

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Distribusi Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti, kuesioner diberikan secara pribadi kepada responden. Keuntungan dari cara ini adalah bahwa peneliti dapat mengumpulkan semua respon lengkap dalam periode waktu yang singkat. Selain itu, apabila responden memiliki beberapa pertanyaan mengenai pengisian kuesioner peneliti dapat menjawab pertanyaan tersebut secara langsung di tempat. Peneliti juga mempunyai kesempatan untuk menyampaikan topik penelitian dan memotivasi responden untuk memberikan jawaban yang jujur.

Di dalam proses penyebaran kuesioner, peneliti juga menggunakan teknik *snowballing sampling* yaitu, teknik penentuan responden yang mula-mula jumlahnya kecil dan kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Cara ini banyak digunakan ketika peneliti tidak banyak tahu tentang populasi penelitiannya. Dia hanya tahu satu atau dua orang yang berdasarkan penilainnya bisa dijadikan sampel karena peneliti menginginkan lebih banyak lagi, lalu dia minta kepada sampel pertama untuk menunjukkan orang lain yang kira-kira bisa dijadikan sampel.

4.2. Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *front office* rumah sakit JIH, rumah sakit Panti Rapih, dan rumah sakit Dr. Srdjito. Alasan mengapa ketiga rumah sakit ini di pilih sebagai obyek penelitian adalah karena ketiga rumah sakit ini merupakan rumah sakit yang besar dan

tertua di Yogyakarta. Rumah sakit JIH dan rumah sakit Panti Rapih merupakan rumah sakit bertipe B. Rumah sakit Tipe B adalah rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medis sekurang-kurangnya 11 spesialisik dan sub spesialisik terbatas. Sedangkan rumah sakit Dr. Sardjito merupakan rumah sakit bertipe A. Rumah sakit tipe A adalah rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medis spesialisik luas adan sub spesialisik luas. Karena ketiga rumah sakit tersebut hampir memiliki klasifikasi yang setara maka ketiga rumah sakit tersebut dapat dijadikan sebagai obyek penelitian.

4.3. Deskripsi Responden

Responden yang dipilih untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah mahasiswa UII yang pernah datang ke RS JIH, RS Panti Rapih dan RS Dr. Sardjito Yogyakarta. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa UII yang pernah datang ke tiga RS yang tadi disebutkan.

4.4. Ranking Atribut Jasa di Front Office Rumah Sakit

Dalam membuat ranking atribut-atribut jasa pelayanan, peneliti pertama-tama mengidentifikasi atribut-atribut jasa yang diinginkan oleh konsumen. Atribut-atribut jasa itu dimasukkan ke dalam kuesioner untuk dinilai oleh responden sehingga dapat diketahui mana atribut yang dianggap paling penting dan mana atribut yang paling tidak penting oleh konsumen. Metode perhitungan ranking yang digunakan adalah menggunakan rata-rata yang hasilnya disajikan dalam format tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Rata-Rata Atribut Jasa

No.	Pernyataan	Rata-rata
1	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu memberikan pelayanan yang tepat dan cepat bagi pasien yang membutuhkan pelayanan darurat.	4,78
2	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan pelayanan dengan cepat.	4,76
3	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu siap membantu pasien yang membutuhkan bantuannya.	4,69
4	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	4,62
5	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta melakukan administrasi/pencatatan dengan baik dan benar.	4,84
6	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu bersedia dalam menanggapi permintaan pasien.	4,62
7	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan informasi jadwal pelayanan dokter.	4,73
8	Penampilan ruangan interior di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta rapih dan bersih.	5,40
9	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu ramah dan sopan pada saat memberikan pelayanan kepada pasien.	4,80
10	Tersedia fasilitas tempat duduk yang nyaman di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta untuk pasien yang sedang menunggu.	5,29
11	Penampilan staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta rapih dan sopan.	4,87
12	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan perhatian personal yang sesuai kebutuhan pasien.	4,73
13	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta peka akan kebutuhan dan perasaan pasien	4,67
14	Peralatan komputer yang digunakan oleh staff <i>front office</i> rumah sakit JIH Yogyakarta terlihat modern	5,16

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa beberapa atribut jasa di anggap penting oleh konsumen. Misalnya, pelayanan yang cepat dan tepat bagi pasien yang membutuhkan pelayanan darurat di anggap penting oleh konsumen sehingga menempati peringkat pertama dari empat belas atribut yang ada. Pelayanan yang cepat dan tepat bagi pasien yang membutuhkan pelayanan darurat dianggap penting karena pelayanan rumah sakit sangat berkaitan dengan hidup dan matinya seorang pasien. Semakin cepat dan tepat pelayanan staf rumah sakit maka semakin baik kinerja rumah sakit tersebut.

