

**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SAKIT ISLAM
IBNU SINA, PASAMAN BARAT, SUMATERA BARAT ”**



Nama : Yelita Murni
No Mahasiswa : 03311399
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Mei 2007

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Albari, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

' Analisis Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Islam Ibnu Sina,
Pasaman Barat Sumatera Barat "

Disusun Oleh: YELITA MURNI
Nomor mahasiswa: 03311399

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 13 Juni 2007

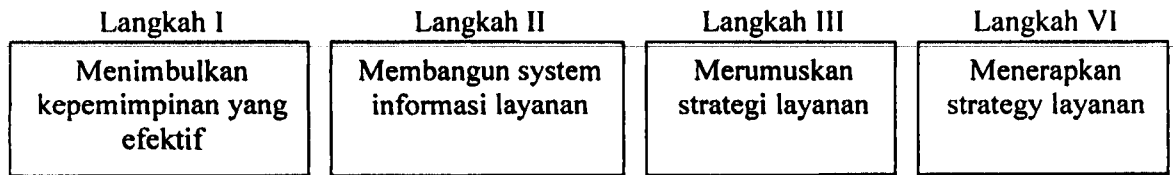
Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Albari, M.Si

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D



Gambar. 2.3

Langkah-Langkah Menghilangkan Gaps

Langkah awal yang harus diambil perusahaan dalam menghilangkan Gaps adalah, berusaha untuk menciptakan kepemimpinan yang efektif. Dalam hal ini manajemen puncak merupakan motor penggerak dalam pelaksanaan visi, dan misi perusahaan. Pelaksanaan optimal tanpa adanya bimbingan dan arahan dari pihak manajemen puncak akan sulit untuk melakukan semua itu.

Langkah kedua yang dilakukan adalah perlunya sistem informasi layanan yang mampu menyediakan data- data dan informasi yang tepat dan relevan, guna pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Selain itu sistem informasi layanan yang efektif diharapkan mampu menampung keinginan dan harapan pelanggan. Mengidentifikasi berbagai kekurangan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan, memandu alokasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan. Memberikan umpan balik bagi perbaikan kualitas pelayanan, sekaligus dapat memberikan alternatif tolak ukur kualitas pelayanan.

ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi, namun ada pula yang menjadikan standar ideal.

Dalam rangka mengukur kepuasan konsumen, maka harapan terhadap jasa kinerja dan kinerja jasa dapat dievaluasi dari 5 dimensi pokok yang berkaitan dengan kinerja jasa meliputi : Tangible (bukti langsung), Realibility (kehandalan), Daya tanggap (responsiveness), Assurance (jaminan), Empathy. Lima dimensi ini dikemukakan oleh Tjiptono, 1995 :29

Kinerja merupakan evaluasi konsumen setelah menggunakan produk barang atau jasa. Defenisi kinerja jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh karena itu bila pelanggan menganggap jasa yang diterimanya mempunyai kinerja yang baik, maka pelanggan tersebut akan merasakan kepuasan seiring dengan kualitas jasa yang diterimanya.

Kinerja mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kinerja yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan tersebut, yang tidak mungkin hubungan ini terjadi dalam jangka panjang. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan service atau pelayanan kepada konsumen.

Tetapi konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda- beda. Ada yang diam saja, namun ada juga yang melakukan

pelayanan dokter dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,58. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut pelayanan medis tidak memandang status sosial dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,50. Hal ini berarti kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut pelayanan dokter.

Sedangkan kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000 - 2.000.000 menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan yang paling tinggi pada atribut pelayanan dokter dengan rata-rata kepuasan terbesar 0,20, yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Sedangkan atribut pelayanan medis tidak memandang status sosial memberikan kepuasan terendah dengan hasil kepuasan yang negatif terbesar (-0,43). Dengan demikian kecenderungan kelompok konsumen yang memiliki tingkat pendapatan antara Rp.1.000.000 s/d 2.000.000 terjadi pada atribut pelayanan dokter.

Bagi kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.2.000.000, kelompok ini memperoleh kepuasan tertinggi terjadi pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,43. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut kelengkapan apotik dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,65. Dengan demikian kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.2.000.000 memperoleh kepuasan terhadap jasa Rumah Sakit Ibnu Sina pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit.

diatas, juga harus meningkatkan kelengkapan mebel dan kelengkapan apotik. Banyaknya ruang kosong yang berada di luar kamar belum disentuh sama sekali oleh pihak manajemen rumah sakit, misalnya dengan menempatkan kursi-kursi tunggu yang memiliki desain yang unik dan menarik, sehingga dapat dimanfaatkan bagi pengunjung pasien maupun keluarga pasien. Selanjutnya kelengkapan apotik, juga harus ditingkatkan. Ketidakpuasan konsumen pada atribut kelengkapan apotik dan kelengkapan toko ini juga disebabkan karena antrian yang panjang yang harus dialami oleh pasien untuk mendapatkan obat, akibat jumlah karyawan yang tidak sesuai dengan jumlah pasien yang melakukan transaksi. Untuk itu pihak rumah sakit harus dapat meningkatkan SDM pada bagian apotik, atau menambah jumlah karyawan yang disesuaikan dengan permintaan pasien, atau melakukan pembenahan sistem manajemen, misalnya menempatkan karyawan dalam jumlah yang besar pada jam-jam tertentu saja (jam sibuk), dan mengurangi jumlah petugas pada jam-jam sepi (misalnya jam 21.00 – 0.5.00).

Kelengkapan apotik ini juga dilakukan dengan menambah jenis obat baik dari obat generik yang harganya relatif murah hingga obat-obat non generik yang memiliki kualitas obat yang bagus, walaupun harganya lebih mahal. Hal ini penting karena menurut tingkat pendapatan konsumen masih terdapat perbedaan yang signifikan atribut kelengkapan apotik ini berdasarkan tingkat pendapatan.

Hasil analisis uji perbedaan berdasarkan jenis pekerjaan, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap atribut memperhatikan menu

makanan. Jika dilihat dari besarnya rata-rata untuk kelompok pelajar dan mahasiswa memperoleh kepuasan yang paling rendah. Untuk itu strategi yang hendaknya dilakukan oleh Rumah Sakit Ibnu Sina, adalah meningkatkan kreativitas untuk menghasilkan variasi makanan yang lebih banyak sehingga jenis menu makanan tidak monoton. Sebagai contoh selain memberikan menu makan 3 kali sehari dengan jenis yang berbeda, untuk jam-jam tertentu juga diberikan makanan ringan seperti snack dengan waktu antara makan pagi dengan makan siang.

Sedangkan untuk atribut yang tidak signifikan yaitu atribut fasilitas medis yang baik, kebersihan toilet, tempat parkir yang luas, pelayanan dokter, pelayanan medis yang tidak memandang status sosial, dan menu makanan sesuai dengan jenis penyakit sebagai atribut yang mampu memberikan kepuasan yang sama berdasarkan karakteristik konsumen. Hal ini memang sudah dilakukan oleh pihak Rumah Sakit Ibnu Sina, seperti menyediakan fasilitas medis yang modern, sehingga pihak pasien tidak perlu khawatir dalam menjalankan rawat inap ini. Untuk itu seluruh atribut –atribut diatas hendaknya dipertahankan oleh Rumah Sakit Ibnu Sina, agar kepuasan yang telah diperoleh pada atribut ini dapat terjaga.