan terintegrasi seiring dengan berkembangnya ilmu dan teknologi. Dalam upaya penyembuhan baik bagi konsumen yang sakit ataupun bagi konsumen yang membutuhkan konsultasi kesehatan dan upaya pencegahan berbagai macam penyakit serta peningkatan kesehatan.

Dalam upaya mencapai efisiensi penyelenggaraan rumah sakit, upaya pendayagunaan fasilitas rumah sakit secara lebih baik kini menjadi salah satu kegiatan pokok. Hal seperti ini belum pernah terjadi di masa lalu, salah satu upaya pendayagunaan fasilitas rumah sakit.

Menurut Kotler dikutip oleh Ardian (2001:67) alasan mengapa sebuah rumah sakit sampai harus dipasarkan karena : iklim hukum dan etika yang berubah cepat, suplai profesional yang banyak, meningkatnya ketidakpuasan terhadap profesionalitas dan kemajuan teknologi. Kehidupan rumah sakit dimasa yang akan datang akan bergantung pada kemampuannya untuk memberikan respon terhadap kebutuhan konsumen melalui pelayanan yang berkualitas.

Adanya persaingan antar rumah sakit yang semakin ketat, maka peningkatan kualitas pelayanan sebuah rumah sakit sangat penting diperhatikan. Persaingan terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan tetapi persaingan dalam memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas. Kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit dicerminkan sebagai jasa pelayanan kesehatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan konsumen sebagai pemakai jasa pelayanan rumah sakit. Pelayanan yang diberikan tersebut dipadukan dengan sumber daya yang dimiliki oleh rumah sakit yang dimulai dengan pelayanan calon pasien (pra penyembuhan), selama perawatan (proses) dan ketika pasien meninggalkan rumah sakit (paska penyembuhan) (Ardian, 2001:68).

Pasien akan merasa terpuaskan bila harapan akan pelayanan kesehatan yang diterimanya memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Terpuasnya pasien dan konsumen rumah sakit akan meningkatkan *brand royalty* yang semakin kuat. Pelayanan rumah sakit meliputi fasilitas fisik, fasilitas perawatan, dan berbagai fasilitas pendukung yang tersedia di rumah sakit tersebut.

Bagi manajemen rumah sakit, mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen adalah hal yang utama, untuk itu manajemen perlu mendapatkan input dari konsumen berupa harapan akan jasa yang diinginkan (*expected service*). Kondisi ini sangat membantu manajemen untuk mendeskripsikan dan mewujudkan kedalam spesifikasi kualitas

pelayanan. Namun realitas yang ada, terjadi beberapa perbedaan antara harapan konsumen dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh manajemen rumah sakit. Bila perbedaan ini tidak ditanggapi dengan baik dikhawatirkan akan mengganggu kelancaran operasional dan reputasi rumah sakit dimasyarakat.

Untuk mengatasi kejadian tersebut manajemen rumah sakit perlu mengantisipasi dengan melakukan komunikasi dua arah antara pihak manajemen dengan konsumen sebagai pengguna jasa pelayanan kesehatan sehingga apa yang direalisasikan oleh rumah sakit sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Ardian (2001:68) untuk dapat menilai tingkat kepuasan konsumen, ada dua atribut yang diamati dirumah sakit yang bisa dinilai yaitu : atribut pertama adalah pelayanan sumber daya manusia yang meliputi (a) dokter yang bertugas memeriksa pasien (b) paramedis terdiri dari perawat, asisten dokter yang bertugas membantu tugas dokter dan melayani pasien (c) karyawan terdiri dari petugas administrasi yang bertugas mendata pasien yang ingin berobat. Atribut kedua adalah pelayanan lingkungan dan ruangan yang meliputi : ruang tunggu pasien, sarana parkir dan kebersihan lingkungan. Sedangkan tanggapan konsumen yang diteliti merupakan dimensi (kriteria) penentu kualitas jasa pelayanan mengenai keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keyakinan/jaminan (*assurance*), empati/perhatian (*emphaty*), dan bukti langsung/penampilan (*tangible*). Kemudian yang akan menjadi indikator tanggapan konsumen, yaitu : pertama adalah tingkat harapan, yang dimaksud disini adalah tingkat penilaian harapan konsumen terhadap fasilitas-fasilitas atau unsur-unsur pelayanan. Kedua adalah tingkat kinerja, yang merupakan tingkat penilaian konsumen terhadap pelaksanaan pelayanan. Kedua indikator tersebut ditujukan kepada sumber daya manusia rumah sakit yang terdiri dari dokter, petugas penerima (administrasi), perawat dan petugas lainnya.