Sebaliknya, peralatan komputer yang modern dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen. Hal ini terbukti dari hasil rata-rata yang diperoleh menempati peringkat terakhir. Atribut ini dianggap kurang penting oleh pasien karena komputer yang modern tidaklah terlalu berpengaruh bagi pelayanan di rumah sakit. Perlengkapan komputer yang modern dianggap sebagai atribut pelengkap.

4.5. Adopsi Ranking Model Kano

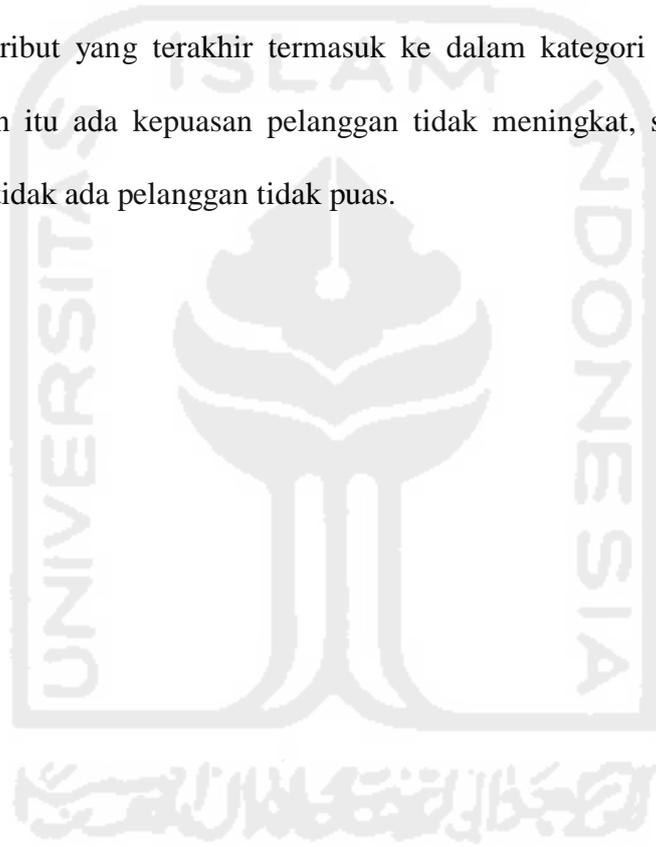
Berdasarkan atribut-atribut jasa yang telah di ranking di atas dapat dilihat peringkat pertama yang merupakan atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen dan peringkat terakhir yang merupakan atribut tidak penting. Berdasarkan hasil tersebut atribut-atribut itu dapat di kategorikan ke dalam Model Kano. Pengelompokan menjadi tiga kategori tersebut diperoleh dari seluruh atribut dibagi tiga. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2 Atribut Jasa dalam Kategori Model Kano

No.	Atribut Jasa	Kategori Model Kano
1	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu memberikan pelayanan yang tepat dan cepat bagi	Attractive

	pasien yang membutuhkan pelayanan darurat.	
2	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan pelayanan dengan cepat.	Attractive
3	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu siap membantu pasien yang membutuhkan bantuannya.	Attractive
4	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	Attractive
5	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta melakukan administrasi/pencatatan dengan baik dan benar.	One-dimensional
6	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu bersedia dalam menanggapi permintaan pasien.	One-dimensional
7	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan informasi jadwal pelayanan dokter.	One-dimensional
8	Penampilan ruangan interior di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta rapih dan bersih.	One-dimensional
9	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta selalu ramah dan sopan pada saat memberikan pelayanan kepada pasien.	One-dimensional
10	Tersedia fasilitas tempat duduk yang nyaman di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta untuk pasien yang sedang menunggu.	One-dimensional
11	Penampilan staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta rapih dan sopan.	Must-be
12	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta memberikan perhatian personal yang sesuai kebutuhan pasien.	Must-be
13	Staff di <i>front office</i> RS JIH Yogyakarta peka akan kebutuhan dan perasaan pasien	Must-be
14	Peralatan komputer yang digunakan oleh staff <i>front office</i> rumah sakit JIH Yogyakarta terlihat modern	Must-be