Di Indonesia terdapat tiga jenis rumah sakit dengan fungsi yang berbeda ; pertama adalah rumah sakit pemerintah yang mengemban fungsi politis dan sosial, kedua adalah rumah sakit swasta yang berfungsi sosial serta ketiga adalah rumah sakit swasta yang berfungsi sebagai berorientasi laba (Ardian, 2001:67). Ketiga jenis rumah sakit tersebut kini berkembang mendapat porsi perhatian yang seimbang.

Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama merupakan salah satu rumah sakit di Semarang yang memiliki kekhususan tersendiri, walaupun dikelola oleh KODAM (Komando Daerah Militer) merupakan rumah sakit dinas tetapi dalam memberikan pelayanan juga melayani pasien dari masyarakat umum. Memang dilihat dari kondisi rumah sakit tersebut dibawah kondisi rumah sakit standar/pada umumnya yang telah ditetapkan Depkes (Departemen Kesehatan), hal ini bisa dirasakan oleh konsumen dengan

terbatasnya fasilitas dan unsur-unsur pelayanan pada rumah sakit Bhakti Wira Tamtama. Dengan kondisi seperti ini menuntut rumah sakit untuk selalu meningkatkan mutu dan profesionalisme kerjanya, karena banyak pesaing-pesaing rumah sakit daerah atau swasta memiliki mutu dan profesionalisme dengan dukungan fasilitas pelayanan yang lebih baik. Alasan peneliti meneliti rumah sakit Bhakti Wira Tamtama karena melihat data pengunjung pasien rawat jalan menurun selama bulan Desember 2004-Februari 2005 hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1.
Data Pengunjung Pasien Rawat Jalan
Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama

No	Tahun	Bulan	Total
1	2004	Desember	6920
2	2005	Januari	6527
3	2005	Februari	5747

Sumber: Data Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, masalah dapat dirumuskan :

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa kesehatan di Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama?

PEMBATASAN MASALAH

Dalam penelitian ini pembatasan masalah yang dilakukan adalah :

Dimensi kualitas jasa dalam penelitian ini sebagai faktor penentu kepuasan konsumen mencakup :

1. Bukti Langsung (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Perhatian (*Empathy*)

Untuk selanjutnya obyek penelitian ini dikhususkan pada pasien rawat jalan dikarenakan adanya penurunan jumlah pasien rawat jalan dari bulan Desember Tahun 2004 sampai Februari Tahun 2005.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pengertian Kepuasan konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan kerja merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas (Kotler, 2002:42).

Menurut Day (dalam Tse dan Wilson) dikutip oleh Fandy (2000:147) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Menurut Engel dikutip oleh Fandy (2000:147) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Model Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada empat metode dalam mengukur kepuasan konsumen (Tjiptono, 2004:210) :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan pada lokasi yang strategis (yang mudah dijangkau dan dilewati pelanggan), kartu komentar (biasanya dikirim melalui via pos ke perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu

terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

b. *Derived Satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama yaitu (1) tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan (*perceived performance*).

c. *Problem Analysis*

Responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.

d. *Importance-performance Analysis*

Dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, sehingga perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.

Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik (Kotler, 2002:486). Menurut Clemente jasa didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya (Fandy, 2000:7).

Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan (Fandy, 2000:59). Menurut Gronroos dalam Hutt dan Speh dikutip oleh Fandy (2000:60) kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu :

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) dengan jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman et al. dalam Bojanic yang dikutip oleh Fandy (2000:60), *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi :
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, seperti : harga.
 - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa, contoh: ketepatan waktu, kecepatan pelayanan.
 - c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa, contoh : kualitas operasi jantung.
2. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate image*, yaitu profil, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk (Fandy,2000:60). Persepsi merupakan proses seleksi, organisasi dan interpretasi terhadap setiap bentuk fisik, visual yang dapat mempengaruhi tanggapan individu (Sutisna, 2003:63)

Harapan Pelanggan

Menurut Olson dan Dover dikutip oleh Fandy (2000:61) harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Menurut Zeithaml dikutip oleh Fandy (1997:28) harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan

tentang apa yang akan diterimanya. Harapan adalah keyakinan, kepercayaan individual sebelumnya mengenai apa yang seharusnya terjadi pada situasi tertentu (Sutisna, 2003:79).