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa empat atribut teratas dikategorikan ke dalam kategori *attractive*. Pada kategori ini konsumen akan merasa lebih puas dengan meningkatnya kinerja atribut, akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Enam atribut berikutnya dikategorikan ke dalam kategori *one-dimensional*, pada kategori ini apabila terpenuhi maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Jika sebaliknya akan menyebabkan penurunan kepuasan. Empat dari atribut yang terakhir termasuk ke dalam kategori *must-be* di mana jika atribut layanan itu ada kepuasan pelanggan tidak meningkat, sebaliknya jika atribut pelayanan itu tidak ada pelanggan tidak puas.



gambar 4.1 QFD dan Kano Model

Technical requirements (Hows)	Planning matrix				Kano category	Customer satisfaction target	Original improvement ratio	Adjusted improvement factor	Adjusted importance	Percent importance
Customer requirements (Whats)										
Pelayanan darurat yang cepat dan tepat					2					
Pelayanan yang cepat					2					
Pencatatan/ administrasi yang baik dan benar					1					
Staff front office selalu siap menanggapi permintaan pasien					1					
Memberikan informasi jadwal pelayanan dokter					1					
Ruangang interior yang rapih dan bersih					1					
Staff front office yang ramah dan sopan					1					
Memberikan perhatian personal yang sesuai dengan kebutuhan pasien					0,5					
Importance of 'Hows'									Total	100%
Relative importance (in percentage)										
Importances of 'Hows' using Kano										
Relative percentage (%)										

4.6. Aplikasi Model QFD dan Model Kano

Berdasarkan hasil konsultasi dengan penyedia layanan jasa (perawat yang bekerja di RS JIH) di peroleh hasil yang tertera di dalam tabel QFD (kolom berwarna hijau) dan Model Kano (kolom berwarna biru) di atas. Pada tabel *Whats* di atas dapat dilihat bahwa ada empat belas atribut pelayanan jasa dan atribut-atribut tersebut telah di ranking berdasarkan atribut yang penting sampai atribut yang dianggap tidak penting. Hasil ranking tersebut diperoleh berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner yang telah disebarakan. Berikutnya pada tabel *Hows* berisi tentang apa saja yang harus dilakukan RS untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tabel *Hows* ini diperoleh berdasarkan hasil konsultasi dengan penyedia layanan jasa.

Selanjutnya pada tabel di atas juga terdapat matriks hubungan antara tabel *Whats* dengan tabel *Hows*. Di dalam matriks hubungan ini berisi tentang seberapa kuat hubungan antara tabel *Whats* dengan tabel *Hows*. Di dalam matriks ini ada angka 5 yang menunjukkan bahwa hubungan antara tabel *Whats* dengan tabel *Hows* tinggi, kemudian angka 3 yang menunjukkan bahwa hubungan antara tabel *Whats* dengan tabel *Hows* medium atau sedang. Sedangkan angka 0 menunjukkan bahwa hubungan antara tabel *Whats* dengan tabel *Hows* tidak memiliki hubungan.

Kemudian pada tabel QFD dan Model Kano pada kolom yang berwarna biru di atas juga terdapat tabel yang berisi tentang:

- Bagian yang berwarna biru kolom nomor 16 berisi tentang kategori Kano.

Kategori Kano ini memiliki makna sebagai berikut:

- Nilai 2 yang menunjukkan bahwa atribut ini termasuk ke dalam kategori *attractive*