Kinerja

Kinerja adalah karakteristik operasi pokok dari produk inti misalnya : kecepatan, kemudahan dan kenyamanan (Fandy, 2000:68).

Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Parasuraman dikutip oleh Fandy (2000:70) ada lima dimensi pokok untuk menentukan kualitas jasa, dimensi tersebut meliputi :

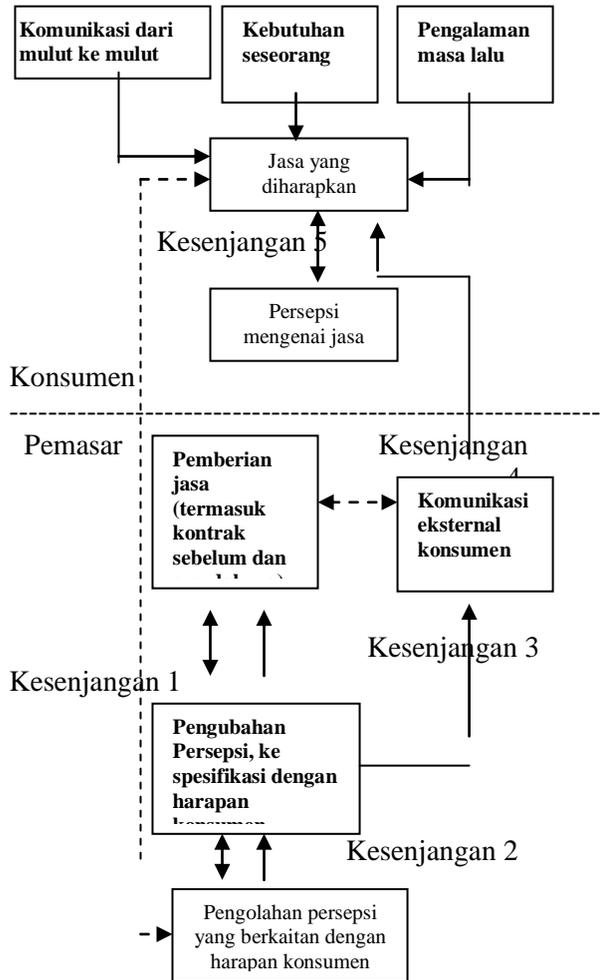
1. Bukti langsung (*tangible*), meliputi : fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Perhatian (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Mengelola Mutu Jasa

Peneliti ingin membahas kesenjangan yang kelima yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Yang ingin dibahas oleh peneliti dari lima kesenjangan adalah seperti yang terlihat pada gambar 2.2 :

Gambar 2.2.....

Gambar 2.2
Model Kualitas Jasa (Model Kesenjangan)



Sumber : Parasuraman, A., et al. (1985), "A conceptual Model of Service Quality and Its Implication For Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49 (fall), P.44

Kualitas Pelayanan Kesehatan

Menurut Parasuraman dikutip oleh Harahap (2003:19) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap keterhandalan dalam suatu umpan balik jasa (*service counter*) yang dilakukan oleh konsumen.

Tempat Pelayanan Kesehatan

Ditinjau dari kemampuan yang dimiliki ada beberapa tempat pelayanan kesehatan, yaitu :

1. Rumah Sakit

Rumah sakit adalah suatu organisasi melalui tenaga medis profesional yang terorganisir serta sarana kedokteran yang permanen menyelenggarakan pelayanan kedokteran, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien (Azwar, 1996:82).

2. PUSKESMAS

PUSKESMAS adalah salah satu unit pelaksanaan fungsional yang berfungsi sebagai pusat pembangunan kesehatan, pusat pembinaan peran serta masyarakat dalam bidang kesehatan serta pusat pelayanan kesehatan tingkat pertama yang menyelenggarakan kegiatannya secara menyeluruh, terpadu dan berkesinambungan pada suatu masyarakat yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu (Azwar,1996:119) .