- Nilai 1 menunjukkan bahwa atribut ini termasuk ke dalam kategori *one-dimensional*
 - Nilai 0,5 menunjukkan bahwa atribut ini termasuk ke dalam kategori *must-be*
- Bagian yang berwarna biru kolom nomor 17 berisi tentang *Current Customer Satisfaction* atau kinerja layanan jasa RS JIH yang diperoleh dari hasil rata-rata kuesioner yang telah disebarakan.
 - Bagian yang berwarna biru kolom nomor 18 berisi tentang kinerja layanan pesaing 1 (RS Panti Rapih) yang diperoleh dari hasil rata-rata kuesioner yang disebarakan.
 - Bagian yang berwarna biru kolom nomor 19 berisi tentang kinerja layanan pesaing 2 (RS Dr. Sardjito) yang diperoleh dari hasil rata-rata kuesioner yang disebarakan.
 - Bagian yang berwarna biru kolom nomor 20 berisi tentang perbandingan antara kinerja RS JIH dengan RS Panti Rapih yang diperoleh dari hasil rata-rata kinerja RS JIH di kurangi dengan hasil rata-rata kinerja RS Panti Rapih.
 - Bagian yang berwarna biru kolom nomor 21 berisi tentang perbandingan antara kinerja RS JIH dengan RS Dr. Sardjito yang diperoleh dari hasil rata-rata kinerja RS JIH di kurangi dengan hasil rata-rata kinerja RS Dr. Sardjito.
 - Bagian yang berwarna biru kolom nomor 22 berisi tentang *Customer Satisfaction Target* yang berisi angka 6 yang menunjukkan bahwa atribut ini termasuk ke dalam kategori *attractive*, kemudian angka 5 yang menunjukkan bahwa atribut ini termasuk ke dalam kategori *one-dimensional*. Sedangkan, angka 4 menunjukkan bahwa atribut ini termasuk ke dalam kategori *must-be*.

- Bagian yang berwarna biru kolom nomor 23 berisi tentang *Original Improvement Ratio* (IR_0) diperoleh dari $S1/S0$, di mana $S1$ adalah *Customer Satisfaction Target* dan $S0$ adalah *Current Customer Satisfaction*.
- Bagian yang berwarna biru kolom nomor 24 berisi tentang *Adjusted Improvement Factor* (IR_{adj}) = $(IR_0)^{1/K}$, di mana k adalah koefisien kano. Angka 2 adalah koefisien kategori *attractive*, angka 1 adalah koefisien kategori *one-dimensional* dan angka 0,5 adalah koefisien kategori *must-be*.
- Bagian yang berwarna biru kolom nomor 25 berisi tentang *Adjusted Importance* = $IR_{adj} \times Customer\ Satisfaction\ Target$ (diperoleh dari hasil diskusi dengan penyedia layanan).
- $Percent\ Importance = \frac{Adjusted\ Importance}{\sum Adjusted\ Importance}$
- *Importance of 'Hows* diperoleh dari *importance of ranking X Technical requirements (Hows)* kemudian hasil dari perkalian tersebut di jumlahkan.
- $Relative\ importance\ (in\ percentage) = \frac{Importance\ of\ 'Hows'}{\sum Importance\ of\ 'Hows'}$
- *Importances of 'Hows' using Kano* diperoleh dari *adjusted importance X Technical requirements (Hows)* kemudian hasil dari perkalian tersebut di jumlahkan.
- $Relative\ percentage\ (\%)\ Kano = \frac{Importances\ of\ 'Hows'\ using\ Kano}{\sum Importances\ of\ 'Hows'\ using\ Kano}$

4.7. Persentase Kinerja Layanan RS

Berdasarkan hasil penghitungan di dalam kolom berwarna biru dapat dilihat atribut yang mendapatkan persentase tertinggi berarti bahwa “*whats*” (*customer requirements*) juga tinggi. Sehingga, atribut-atribut pelayanan jasa RS dengan

persentase tertinggi itu perlu mendapatkan prioritas untuk dilakukan perbaikan. Atribut-atribut pelayanan jasa RS yang mendapatkan persentase tertinggi di antaranya, yaitu: memberikan pelayanan yang sesuai dengan waktu yang dijanjikan (10,01%), pelayanan yang cepat (9,86%), dan pelayanan darurat yang cepat dan tepat (9,82%).

Sedangkan, atribut-atribut pelayanan jasa RS dengan persentase terendah berarti bahwa "*whats*" (*customer requirements*) juga rendah. Sehingga, atribut-atribut tersebut tidak perlu mendapatkan prioritas untuk diperbaiki. Atribut-atribut pelayanan jasa RS yang mendapatkan persentase terendah di antaranya, yaitu: peralatan komputer yang modern (3,56%), penampilan staf *front office* yang rapih dan bersih (3,94%), dan memberikan perhatian personal yang sesuai dengan kebutuhan pasien (4,13%).

Berdasarkan penghitungan pada baris berwarna hijau dapat dilihat "*hows*" *technical requirements* yang mendapatkan persentase tertinggi, yang berarti bahwa "*hows*" *technical requirements* tersebut perlu mendapatkan prioritas untuk dilakukan perbaikan. "*Hows*" *technical requirements* yang mendapatkan persentase tertinggi diantaranya, yaitu: staf *front office* harus sigap (13,93%), menambah fasilitas meja pelayanan *front office* (9,88%), dan menyediakan informasi dalam bentuk brosur dan template (9,16%). Sedangkan, "*hows*" *technical requirements* dengan persentase terendah berarti bahwa "*hows*" *technical requirements* tersebut tidak perlu mendapatkan prioritas untuk dilakukan perbaikan. "*Hows*" *technical requirements* yang mendapatkan prioritas terendah di antaranya, yaitu: staf *front office* harus berpakaian sesuai dengan peraturan RS (2,55%), membersihkan dan merapikan ruang *front office* minimal 2 kali sehari (3,07%), dan menyediakan fasilitas tempat duduk yang nyaman (4,38%)

4.8. Perbandingan dengan Kinerja Pesaing

1. Perbandingan Kinerja RS JIH dengan RS Panti Rapih

Berdasarkan hasil penghitungan yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden dapat diidentifikasi bahwa kinerja RS JIH secara keseluruhan lebih baik daripada kinerja RS Panti Rapih. Namun, ada satu atribut jasa pelayanan di RS JIH ini yang kinerja pelayanannya kurang baik dibandingkan dengan kinerja pelayanan RS Panti Rapih. Atribut pelayanan jasa yang dimaksud di sini adalah pelayanan darurat yang cepat dan tepat. Menurut hasil dari pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, atribut jasa ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kinerja RS JIH kurang baik. Atribut jasa yang memperoleh penilaian kurang memuaskan ini terletak pada kategori *attractive* yang menunjukkan pentingnya bahwa atribut ini harus mendapatkan prioritas untuk dilakukannya perbaikan.

2. Perbandingan Kinerja RS JIH dengan RS Dr. Sardjito

Berdasarkan hasil penghitungan yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden dapat diidentifikasi bahwa kinerja RS JIH secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan kinerja RS Dr. Sardjito. Hal ini dapat dilihat dari hasil penghitungan semua atribut jasa pelayanan RS JIH yang memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan dengan nilai dari RS Dr. Sardjito. Dilihat dari hasil penghitungan ini ada beberapa atribut pelayanan di RS JIH yang nilainya hanya berbeda tipis dengan nilai dari kinerja RS Dr. Sardjito. Beberapa atribut itu di antaranya adalah staf *front office* yang siap membantu yang masuk dalam kategori *attractive*, memberikan informasi jadwal pelayanan dokter masuk dalam kategori *one-dimensional*, dan pelayanan darurat yang cepat dan tepat masuk dalam

kategori *attractive*. Atribut-atribut di atas harus mendapatkan prioritas untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan kinerja pelayanan RS JIH.

4.9. Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan kinerja layanan RS JIH lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Dilihat dari pengkategorian model Kano dapat disimpulkan bahwa:

1. Analisis Kategori *Attractive*

Dari seluruh atribut yang ada empat atribut diantaranya masuk ke dalam kategori *attractive*. Secara keseluruhan kinerja atribut-atribut dalam kategori *attractive* di *front office* rumah sakit JIH ini lebih baik di bandingkan dengan pesaingnya. Namun, berdasarkan hasil dari tabel QFD dan model Kano ada salah satu atribut *attractive* di *front office* rumah sakit JIH yang kinerjanya dibawah kinerja rumah sakit pesaingnya.

2. Analisis Kategori *One-dimensional*

Dari seluruh atribut yang ada enam atribut diantaranya masuk ke dalam kategori *one-dimensional*. Berdasarkan dari hasil penghitungan dari kuesioner dapat dilihat bahwa dari enam atribut yang ada kinerja atribut pelayanan di *front office* rumah sakit JIH lebih baik di bandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

3. Analisis Kategori *Must-be*

Dari seluruh atribut yang ada empat atribut diantaranya masuk ke dalam kategori *must-be*. Begitu juga pada kategori *must-be* ini dilihat dari tabel QFD dan Model Kano kinerja seluruh atribut pada kategori ini juga lebih unggul dibandingkan dengan kinerja pesaing-pesaingnya.