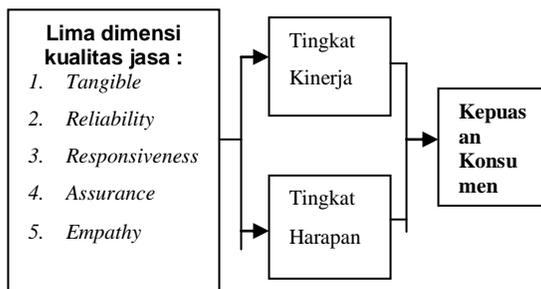
3. Rumah Sakit Khusus

Rumah sakit khusus adalah rumah sakit yang menyelenggarakan hanya satu macam pelayanan kedokteran saja, misalnya : rumah sakit jiwa, rumah sakit kusta, rumah sakit kanker dan rumah sakit ibu dan anak (Azwar,1996:90).

Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2.3

Kerangka Pikir Penelitian



- Gambar 2.3 menunjukkan alur pemikiran dalam penelitian ini, dimulai dari lima dimensi kualitas jasa sebagai faktor penentu kepuasan konsumen yaitu : *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*. Kemudian konsumen membandingkan tingkat kinerja rumah sakit Bhakti Wira Tamtama dengan tingkat harapan konsumen terhadap pelayanan dirumah sakit Bhakti Wira Tamtama. Setelah membandingkan maka konsumen dapat menilai dan merasakan pelayanan yang diterima oleh konsumen, sehingga menghasilkan kepuasan konsumen.

Definisi Operasional.

Definisi operasional merupakan penjabaran dari tiap variabel didalam indikator-indikator yang terperinci. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*tangible*) dalam penelitian ini adalah daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Ada empat indikator :

1. Ruang tunggu pasien yang bersih, nyaman dan luas.
 2. Sarana area parkir yang luas dan nyaman.
 3. Penampilan dokter, perawat, petugas administrasi yang rapih dan bersih.
 4. Peralatan medis yang memadai seperti stetoskop, tensi meter, alat suntik.
 5. Ruang periksa pasien yang bersih, nyaman dan luas.
2. Keandalan (*reliability*) dalam penelitian ini adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Ada empat indikator :

1. Dokter mempunyai kemampuan dalam pengobatan terhadap pasien .
 2. Diagnosis dokter terhadap penyakit pasien terbukti akurat.
 3. Dokter, perawat, petugas administrasi datang tepat waktu.
 4. Prosedur pemeriksaan yang mudah dan cepat dalam melayani pasien.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Ada empat indikator :

1. Dokter, perawat, petugas administrasi mempunyai keinginan untuk memberikan pelayanan kepada pasien sebaik mungkin.
 2. Dokter tepat dalam memberikan resep kepada pasien.
 3. Petugas administrasi cepat tanggap dalam menerima setiap pasien.
 4. Petugas administrasi mampu mendata pasien dengan tepat.
4. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, reputasi dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki dokter, perawat dan petugas administrasi.

Ada empat indikator :

1. Dokter memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan profesinya.
2. Dokter dan perawat memiliki reputasi yang baik dalam menjalankan tugasnya.
3. Petugas administrasi cepat dan teliti dalam mendata setiap pasien.

4. Dokter, perawat dan petugas administrasi mempunyai sifat yang dapat dipercaya oleh pasien dalam menangani keluhan pasien.
5. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam komunikasi, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

Ada empat indikator :

1. Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit pasien.
2. Dokter dan perawat memperhatikan keluhan dan penyakit pasien.
3. Adanya hubungan komunikasi yang baik antara dokter dan pasien.
4. Petugas administrasi sopan dan ramah dalam menerima dan mendata pasien.

Tingkat harapan dalam penelitian ini adalah tingkat penilaian konsumen terhadap pelayanan yang seharusnya diberikan oleh rumah sakit.

Tingkat kinerja dalam penelitian ini adalah tingkat penilaian konsumen terhadap pelaksanaan pelayanan.

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah suatu penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah menerima jasa Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama.

Kriteria kepuasan :

- Jika kinerja > harapan, maka konsumen sangat puas.
- Jika kinerja < harapan, maka konsumen tidak puas.
- Jika kinerja = harapan, maka konsumen puas.

METODE PENELITIAN

Obyek penelitian

Obyek dalam penelitian ini Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama yang berlokasi di JL. Dr. Sutomo No. 17 Semarang. Alasan pemilihan obyek penelitian karena telah terjadi penurunan jumlah pasien rawat jalan.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan secara keseluruhan subjek penelitian menjadi perhatian pengamatan dan penyedia data (Nurgiyantoro, 2000:20). Sampel adalah sebuah kelompok anggota yang menjadi bagian dari populasi sehingga memiliki karakteristik populasi dalam sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama pada bulan Februari 2005 sebesar 5747 orang. Dalam metodologi penelitian menggunakan *quota sampling* jika riset akan mengkaji suatu

fenomena dari beberapa sisi maka responden yang dipilih adalah orang-orang yang diperkirakan dapat menjawab semua sisi (Umar, 2004:90), maka diambil 100 orang karena diperkirakan dapat menjawab semua sisi.

Penentuan responden dengan menggunakan teknik *non random sampling* dimana semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2004:90). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan populasi yang sudah diketahui sebelumnya, karakteristik tersebut adalah : pasien rawat jalan yang menjalani pemeriksaan minimal 2 kali, usia minimal 17 tahun. Alasan dua syarat tersebut karena minimal 2 kali periksa sudah bisa menilai atau merasakan pelayanan, dan usia minimal 17 tahun karena peneliti menilai bahwa orang dewasa sudah mampu memberi jawaban yang obyektif sehingga pada akhirnya mendapatkan data yang akurat.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari obyeknya (Tijptono, 2001:58).

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara kuesioner, dimana metode kuesioner adalah cara pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang diberikan oleh responden untuk diisi. Melalui kuesioner ini data yang diperoleh dari jawaban responden diolah untuk mengetahui atribut-atribut manakah yang memiliki tingkat kepuasan yang paling tinggi.

Metode Pengukuran Data

Dalam penelitian memakai skala likert dengan ketentuan ujung kiri dengan angka rendah menunjukkan suatu jawaban yang negatif sedangkan ujung kanan dengan angka besar menunjukkan menunjukkan suatu jawaban yang positif:

Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju

(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
1	2	3	4	5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas

Suatu alat ukur dikatakan valid bila alat ukur tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Azwar, 1998:49). Validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat mengungkap data yang ada pada variabel-variabel penelitian secara tepat. Untuk mengukur validitas alat ukur tersebut digunakan teknik *Korelasi Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor butir dengan skor total. Korelasi skor butir dan skor total harus signifikan. Pengujian validitas pada tingkat kepercayaan digunakan adalah $(\alpha)=5\%$ dimana kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel.

Rumus teknik *Korelasi Product Moment* dari Karl Pearson adalah (Azwar, 1998:96) :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2) - (\sum X)^2}(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}$$

dapat dikatakan bahwa alat ukur pada instrumen "*Tangible*" semua valid, karena hasilnya lebih besar dari R tabel yaitu 0,195 sehingga instrumen *Tangible* valid (layak) untuk dijadikan alat ukur. Pada instrumen "*Reliability*" semua valid, karena hasilnya lebih besar dari R tabel yaitu 0,195 sehingga instrumen *Reliability* valid (layak) untuk dijadikan alat ukur. Pada instrumen "*Responsiveness*" semua valid, karena hasilnya lebih besar dari R tabel yaitu 0,195 sehingga instrumen *Responsiveness* valid (layak) untuk dijadikan alat ukur. Pada instrumen "*Assurance*" semua valid, karena hasilnya lebih besar dari R tabel yaitu 0,195 sehingga instrumen *Assurance* valid (layak) untuk dijadikan alat ukur. Pada instrumen "*Empathy*" semua valid, karena hasilnya lebih besar dari R tabel yaitu 0,195 sehingga instrumen *Empathy* valid (layak) untuk dijadikan alat ukur.

Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 1998:49). Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan Alpha Cronbach (Nurgiyantoro, 2000:310).

Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel

Uji reliabilitas dengan rumus:

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

dapat dikatakan bahwa alat ukur pada instrumen Kinerja dan Harapan semua reliabel, karena jumlahnya berada diatas 0,60 sehingga kesepuluh variabel tersebut sangat dipercaya untuk dijadikan variabel dalam penelitian.

Metode Analisis Data

Metode pengukuran kepuasan konsumen dengan menggunakan survey kepuasan pelanggan, alat analisis yang digunakan adalah model Indeks Kepuasan Pelanggan (Fandy, 1998:38) :

$$IKP = \frac{PP}{EX}$$

Kriteria pengukuran IKP :

IKP < 1, maka konsumen tidak puas

IKP = 1, maka konsumen puas

IKP > 1, maka konsumen sangat puas

Tangible

Indeks Kepuasan Konsumen dengan dimensi *tangible* indikatornya meliputi ruang tunggu pasien bersih, nyaman dan luas sebesar 0,940, sarana area parkir luas dan nyaman sebesar 0,922, penampilan dokter, perawat, petugas administrasi rapi dan bersih sebesar 0,962, peralatan medis memadai seperti stetoskop, tensi meter, alat suntik sebesar 0,964, ruang periksa pasien bersih, nyaman dan luas sebesar 0,937. Semua variabel *tangible* adalah tidak puas. Indikator dengan nilai terkecil sarana area parkir yang luas dan nyaman.

Reliability

Indeks Kepuasan Konsumen dengan dimensi *reliability* indikatornya meliputi dokter mempunyai kemampuan dalam pengobatan terhadap pasien sebesar 0,945, diagnosis dokter terhadap penyakit pasien terbukti akurat sebesar 0,944, dokter, perawat, petugas administrasi datang tepat waktu sebesar 0,922, prosedur pemeriksaan mudah dan cepat dalam melayani pasien sebesar 0,942. Semua variabel *reliability* adalah tidak puas. Indikator dengan nilai terkecil dokter, perawat, petugas administrasi datang tepat waktu.

Responsiveness

Indeks Kepuasan Konsumen dengan dimensi *responsiveness* indikatornya meliputi dokter, petugas administrasi mempunyai keinginan untuk memberikan pelayanan kepada pasien sebaik mungkin sebesar 0,940, dokter tepat dalam memberikan resep kepada pasien sebesar 0,929, petugas administrasi cepat tanggap dalam menerima setiap pasien sebesar

0,948, petugas administrasi mampu mendata pasien dengan cepat sebesar 0,954. Semua variabel *responsiveness* adalah tidak puas. Nilai terkecil pada indikator dokter tepat dalam memberikan pelayanan kepada pasien.

Assurance

Indeks Kepuasan Konsumen dengan dimensi *assurance* indikatornya meliputi dokter memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan profesinya sebesar 0,954, dokter dan perawat memiliki reputasi yang baik dalam menjalankan tugasnya sebesar 0,964, petugas administrasi cepat dan teliti dalam mendata setiap pasien sebesar 0,955, dokter, perawat dan petugas administrasi mempunyai sifat yang dapat dipercaya oleh pasien dalam menangani keluhan pasien sebesar 0,964. Semua variabel *Assurance* adalah tidak puas. Indikator dengan nilai terkecil dokter memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan profesinya.

Empathy

Indeks Kepuasan Konsumen dengan dimensi *empathy* indikatornya meliputi dokter memberikan penjelasan tentang penyakit pasien sebesar 0,931, dokter dan perawat memperhatikan keluhan dan penyakit pasien sebesar 0,964, ada hubungan komunikasi yang baik antara dokter dan pasien sebesar 0,944, petugas administrasi sopan dan ramah dalam menerima dan mendata pasien sebesar 0,933. Semua variabel *empathy* adalah tidak puas. indikator dengan nilai terkecil dokter memberikan penjelasan tentang penyakit pasien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kinerja dan harapan pasien terhadap kualitas pelayanan jasa di Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama Semarang, maka dapat disimpulkan secara keseluruhan Indeks Kepuasan Pelanggan pada lima dimensi menunjukkan ketidakpuasan pasien rawat jalan terhadap kinerja Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama sehingga pihak Rumah Sakit perlu memperbaiki seluruh kualitas pelayanan terutama yang perlu mendapat perhatian adalah area parkir yang kurang memadai, dokter, perawat dan petugas administrasi sering terlambat datang, dokter tepat dalam memberikan resep kepada pasien, dokter memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan profesinya, dokter memberikan penjelasan tentang penyakit pasien.

Saran

Berdasarkan simpulan tersebut maka saran yang bisa diberikan untuk Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama adalah :

1. Bahwa semua dimensi kualitas jasa (*Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja maka perlu mendapat perhatian yang lebih dari Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama.
2. Secara umum ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari kelima dimensi kualitas jasa adalah :
 - a. Pada dimensi *tangible* yang perlu perbaikan adalah ruang tunggu pasien bersih, nyaman dan luas, sarana area parkir luas dan nyaman, penampilan dokter, perawat, petugas administrasi rapi dan bersih, peralatan medis memadai seperti stetoskop, tensi meter, alat suntik, ruang pemeriksaan pasien bersih, nyaman dan luas. Dengan memperbaiki seluruh variabel pada dimensi *tangible* maka pasien merasa nyaman, ruang parkir semakin luas, pakaian petugas medik semakin rapi dan bersih, peralatan medis semakin lengkap.
 - b. Pada dimensi *reliability* yang perlu perubahan adalah dokter mempunyai kemampuan dalam pengobatan terhadap pasien, diagnosis dokter terhadap penyakit pasien terbukti akurat, dokter, perawat, petugas administrasi datang tepat waktu, prosedur pemeriksaan mudah dan cepat dalam melayani pasien. Alasan rumah sakit perlu merubah semua variabel agar dokter meningkatkan kemampuan dalam mengobati pasien, dokter dapat mendiagnosis penyakit pasien lebih akurat, dokter, perawat dan petugas administrasi datang lebih tepat waktu, pasien lebih mudah mengikuti prosedur pemeriksaan di rumah sakit.
 - c. Pada dimensi *responsiveness* yang perlu disarankan adalah dokter, petugas administrasi mempunyai keinginan untuk memberikan pelayanan kepada pasien sebaik mungkin, dokter tepat dalam memberikan resep kepada pasien, petugas administrasi cepat tanggap dalam menerima setiap pasien, petugas administrasi mampu mendata pasien dengan cepat. Alasan menyarankan rumah sakit untuk memperbaiki semua variabel *responsiveness* supaya petugas medik dalam memberikan pelayanan kepada pasien lebih baik, dokter lebih teliti dalam memberikan resep, petugas administrasi lebih respon dalam menerima pasien, petugas administrasi lebih cepat dalam mendata pasien.
 - d. Pada dimensi *assurance* yang perlu dicermati adalah dokter memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan profesinya, dokter dan perawat memiliki reputasi yang baik dalam menjalankan tugasnya, petugas administrasi

cepat dan teliti dalam mendata setiap pasien, dokter, perawat dan petugas administrasi mempunyai sifat yang dapat dipercaya oleh pasien dalam menangani keluhan pasien. Alasan mencermati seluruh variable *assurance* supaya dokter memiliki profesionalisme yang tinggi dalam menjalankan tugas dan kewajibannya sebagai seorang dokter, dokter dan perawat lebih meningkatkan reputasi dengan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin kepada pasien, pasien merasa puas dengan ketelitian sehingga menghindari kesalahan dan kecepatan dalam melayani pasien supaya tidak menunggu antrean terlalu lama, petugas medik menunjukkan sifat yang baik dan berwibawa sehingga pasien mempercayai segala tindakan petugas medik sudah sesuai dengan harapan pasien.

- e. Pada dimensi *empathy* yang perlu dilakukan adalah dokter memberikan penjelasan tentang penyakit pasien, dokter dan perawat memperhatikan keluhan dan penyakit pasien, ada hubungan komunikasi yang baik antara dokter dan pasien, petugas administrasi sopan dan ramah dalam menerima dan mendata pasien. Alasan rumah sakit perlu melakukan perbaikan agar pasien lebih memahami penyakit yang dideritanya, pasien merasa mendapat perhatian yang penuh, komunikasi yang baik membantu pasien untuk lebih mengerti dan memahami semua petunjuk dokter, pasien merasa diperhatikan tidak hanya karena kewajiban petugas tetapi dengan kesungguhan petugas administrasi dalam melayani setiap pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiatma, Ardian. 2001. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Rumah Sakit Ibu dan Anak di Semarang*. Jurnal Majalah Ekonomi dan Bisnis Vol 2, No.2, Hal:67-76.
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, Azrul. 1996. *Pengantar Administrasi Kesehatan*. Edisi 3. Jakarta: PT. Binarupa Aksara.
- Barry, R. 2000. *Service Management and Operation. Second edition*. new Jersey : Prentice-Hall.
- Harahap, P. 2003. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Hidup, dan Lokasi Strategis Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kabupaten Kendal*. Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol. 10, No. 2, Hal:128-147.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi milenium. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- , . 2002. *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi milenium. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Lovelock, Christopher. 2004. *Service Marketing People, Technology, Strategy. fifth edition*. United State of America : Pearson Prentice-Hall.
- Nasution. 2001. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nurgiyantoro. 2000. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , . 2004. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , . 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2004. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.